

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA



LÁCTEOS

2021

- LOREN DAYAN HERNANDEZ SARMIENTO
- JULIAN ANDRES CASTILLO DAZA
- JUAN FELIPE CERÓN MEJIA

TABLA DE CONTENIDO

Contenido	
1.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR	8
1.1.1 Contribución Al Empleo.	8
1.1.2 Exportaciones, Importaciones. Balanza Comercial Del Sector.	10
Exportaciones.....	10
Importaciones	15
Balanza Comercial	17
1.1.3 Comercio Mundial Del Sector	18
1.1.4 Ventas	21
1.1.5 Principales Subsectores, Principales Productos Del Sector	22
Subsectores.....	22
Productos	24
1.1.6 Principales Acuerdos Que Benefician Al Sector	25
1.1.7 Destino De Las Exportaciones.....	29
1.1.8 Información Del Sector En El Departamento De Santander	30
Exportaciones.....	30
Dinámica de exportaciones.....	31
Destino de exportaciones	31
Importaciones	33
Empleo	34
1.2 ANALISIS DE LA EMPRESA	34
1.2.1 Información Corporativa de la Empresa	34
1.2.2 Compañías Similares	36
1.2.3 ANALISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA	37
1.2.3.1 Estado de resultados.....	37
Total, Ingreso Operativo	37
Utilidad Bruta	39
Ganancia Operativa (EBIT)	40
EBITDA.....	41
Ganancias Después De Impuestos	42

1.2.3.2 Balance Total.....	43
Activos Totales	43
Pasivos Totales.....	44
1.2.3.3 Estado De Flujo De Efectivo	46
Flujo neto de efectivo (utilizados en) actividades de explotación.....	46
Utilidad Neta	47
Flujo neto de efectivo de (utilizadas en) actividades de inversión	48
Flujo neto de efectivo de (utilizados en) actividades de financiación	49
Efectivo al inicio del periodo.....	50
Efectivo al final del periodo	51
1.2.4 RATIOS.....	52
1.2.4.1 Ratios De Rentabilidad.....	52
Rendimiento sobre los activos (ROA)	52
Rendimiento Sobre el Patrimonio (ROE).....	53
Margen Neto.....	54
Margen de Ganancia Bruta	54
Margen Operacional	55
1.2.4.2 Ratios De Eficiencia.....	56
Rotación De Inventario	56
Rotación De Cuentas Por Cobrar	57
Rotación de Activos.....	58
Rotación De Cuentas Por Pagar	59
1.2.4.3 Ratios De Liquidez.....	60
1.2.4.4 Ratios De Apalancamiento.....	61
2 SELECCIÓN DEL PRODUCTO	62
2.1 PROBLEMA	66
2.1.1 Identificación Del Problema.....	66
2.1.2 Formulación Del Problema	66
2.1.3 Descripción Del Problema.....	67
2.2 JUSTIFICACION	68
2.3 OBJETIVOS.....	68
2.3.1 Objetivo General.....	68

2.3.2 Objetivos Específicos.....	68
2.3.2.1 Primer Objetivo:.....	68
2.3.2.2 Segundo Objetivo:.....	68
2.3.2.3 Tercer objetivo:.....	69
2.3.2.4 Cuarto Objetivo:.....	69
3.1 SELECCION DEL PAIS.....	70
3.2CONDICIONES DE ACCESO	74
3.2.1 Acuerdos Comerciales Que Favorecen La Operación	75
3.2.2 Solicitud De Vistos Buenos (Colombia)	79
3.2.4 Condiciones No Arancelarias	81
3.2.4.1 Medidas Sanitarias Y Fito Sanitarias	84
3.2.4.2 Normas De Etiquetado.....	84
3.2.4.3 NORMAS DE EMPAQUE Y EMBALAJE.....	85
3.2.4.5 Normas técnicas y Normas ambientales.....	85
3.3 PRODUCTO, PRECIO, PUNTO DE VENTA Y PROMOCIÓN	86
3.3.1 Producto.....	86
3.3.2 Precio	88
Yogurt Chobani estilo griego natural sin grasa 150 g	89
3.3.3 Puntos De Venta	89
3.3.4 Promoción.....	90
4 ESTRATEGIA DE INMERSION	91
4.1 Estrategia de Internacionalización.....	91
4.2 Explicación de la propuesta	92
Fase 5. Logística y Distribución Física Internacional	92
1. Cantidades A Exportar	92
2. Frecuencia De La Operación.	93
3. Termino Incoterm A Negociar.....	93
4. Medio De Transporte A Utilizar	94
5.Ruta Internacional De La Operación	96
6.Empaque	99
7.Embalaje Del Producto.....	100
8.Unitarizacion	102

9.Documentación Bancaria.....	103
10.Seguro Nacional E Internacional.....	103
11.Costeo Operación Hasta Ddp.....	104
12.Precio De Venta De Su Producto.....	105
Análisis financiero.....	106
TIR.....	107
Bibliografía.....	107

TABLA DE GRAFICOS

Grafico 1 Empleo Sector Lácteo Colombia.....	8
Grafico 2 Empleo En Colombia Año Corrido	9
Grafico 3 Dinámica Anuales Exportaciones	10
Grafico 4 Exportaciones Año Corrido.....	11
Grafico 5 Ubicaciones Geograficas De Exportaciones	12
Grafico 6 Departamentos Exportadores	13
Grafico 7 Importaciones Anuales Sector Lacteo	15
Grafico 8 Importaciones Año Corrido	15
Grafico 9 Origen De Las Importaciones	16
Grafico 10 Departamentos Importadores	17
Grafico 11 Comercio Del sector	18
Grafico 12 Mayores Importadores A Nivel Mundial.....	19
Grafico 13 Origen De Las Importaciones A Nivel Mundial.....	19
Grafico 14 Exportaciones Lácteos A Nivel Mundial	20
Grafico 15 Paises exportadores A Nivel Mundial.....	20
Grafico 16 Ventas Año Corrido Colombia	21
Grafico 17 Ventas Anuales Sector Lácteo Colombia.....	21
Grafico 18 Exportaciones Anuales Quesos Colombia	22
Grafico 19 Exportaciones Anuales Leche y Crema Colombia.....	23
Grafico 20 Exportaciones Anuales Mantequilla Colombia.....	23
Grafico 21 Principales Productos Lacteos Colombia.....	24
Grafico 22 Exportaciones con Estados unidos	26
Grafico 23 Destinos Y Productos Exportados A Estados unidos	26
Grafico 24 Eportaciones Resto De Paises	26
Grafico 25 Destinos Y Productos Exportados A Resto De Paises	27
Grafico 26 Exportaciones Anuales Mediante La CAN	27
Grafico 27 Destinos Y Productos Exportados A CAN	27
Grafico 28 Principales Destino De Exportaciones Desde Colombia.....	29
Grafico 29 Exportaciones Año Corrido.....	29
Grafico 30 Exportaciones Del Departamento de Santander.....	30
Grafico 31 Dinámica Anual De Exportación Del Departamento de Santander.....	31
Grafico 32 Destino De Las Exportaciones Del Departamento de Santander.....	32
Grafico 33 Importaciones Año Corrido Del Departamento de Santander.....	33
Grafico 34 Empleo Del Sector Del Departamento de Santander.....	34
Grafico 35 Empleo Del Departamento de Santander	34
Grafico 36 Evaluación Alpina	36
Grafico 37 Compañías Similares A Alpina	36
Grafico 38 Total Ingresos Operativos Por Año.....	37
Grafico 39 Ingresos Netos Por Ventas	38
Grafico 40 Utilidad Bruta	39
Grafico 41 Ganancia Operativa	40

Grafico 42 EBITDA Alpina	41
Grafico 43 Ganancia Antes De Impuesto	42
Grafico 44 Activos Totales.....	44
Grafico 45 Países Totales	45
Grafico 46 Flujo Neto De Efectivo	46
Grafico 47 Utilidad Neta	47
Grafico 48 Flujo Neto De Efectivo	48
Grafico 49 Flujo Neto De Efectivo	49
Grafico 50 Efectivo Al Inicio Del Periodo	50
Grafico 51 Efectivo Al Final	51
Grafico 52 ROA.....	52
Grafico 53 ROE	53
Grafico 54 Margen de Beneficio Neto	54
Grafico 55 Margen Ganancia Bruta	54
Grafico 56 Margen Operacional.....	55
Grafico 57 Rotacion De Inventario.....	56
Grafico 58 Rotación De Cuentas Por Cobrar	57
Grafico 59 Rotación De Activos.....	58
Grafico 60 Rotacion Cuentas Por Cobrar	59
Grafico 61 Ratios De Liquidez	60
Grafico 62 Ratios De Apalancamiento	61
Grafico 63 Cronograma sector lácteo	69
Grafico 64 Mayores Países Importadores A Nivel mundial Del Yogurt	70
Grafico 65 Exportaciones De Colombia De Yogurt	70
Grafico 66 Matriz De Selección De País.	72
Grafico 67 Regimen arancelario.....	83
Grafico 68 Tabla Nutricional Yogurt Con Cereal Alpina	86
Grafico 69 Precio pack x4 Colombia	87
Grafico 70 Principales Competidores Mexico	88
Grafico 71 Precio Producto Alpina En Colombia Y Mexico.....	88
Grafico 72 Precio Productos Similares Mexico	89
Grafico 73 Tiendas Soriana	90
Grafico 74 Cantidad a exportar	92
Grafico 75 frecuencia de la operación	93
Grafico 76 transporte interno	94
Grafico 77 Empresa transporte interno	94
Grafico 78 Cotizacion Transporte interno.....	94
Grafico 79 Rutas internacionales con Mexico.....	96
Grafico 80 Puerto De Partida	Grafico 81 Puerto
Destino	97
Grafico 82 Cotizacion Transporte Internacional	97
Grafico 83 Lineas navieras	98

Grafico 84 Linea naviera Elegida.....	98
Grafico 85 Empaque Pack X 4	99
Grafico 86 Tabla nutricional.....	99
Grafico 87 Pallet.....	101
Grafico 88 Embalaje y Cifras	102
Gráfico 89 Estado de Resultado.....	106
Gráfico 90.....	106
Gráfico 91TIR.....	107

1.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

1.1.1 Contribución Al Empleo.



Grafico 1 Empleo Sector Lácteo Colombia

(Colombia Productiva, 2021)

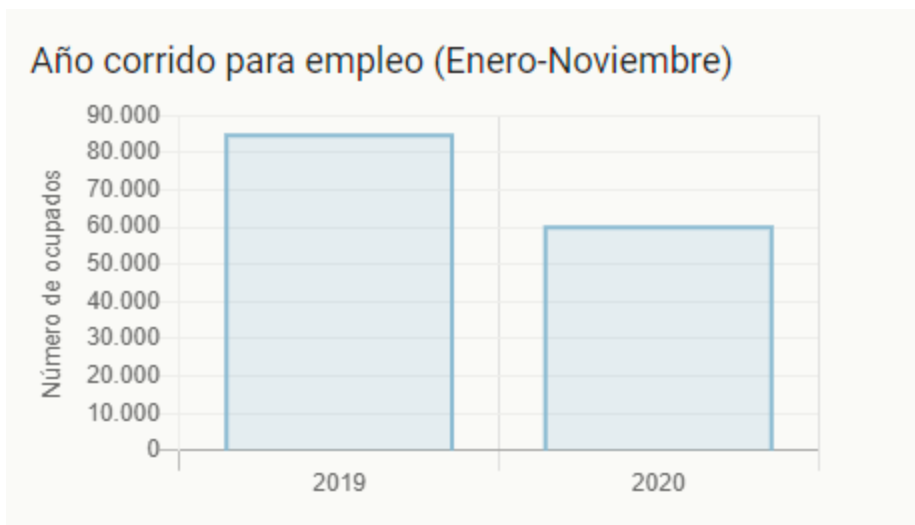


Grafico 2 Empleo En Colombia Año Corrido

(Colombia Productiva, 2021)

El sector Lácteo colombiano ha generado aproximadamente el 17% del empleo del sector agropecuario nacional, lo que quiere decir que alrededor de 500 mil familias encuentran su sustento en el sector lácteo, 450 mil en calidad de productores y 50 mil mediante empleos directos e indirectos en la industria láctea.

Para el año 2015 se generaron 78.059 empleos siendo uno de los más altos a comparación del de los otros años mostrados en la gráfica, el 2018 fue quien genero más empleos en la elaboración de productos lácteos con 87.297 ocupados para este año, ya en 2019 hubo una disminución significativa del .5, 67% al año anterior ya que ocupados fueron 82,343 en una variación del

-49,54%, en 2020 fue el año en que menos empleos se generaron con una ocupación del 68,386 en una disminución al año anterior de -24.804 (-29,12%) , este efecto se dio debido al Covid-19, ya que existe una sobreproducción del lácteo del 7% y están teniendo pérdidas económicas, ya que sectores de restaurantes, hoteles y otros que les compraban productos han estado cerrados en su mayoría. Otro de los factores que está incidiendo en este exceso de producción, se debe a que el Gobierno Nacional a inicios del 2020 decidió subir un 8% el precio que se le paga a los productores lácteos, porcentaje que superó el aumento del salario mínimo, el cual estuvo en un 6%, sumado al desempleo que se incrementó en el país durante la pandemia,

lo que afectó el bolsillo de los colombianos que no han podido adquirir estos productos como lo hacían anteriormente.

En cuanto a los departamentos con mayor producción lechera, más empleos generan como es el caso de Cundinamarca que en 2019 genero 10.880 empleos y en 2020 10,921 con una variación del 0,4% , le sigue Antioquia que entre 2019 a 2020 tuvo una disminución negativa del 14,9% , Bogotá DC en 2019 genero 8.427 y para 2020 5,705 con una variación del -32,3% es el porcentaje más bajo a comparación de los otros departamentos , córdoba es otro departamento que tuvo menos ocupados con un -24%, y bolívar genero 4.171 empleos en 2019 , para 2020 3.577 en variación del -14,2% , lo que podemos ver es que en el 2020 debido a la emergencia sanitaria muchos colombianos quedaron desempleados.

1.1.2 Exportaciones, Importaciones. Balanza Comercial Del Sector.

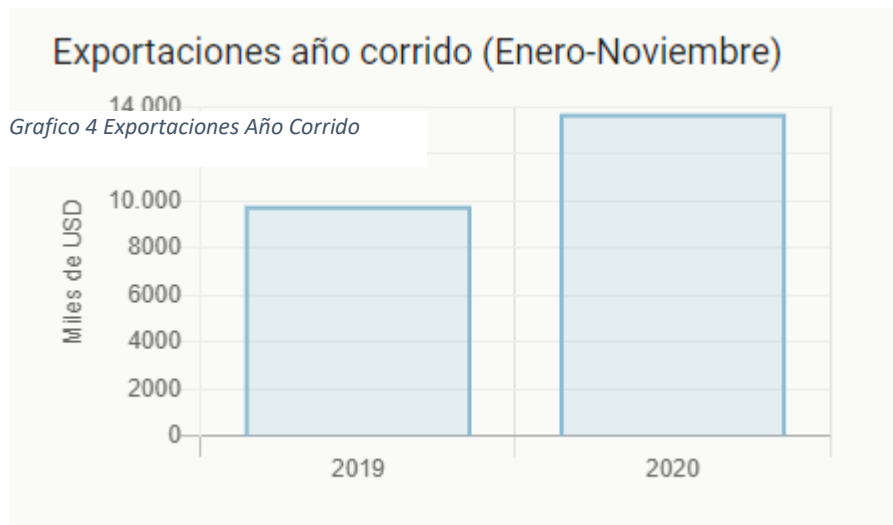
Exportaciones

El sector de los lácteos en Colombia está en crecimiento, con un volumen aproximado de 6.640 millones de litros anuales. Cuenta con condiciones favorables para el sector, que han permitido al país ganar participación como exportador a nivel mundial, que hasta la fecha ha llegado a Exportar a una gran cantidad de países en mundo, siendo el 2012 en el que más género, siendo los más bajos 2016 y 2019 con menos de 10.000 miles de dólares, en lo trascurrido del 2020 tuvo un crecimiento de 14.000 miles de dólares



Grafico 3 Dinámica Anuales Exportaciones

(Colombia Productiva, 2021)



(Colombia Productiva, 2021)

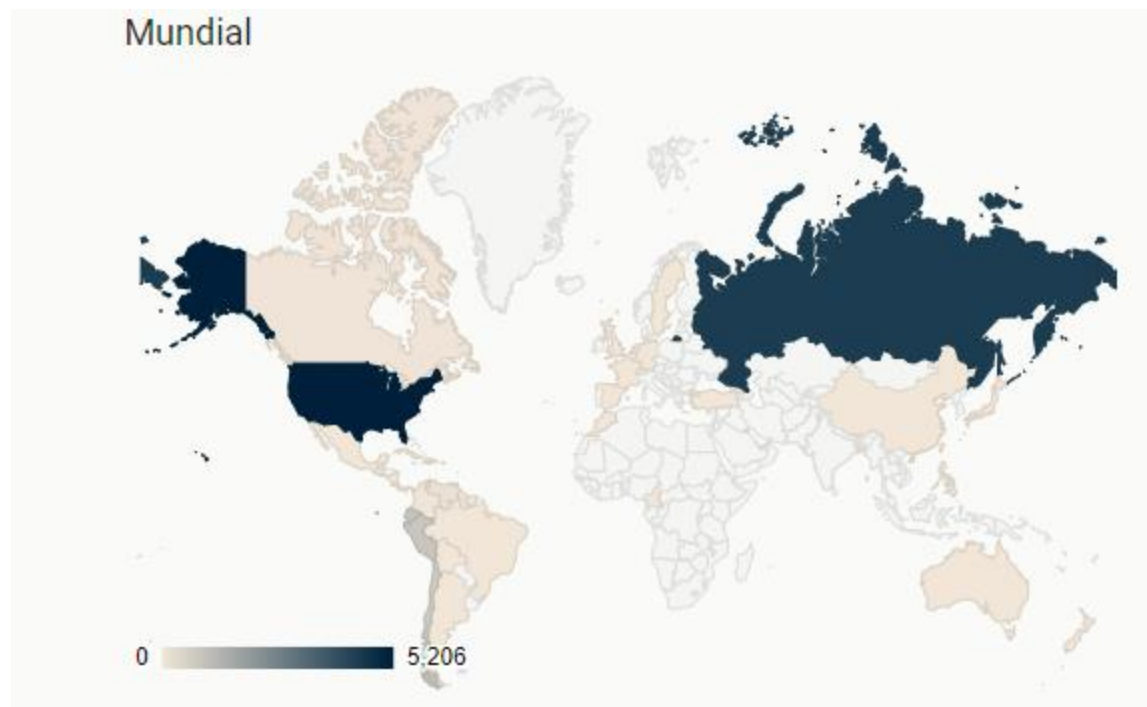


Grafico 5 Ubicaciones Geograficas De Exportaciones

(Colombia Productiva, 2021)

Dentro de este listado de compradores se encuentran Estados Unidos con US\$4.756.749 millones para el año 2019 con una variación del -5,6% con respecto al año 2018, ya en el 2020 tuvo un incremento significativo de 5.205.886 en el que este sector aumentó sus ventas debido a la emergencia sanitaria mundial, o que llevó a que fuese un producto más consumido a comparación del año anterior con una variación del 19,8% para noviembre del 2020 con una tasa de crecimiento actual de 16,3% de participación .

Otro destino importante es Rusia el cual comenzó con las negociaciones para 2014 en el que compró USD 110.000 miles , ya para el 2015 y 2016 no tuvo compra alguna hasta 2017 que subió en gran medida con USD 6.593.155 miles, en el 2019 obtuvo 959.500 dólares, y para el 2020 fueron de USD\$4.428.750 miles con una variación del 361,6% .

Ecuador con USD\$914.976 miles para el 2019 en el 2020 con USD 866.229 miles, con una variación del 1,3% entre estos dos años, Ecuador a lo largo de los años ha sido un socio comercial, pero ha disminuido su tasa de crecimiento anual a un -1.1%, por otro lado Perú para el 2019 compró el USD\$1, 163,273 millones

con una variación del 29,2% al año anterior, en el 2020 con USD 839,327 millones con una variación del -23,6% y una tasa de crecimiento anual de -0,1%, Ventaja que le permite al sector de los lácteos en Colombia, utilizar este insumo en el tratamiento de una amplia gama de productos derivados, en función de las tendencias que marca el mercado internacional.

Entre los productos más exportados encontramos la mantequilla con ventas en el 2019 de USD1.072 millones y 2020 de USD 3.036 millones con una variación del 183,2% , los quesos frescos con ventas de USD 2,122 miles para 2020 de USD 2,173 miles con variación anual de 2,4%, las demás leches y nata (cremas) en 2019 obtuve ventas de USD 707 miles , 2020 con USD1.523 miles con variación de 115,5% , leche condensada con USD 707 miles para 2019 y USD 1.380 miles en 2020 con variación del 53,2% ,los demás quesos cuentan con mayores ventas en el mercado extranjera de USD 3.235miles para 2020 con una variación del 41,1% al año anterior.

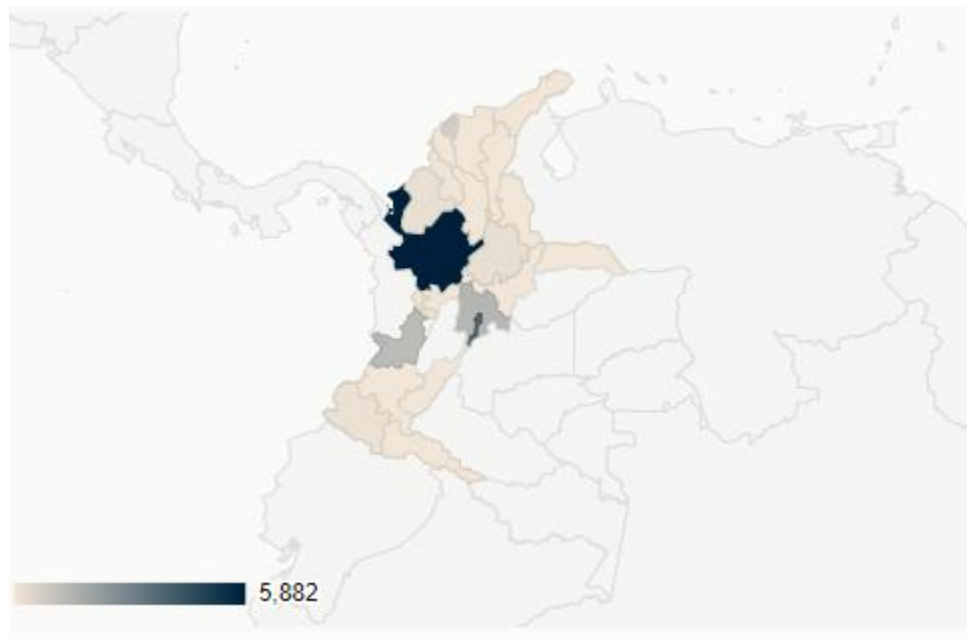


Grafico 6 Departamentos Exportadores

(Colombia Productiva, 2021)

Los principales Departamentos exportadores de lácteos en Colombia son Antioquia que en el último año ha obtenido ventas de USD 2,418 miles con una variación del 143,4% siendo el departamento con mayores exportaciones de este sector económico, le sigue Bogotá con USD 3.840 miles en 2020 y una tasa de crecimiento anual del 22.2% siendo uno de los principales productores de lácteos, Cundinamarca disminuyó entre 2019 a 2020 con una variación del -33,0%, valle del cauca para 2019 obtuvo ventas de USD 565 miles y 2020 con USD 1.219 con variación del 115,8%, atlántico ha tenido una tasa de crecimiento anual del -32,4 a lo largo de los años.

Importaciones



Grafico 7 Importaciones Anuales Sector Lacteo

(Colombia Productiva, 2021)

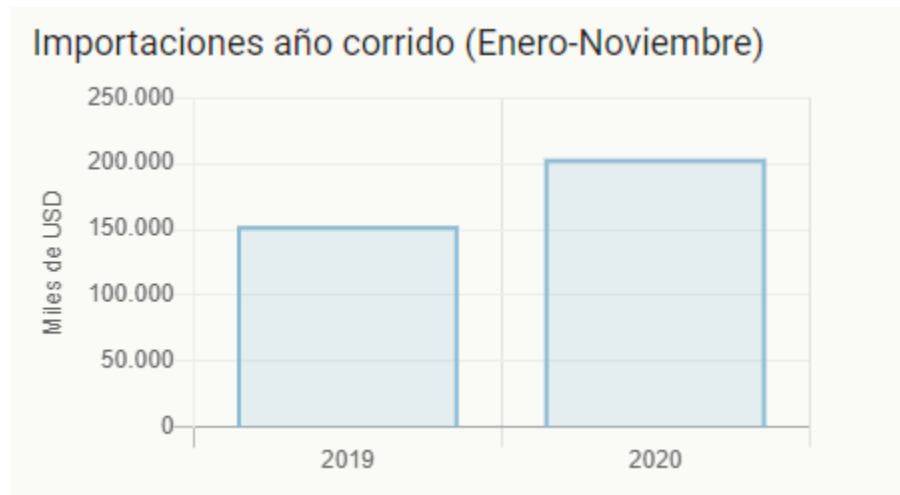


Grafico 8 Importaciones Año Corrido

(Colombia Productiva, 2021)

El sector lácteo tiene una tendencia creciente en materia de importaciones. Según la Asociación Colombiana de Productores de Leche (Asoleche), en el 2019 ingresaron al país más de 61 mil toneladas de diferentes lácteos, superando el récord de más de 150.000 miles de dólares en 2019 y hasta noviembre de 2020 en

200.000 miles de dólares. En medio de la apertura económica, se consolidó el proceso de desarrollo del mercado interno con la llegada de nuevos competidores al mercado nacional y la innovación en productos y tecnologías que permitieron incrementar la producción nacional y el consumo interno.

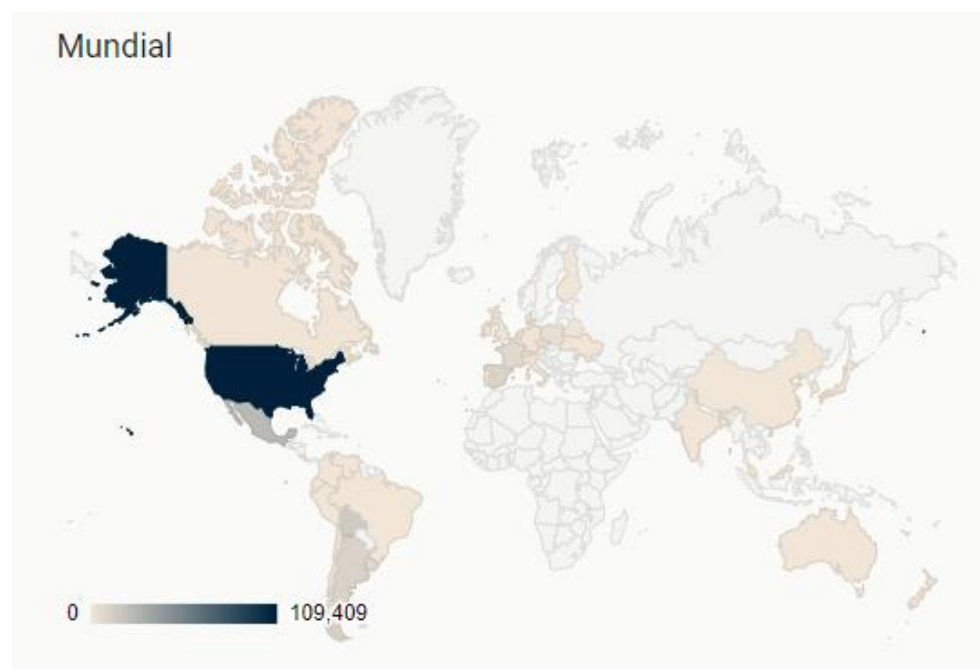


Grafico 9 Origen De Las Importaciones

(Colombia Productiva, 2021)

Las importaciones del primer trimestre del 2020 provienen de Estados Unidos con ventas de 109.409 miles de dólares, con una variación del 25,8% al 2019, México cuenta con ventas de USD 23,915 para 2020 y una tasa de crecimiento anual de 191,4%, le sigue Bolivia ventas de USD15, 099, argentina con una tasa de crecimiento anual del 15,3% hubo un incremento significativo entre 2019 y 2020 del 55,5%, España es otro destino importador en 2019 ventas de USD 4.017 y 2020 de 9.972 teniendo una variación del 148,2% y una tasa de crecimiento anual de 40,85.

El insumo más comprado es la leche en polvo descremada con 16 741 toneladas por un valor inferior a los 44,6 millones de dólares, la leche y nata ha tenido una participación en el mercado 77,6% a lo largo de los años, las demás leches y cremas entre 2019 y 2020 tuvieron una variación del 43,8%, quesos frescos en el 2019 se compraron USD 47,482 y para 2020 USD 11,286 con una variación entre estos dos 43,8%.

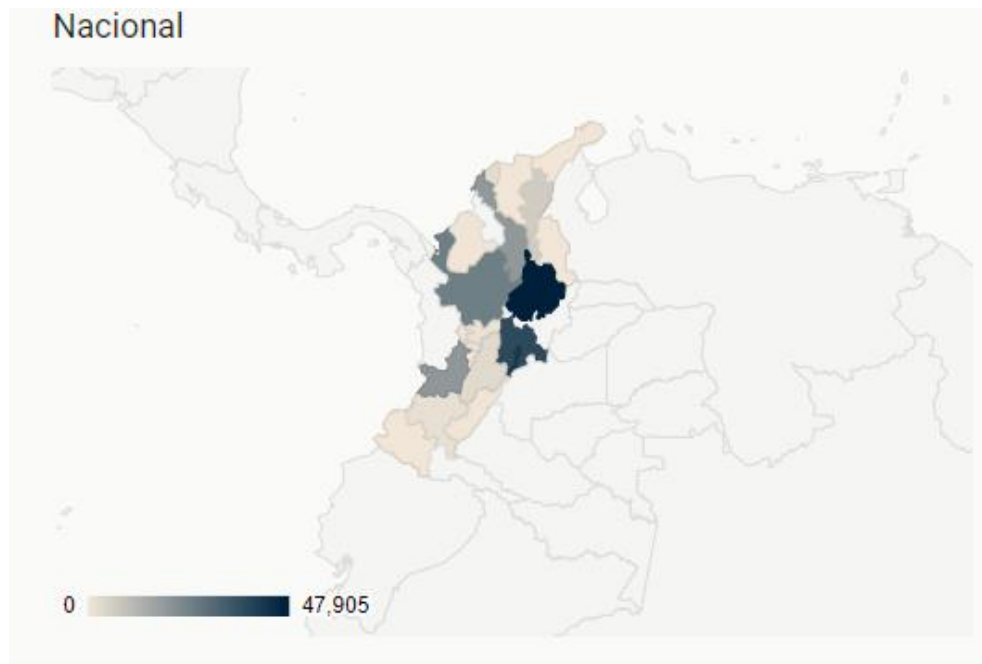


Grafico 10 Departamentos Importadores

(Colombia Productiva, 2021)

Los departamentos con mayores importaciones es Santander con compras de USD 47,905 en 2019 y para 2020 de USD 47.905 con una variación del 110,1%, le sigue Bogotá con 34,9% de variación anual, Cundinamarca bajo las importaciones de estos productos con -13,2% entre 2019 que se compraron USD42.976 Y 2020 USD 37,285 siendo el mayor importador con una tasa de crecimiento del 441,2%, Antioquia tuvo una tasa de crecimiento anual del 37,4%.

Balanza Comercial

Colombia importó más de lo que exporto tiene balanza deficitaria en el sector lácteo, Los principales productos importados, que repercuten en este resultado, son leche en polvo que representa 45% del total.

Estados Unidos es el principal proveedor de lácteos. De allí provienen 54% de las importaciones del sector, a medida que pasan los años los TLC ampliarán los cupos sin aranceles hasta que finalmente sean eliminados., seguido de las compras en la Comunidad Andina de Naciones (CAN) con una participación de 15%., El tratado de libre comercio firmado con la Unión Europea ha permitido en pequeña escala, que los productos europeos ingresen al país.

1.1.3 Comercio Mundial Del Sector

Lo que hace de Colombia, un país competitivo en el sector de los lácteos es la alta calidad. Producto que cuenta con porcentajes de proteína y grasa, superiores a los de importantes productores mundiales como Nueva Zelanda, Alemania, Suiza, Canadá y EE.UU. El porcentaje de proteína que Colombia maneja en la región del Caribe, Santander y Caquetá es de 3,56%, superando al promedio de proteína de todas las potencias. En cuanto al porcentaje de grasa, Colombia supera a países como Estados Unidos y Canadá y sus niveles son muy cercanos Suiza y Alemania. Siendo así, la calidad de la composición de la leche da para competir internacionalmente con potencias mundiales, teniendo en cuenta que éstos niveles se deben nivelar nacionalmente ya que tenemos regiones que aún se encuentran muy bajas de calidad.

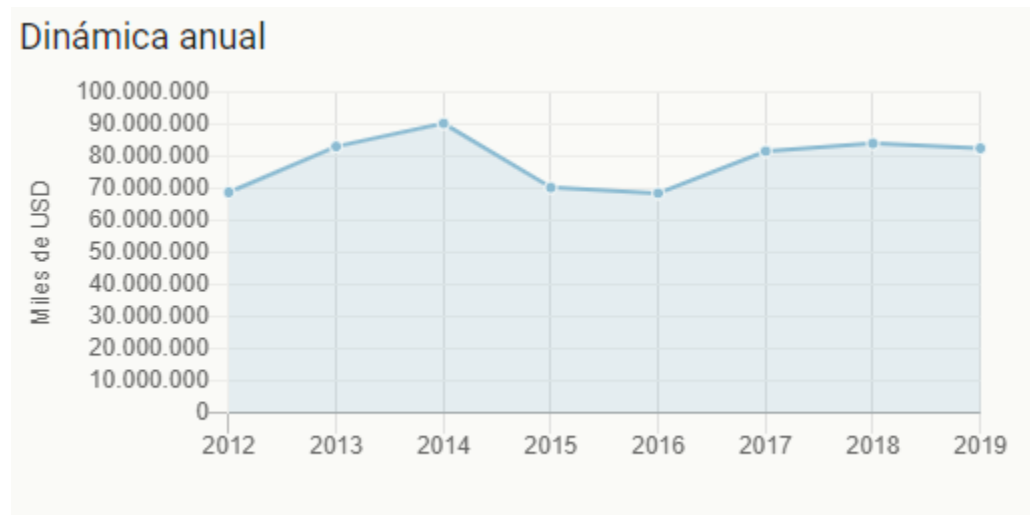


Grafico 11 Comercio Del sector

(EMIS, 2021)

En la Grafica se puede analizar que el sector lácteos tuvo un aumento significativo en el año 2014 con USD 90.092.891 , para los siguientes dos año disminuyo siendo el 2016 el año con menores ventas de este sector que fueron de USD 68.420.574 los siguientes tres años estas se mantuvieron estándares sin un cambios notables en el sector.

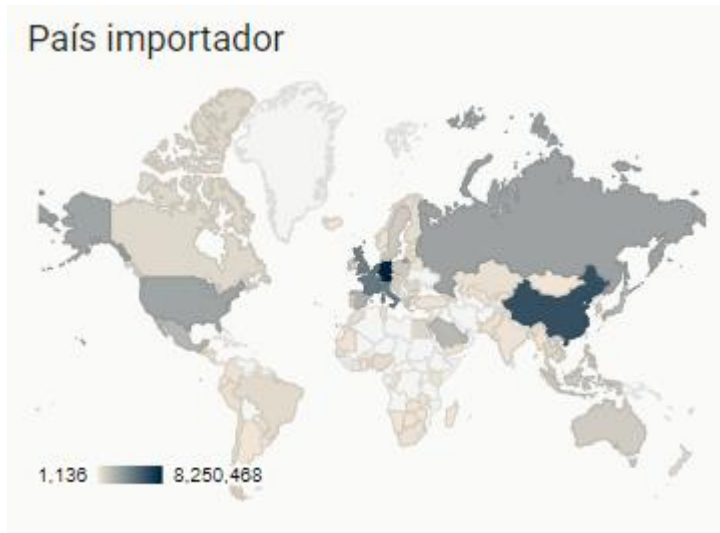


Grafico 12 Mayores Importadores A Nivel Mundial

(Colombia Productiva, 2021)

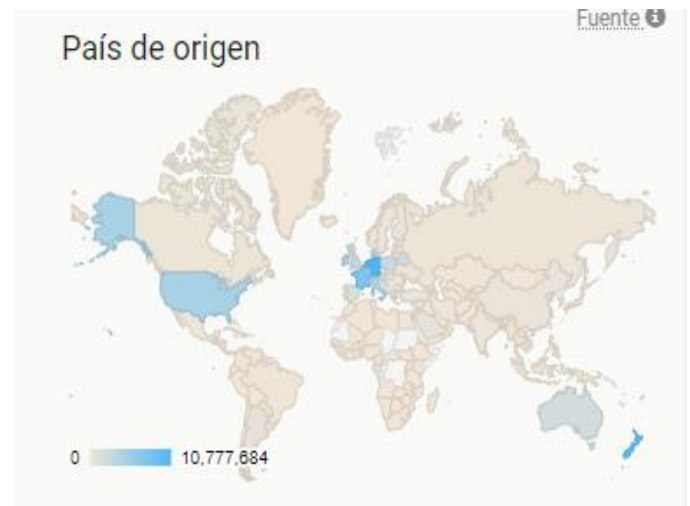


Grafico 13 Origen De Las Importaciones A Nivel Mundial

Los principales países importadores encontramos a Alemania, china, países bajos, Francia siendo Alemania el mayor comprador de este sector cuenta con compras de USD 8.250.468 en el año 2019 con una variación del 0,4% al año anterior, los países de origen de estos productos encontramos que Alemania lidera este con USD 10.821.474 para 2019, nueva Zelanda con USD 10.023.329 en 2019 , para 2018 fueron de 9,679,074 con una variación de 3,6%, países bajos quien disminuyo sus compras entre 2018 y 2019 de -5,7 % , Francia tuvo variación del -2,9% por otro lado Estado Unidos tuvo un aumento entre 2018 y 2019 del 1,7%.

Los principales productos que importan los países ya nombrado son quesos con ventas de USD 19, 247,306 con una variación del 0,5 al año anterior, le sigue leche y nata que disminuyo el -0,6% entre el año 2018 a 2019, mantequilla con ventas anuales de USD 6, 936,558 siendo uno de los productos que más vario entre los años 2018 a 2019 con un -15,6, crema o granulos y demás, quesos frescos sin madurar.

Dinámica anual

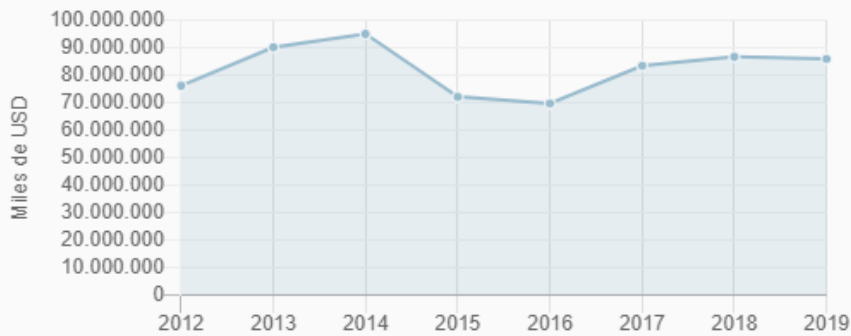


Grafico 14 Exportaciones Lácteas A Nivel Mundial

(Colombia Productiva, 2021)

Podemos evidenciar que las exportaciones a nivel mundial de productos lácteos se han mantenido constante desde el año 2012 hasta el año 2019, hubo una leve disminución entre los años 2014 y 2016.

Este mercado es muy poco volátil lo cual nos genera pronósticos muy acertados y un muy bajo riesgo a la hora de predecir datos sobre el sector.



Grafico 15 Países exportadores A Nivel Mundial

(Colombia Productiva, 2021)

Los principales países exportadores de productos lácteos son Estados Unidos, Reino Unido, Alemania y China.

Estados Unidos Exporto 12.305.849 millones de dólares en el año 2019 con una variación del 8,6% con respecto al año anterior. En segundo lugar, se encuentra el Reino Unido el cual exporto 4.769.981 millones de dólares para el año 2019 con una variación del -1,6% para el año 2019 lo cual nos muestra una fuerte hegemonía en el mercado como lo es USA.

En tercera posición encontramos Alemania la cual exporto 4.597.608 millones de dólares en el año 2019 con una variación del 1,5% con respecto al año anterior.

1.1.4 Ventas

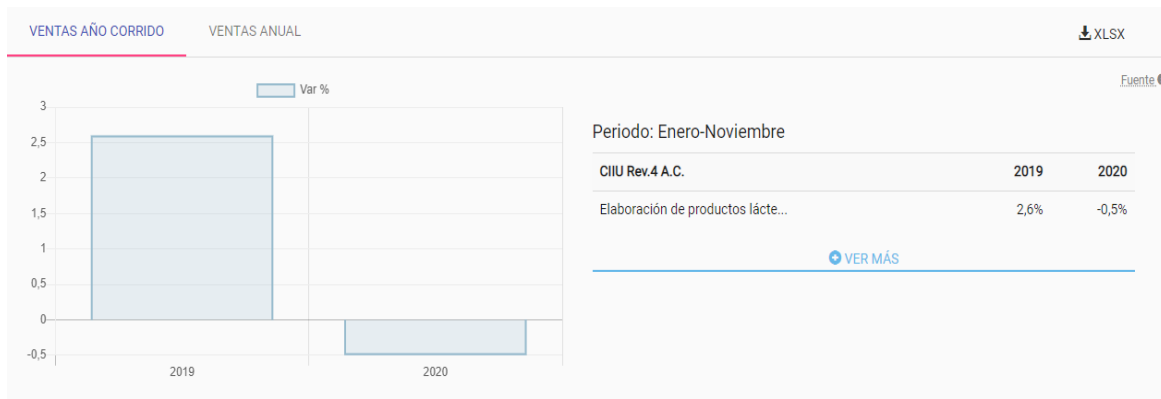


Grafico 16 Ventas Año Corrido Colombia

(Colombia Productiva, 2021)

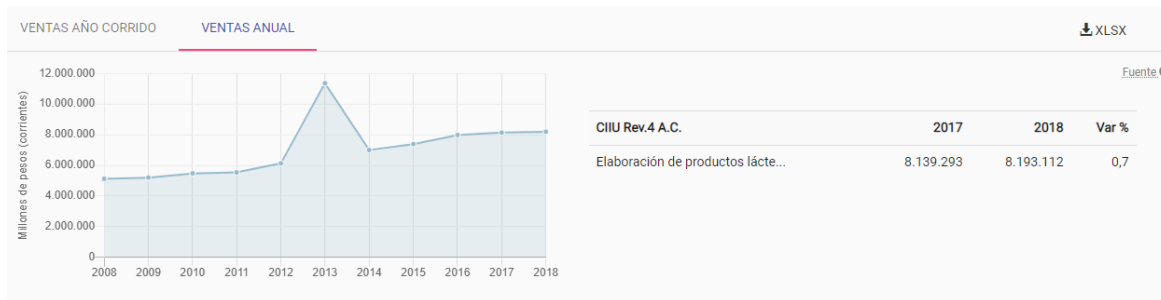


Grafico 17 Ventas Anuales Sector Lácteo Colombia

(Colombia Productiva, 2021)

Analizando las ventas de los últimos años podemos encontrar que el sector lácteo ha venido en un constante crecimiento sostenido sin tomar en cuenta el año 2013 ya que este año sin duda alguna fue un año anormal y esto es debido a que en ese año se logró una increíble cifra de 11.352.346 dólares exportados de productos

con la subpartida arancelaria de demás leche y nata, una cifra que hasta el año actual se está muy lejos de volver a lograr.

Como era de esperar después del 2013 en el año 2014 hubo una caída drástica en las ventas cayendo a las cifras normales que se venían obteniendo antes del 201, solo es hasta el 2020 que el sector lácteo ha tenido otra caída en las ventas y esta es debido a la pandemia a nivel mundial que surgió durante el 2019, sin embargo, la caída en las ventas no fue muy grande y solo fue un -0.5% para finalizar entre los últimos años el 2016 es el año donde ha habido mayor crecimiento con un 8.07%.

1.1.5 Principales Subsectores, Principales Productos Del Sector Subsectores

- Leche y crema
- Mantequillas
- Otros derivados
- Quesos
- Sueros
- Yogur

Quesos



Departamentos

- Bogotá D.C.
- Antioquia
- Atlántico
- Santander

(Colombia Productiva, 2021)

Leche y Cremas



Gráfico 19 Exportaciones Anuales Leche y Crema Colombia

(Colombia Productiva, 2021)

Mantequilla



Gráfico 20 Exportaciones Anuales Mantequilla Colombia

(Colombia Productiva, 2021)

Departamentos

- Antioquia
- Atlántico
- Cundinamarca

Departamentos

- Antioquia
- Atlántico
- Cundinamarca

De los anteriores gráficos obtenidos acerca de los subsectores del sector lácteos podemos concluir que indiscutiblemente el subsector de quesos es el que ha generado mayores exportaciones con 5464 miles de millones de dólares de todo el sector obteniendo un crecimiento en las exportaciones con respecto al 2019 de 21.53%, por otro lado, los subsectores de mantequilla y leche y crema son después del de quesos los que más han exportado con 3036 y 2210 respectivamente, además cabe recalcar que el subsector de mantequilla fue el que obtuvo el mayor crecimiento entre 2019-2020 con un 182.42%.

En cambio, el subsector de Suero solo exporto 89 miles de millones y es el único subsector que no obtuvo mayores exportaciones en el 2020 con respecto al 2019 con una variación negativa de -74%.

Por su parte el subsector de otros derivados en 2019 y 2020 ha exportado aproximadamente la misma cantidad un poco más de 1600 miles de millones con solo un crecimiento del 3% con respecto al año anterior.

Para finalizar hay que mencionar que los principales departamentos que exportan productos lácteos son Antioquia, atlántico, Cundinamarca y Bogotá D.C. Además, después de analizar todos los subsectores se pudo concluir que los principales destinos de los productos lácteos son estados unidos, Rusia y Aruba.

Productos

Productos

Subpartida arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 Ene- Nov	2020 Ene- Nov	2019/2018 Var %	2020/2019 Var % Ene- Nov	TCAC 2019/2010
Los demás quesos.	6	77	293	397	835	1.783	2.039	2.237	2.288	2.443	2.293	3.235	6,8	41,1	94,1
Mantequilla (manteca).	566	434	2	247	865	307	2	2.346	4.162	1.152	1.072	3.036	-72,3	183,2	8,2
Queso fresco (sin madurar), in...	1.438	1.359	777	829	1.413	1.355	1.516	1.313	1.584	2.361	2.122	2.173	49,0	2,4	5,7
Las demás leche y nata (crema)...	3.438	1.025	0	31.327	7.564	18.600	0	6.474	5.399	714	707	1.523	-86,8	115,5	-16,0
Leche condensada.	322	210	253	1.221	1.204	543	348	1.360	930	912	901	1.380	-1,9	53,2	12,3
Yogur.	663	574	535	428	173	151	171	805	924	1.103	965	1.168	19,5	21,0	5,8
Leches y natas (crema), concen...	0	0	0	0	1	1	1	105	8	1	1	337	-84,1	26.659,4	N.C.
Los demás helados, incluso con...	112	121	187	913	819	712	640	635	929	775	708	312	-16,6	-56,0	24,0
Leche y nata (crema) concentra...	14	239	937	212	438	113	2	3.775	1.601	315	315	148	-80,4	-52,9	41,7
Leche y nata (crema), sin conc...	7	3	14	25	0	4	14	29	60	43	36	73	-28,0	102,1	21,7

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Enero de 2021.

Grafico 21 Principales Productos Lacteos Colombia

(Colombia Productiva, 2021)

Al observar los principales productos del sector lácteo podemos darnos cuenta que sigue la tendencia en donde los quesos son el principal producto con un total de 3.235.030 dolares, lo que es consecuente con lo analizado previamente en donde el subsector de quesos era el que más dinero genera, además podemos ver cómo ha tenido un crecimiento sostenido y bastante grande en los últimos años siendo este último año el mejor hasta ahora el punto de posicionarse en el primer producto del sector.

El segundo producto de la lista es la mantequilla con un total de 3.036.857 dólares además algo a recalcar es el crecimiento exponencial que tuvo entre el año 2019-2020 en donde creció un 183,2%, sin embargo, este no ha sido su mejor año ya que en el 2018 logro un total de 4.162.454.

Un producto que ha tenido un comportamiento sorpresivo ha sido el de las demás leche y nata ya que en el 2013 logro una increíble cifra de 31.327.346 pero desde ese año sus exportaciones han venido cayendo y en el año 2020 exporto 1.523.820 dólares con una variación favorable de 115% sin embargo esta cifra está lejos de lo que en el pasado se logró exportar.

cabe decir que los productos de los demás helados y leche y nata desconcentradas fueron entre los primeros diez productos quienes obtuvieron una variación negativa entre 2019-2020 con un -56% y -52.9% respectivamente.

1.1.6 Principales Acuerdos Que Benefician Al Sector

Los principales acuerdos que benefician al sector lácteo son:

- CAN
- Canada
- Caricom
- Chile
- Costa Rica
- Cuba
- Efta
- Estados Unidos
- Mercosur
- México
- Nicaragua
- Unión Europea

- Venezuela

Estados unidos

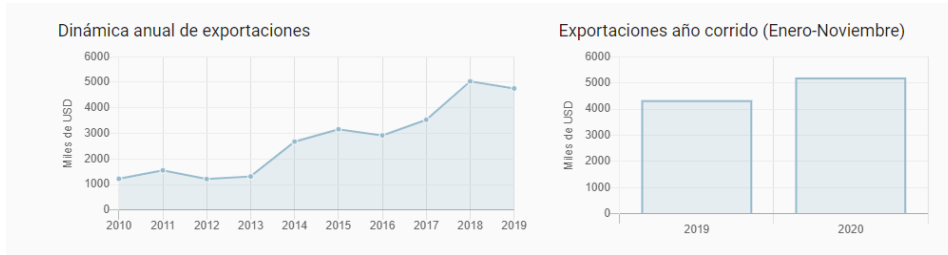


Grafico 22 Exportaciones con Estados unidos

(Colombia Productiva, 2021)

Producto	2019	2020	Var %
Los demás quesos.	2.201	3.126	42,0
Queso fresco (sin madurar), in...	1.081	1.210	11,9
Yogur.	479	664	38,7
Mantequilla (manteca).	404	68	-83,2
Los demás helados, incluso con...	20	47	134,4

Departamento	2019	2020	Var %
Bogotá, D.C.	1.823	3.075	68,7
Antioquia	1.389	1.384	-0,4
Cundinamarca	747	451	-39,6
Córdoba	174	151	-13,1
Atlántico	207	126	-39,2

Destino	2019	2020	Var %
Estados Unidos	4.344	5.206	19,8

[VER MÁS](#)

Grafico 23 Destinos Y Productos Exportados A Estados unidos

(Colombia Productiva, 2021)

Resto de Países

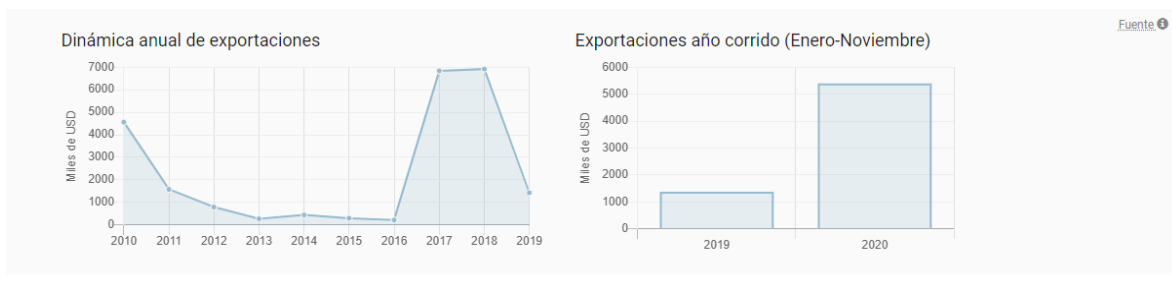


Grafico 24 Eportaciones Resto De Países

(Colombia Productiva, 2021)

Producto	2019	2020	Var %	Departamento	2019	2020	Var %	Destino	2019	2020	Var %
Mantequilla (manteca).	666	2.955	344,0	Antioquia	963	4.435	360,4	Rusia	960	4.429	361,6
Las demás leche y nata (crema)...	158	1.516	862,4	Cundinamarca	177	307	73,1	Aruba	237	609	157,0
Queso fresco (sin madurar), in...	108	389	261,1	Atlántico	74	303	309,2	Curazao	126	277	120,3
Yogur.	101	206	104,6	Santander	45	215	379,9	República Dominicana	0	34	0,0
Los demás quesos.	91	76	-16,9	Bogotá, D.C.	108	66	-39,0	Emiratos Árabes Unidos	0	23	0,0

Grafico 25 Destinos Y Productos Exportados A Resto De Paises

(Colombia Productiva, 2021)

CAN

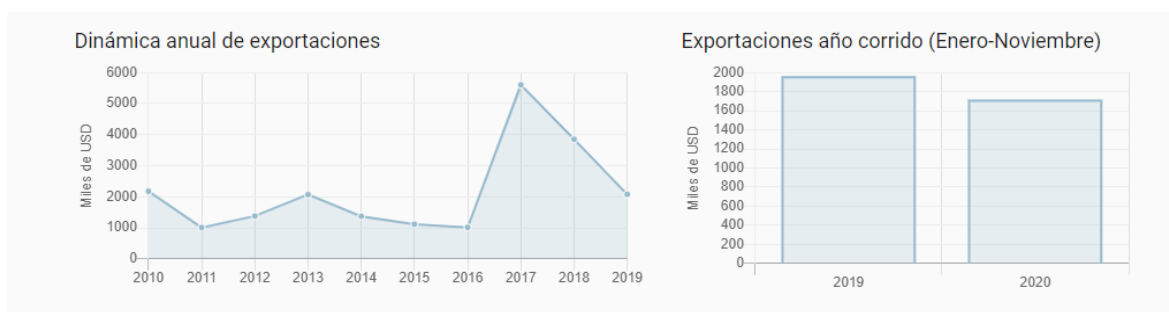


Grafico 26 Exportaciones Anuales Mediante La CAN

(Colombia Productiva, 2021)

Producto	2019	2020	Var %	Departamento	2019	2020	Var %	Destino	2019	2020	Var %
Leche condensada.	493	1.076	118,2	Valle del Cauca	470	1.065	126,5	Ecuador	866	877	1,3
Yogur.	352	254	-27,9	Cundinamarca	976	450	-53,9	Perú	1.098	839	-23,6
Los demás helados, incluso con...	679	224	-67,0	Nariño	3	126	4.007,6	Bolivia	0	0	0,0
Leche y nata (crema) concentra...	170	120	-29,2	Bogotá, D.C.	3	51	1.386,7				
Lactosa y jarabe de lactosa, c...	7	20	211,5	Antioquia	38	14	-63,0				

Grafico 27 Destinos Y Productos Exportados A CAN

(Colombia Productiva, 2021)

Los 3 anteriores acuerdos son los más utilizados en el sector de los lácteos siendo el de estados unidos el más utilizado lo que nos indica lo importante que es ese país para las exportaciones de lácteos colombianas con un total de 5.206.886 dólares en 2020 un 19.8% más que en el 2019 siendo el principal producto los demás quesos, también podemos observar como desde 2013 las exportaciones con ese país han venido en

aumento con pequeñas caídas en 2016 y 2019 esta última provocada por la pandemia, los departamentos que más utilizan este tratado son Bogotá D.C, Antioquia y Cundinamarca.

Con respecto al acuerdo de restos de países Rusia y Aruba son los países que más han utilizado este acuerdo y adonde más se ha exportado, Rusia tuvo un crecimiento exponencial en el último año con un total 4.429.750 dólares casi alcanzando a estados unidos siendo un 361% más que en 2019. Las exportaciones con estos países venia en caída hasta el año 2016 en donde las exportaciones se dispararon hasta que en 2019 volvieron a caer, sin embargo, en 2020 gracias a las exportaciones a Rusia las exportaciones volvieron a aumentar. Departamentos que más exportan son Antioquia, Cundinamarca y Atlántico.

Para finalizar se analizó el tercer acuerdo más utilizado que es el CAN (comunidad andina) en donde se observó que Ecuador y Perú son los principales países a donde Colombia exporta con un total de 877.418 dólares y 839.327 dólares respectivamente desde el 2013 las exportaciones por medio de este acuerdo han venido disminuyendo hasta 2016 que tuvo un crecimiento exponencial sin embargo en 2017 volvieron a caer y desde ese año han seguido disminuyendo entre 2019 y 2020 las exportaciones disminuyeron un -12.58%. los principales productos que se exportan por este tratado son leche condensada, yogur y demás helados, siendo los departamentos que más exportan valle del cauca, Cundinamarca y Nariño.

1.17 Destino De Las Exportaciones

Países																
País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 Ene- Nov	2020 Ene- Nov	2019/2018 Var %	2020/2019 Var % Ene- Nov	TCAC 2019/2010	
Estados Unidos	1.225	1.556	1.213	1.315	2.675	3.160	2.919	3.531	5.037	4.757	4.344	5.206	-5,6	19,8	16,3	
Rusia	0	0	0	0	110	0	0	6.593	6.541	960	960	4.429	-85,3	361,6	N.C.	
Ecuador	1.009	941	1.238	1.126	598	286	85	4.295	2.208	915	866	877	-58,6	1,3	-1,1	
Perú	1.169	66	112	944	773	830	927	1.307	1.644	1.163	1.098	839	-29,2	-23,6	-0,1	
Chile	20	0	0	89	433	567	873	950	964	1.374	1.257	724	42,6	-42,4	59,8	
Aruba	241	156	186	163	136	116	105	165	258	272	237	609	5,5	157,0	1,4	
Curazao	0	0	0	0	0	70	26	11	44	136	126	277	208,7	120,3	N.C.	
Trinidad y Tobago	9	115	1	0	0	0	0	0	0	6	2	275	0,0	12.600,1	-4,2	
Costa Rica	0	5	0	0	0	122	81	664	176	112	100	152	-36,5	52,1	N.C.	
Venezuela	3.048	995	1.396	31.546	8.380	18.738	96	1.312	4.731	134	134	129	-97,2	-4,0	-29,3	

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Enero de 2021.

Grafico 28 Principales Destino De Exportaciones Desde Colombia

(Colombia Productiva, 2021)

Los principales destinos de exportación de los productos lácteos del país se dirigen a Estados Unidos, Rusia y Ecuador. Entre el año 2019 y el año 2020 la variación en la exportación hacia Rusia fue de un 361,6% lo cual nos indica que este país aumento el consumo de lácteos considerablemente con lo cual se espera que para el 2021 este país se ubique en el primer puesto.

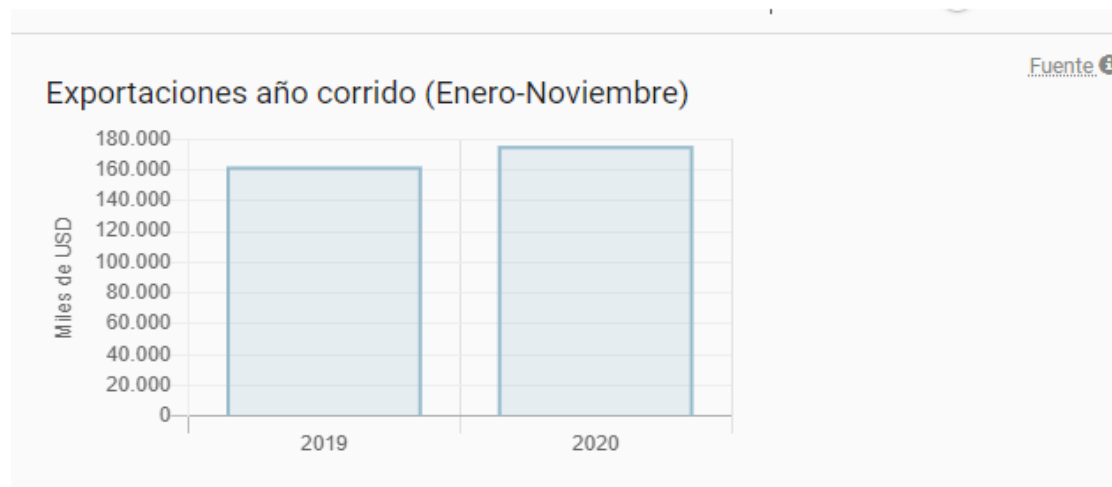


Grafico 29 Exportaciones Año Corrido

(Colombia Productiva, 2021)

A pesar de la pandemia pudimos notar que las exportaciones en términos monetarios aumentaron considerablemente entre el 2019 y 2020 ya que los productos alimenticios son primera necesidad.

1.1.8 Información Del Sector En El Departamento De Santander Exportaciones

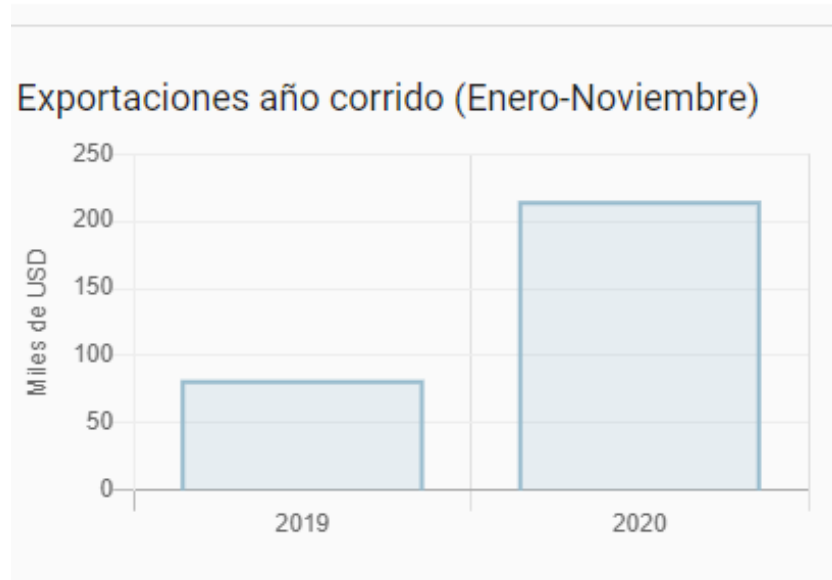


Grafico 30 Exportaciones Del Departamento de Santander

(Colombia Productiva, 2021)

Podemos visualizar que las exportaciones de lácteos en Santander aumentaron un 161% para el año 2020 con respecto al anterior, donde en el 2019 se exportaron 50 mil dólares de productos lácteos mientras que en el 2020 esta cifra aumento a 215 mil dólares.

Dinámica de exportaciones



Grafico 31 Dinámica Anual De Exportación Del Departamento de Santander

(Colombia Productiva, 2021)

Podemos evidenciar que cuando se inició la exportación de lácteos en Santander en el 2016 se veía un crecimiento exponencial hasta el 2018, desde el 2018 continuó decreciendo hasta el 2019, en el 2020 tuvo una mejora las exportaciones gracias a que estos productos lácteos tuvieron una demanda muy fuerte en los países desarrollados ya que son productos alimenticios los cuales no fueron tan afectados por la pandemia.

Destino de exportaciones

Los principales países a los cuales se exportaron productos lácteos desde Santander son Aruba con 136 mil dólares con una variación anual de 343%, después se encuentra Curazao con 79 mil dólares con una variación anual de 459%.

En el año 2020 solo exporto a estos dos países aportando muy poco al sector.

Países x

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 Ene- Nov	2020	2019/2018 Var %	2020/2019 Var % Ene- Nov	TCAC 2019/2010
Aruba	0	0	4	1	0	0	0	0	8	35	31	136	325,1	343,0	N.C.
Curazao	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	14	79	0,0	459,5	N.C.
Venezuela	0	0	0	0	0	0	0	1.298	3.255	38	38	0	-98,9	-100,0	N.C.
Panamá	0	0	0	0	0	0	0	660	0	0	0	0	0,0	0,0	N.C.

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Enero de 2021.

Grafico 32 Destino De Las Exportaciones Del Departamento de Santander

(Colombia Productiva, 2021)

Importaciones



Grafico 33 Importaciones Año Corrido Del Departamento de Santander

(Colombia Productiva, 2021)

En términos de importaciones hubo un incremento ya que en el 2019 ingresaron al departamento 22 mil dólares en productos lácteos y para el 2020 ingresaron 47 mil dólares, lo cual nos genera una variación del 110%.

Los principales de dónde vienen estas importaciones son:

1. Bolivia
2. México
3. Estados Unidos

Empleo

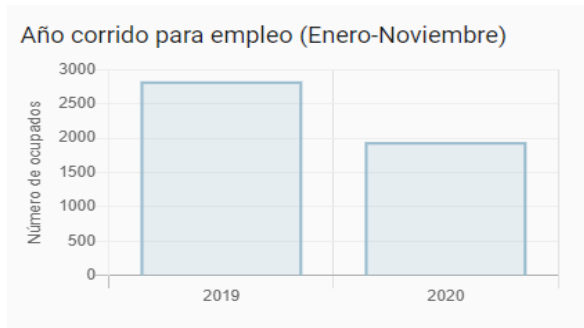


Gráfico 35 Empleo Del Departamento de Santander

(Colombia Productiva, 2021)

La pandemia afectando las industrias lácteas significativamente en la parte del talento humano, como podemos ver para el año 2019 se generaron 2.824 empleos en el departamento de Santander, para el 2020 se generaron 1.943 empleos con una variación de -31,2%, lo cual nos indica el momento crítico por el que pasa el sector en términos de generación de empleo.

1.2 ANALISIS DE LA EMPRESA

1.2.1 Información Corporativa de la Empresa

Nombre Completo: Alpina Productos Alimenticios S.A.

Principales Actividades:

-Elaboración De Productos Lácteos (C1040)

-Elaboración De Bebidas No Alcohólicas, Producción De Aguas Minerales Y De Otras Aguas Embotelladas (C1104)

-Comercio Al Por Mayor De Productos Alimenticios (G4631)

Productos Principales: Quesos, bebidas lácteas, postres, refrescos, leches, alimentación infantil.

Gráfico 34 Empleo Del Sector Del Departamento de Santander

Alpina se constituyó el 30 de octubre de 1969. Se dedica a la fabricación, compra, venta, importación, exportación de toda clase de productos alimenticios, en especial derivados lácteos y bebidas. La compañía tiene presencia en Ecuador, Estados Unidos, Perú y Venezuela. Además, cuenta con seis plantas en Colombia, dos en Ecuador y una en Venezuela.

Total, de Empleados: 5,264 (2020)

Audidores Financieros: EY (2020)

Estado: Operacional, No cotizada

Forma Legal: S.A.

Fecha de Incorporación: 30 de octubre de 1969.

Principales Ejecutivos:

Ernesto Fajardo Pinto: Representante Legal.

Claudia Caballero Leclercq: Miembro de la Junta Directiva.

Cristina de la Vega: Miembro de la Junta Directiva.

Detalles de Accionistas

Grupo Alpina Sas 94,9%

Agroindustrial De La Sabana Sa 1,7%

Belalp Partners International, S.L. (España). 1,7%

Planasilva Anstalt 0,86%

C - Riesgo promedio



EMIS Financial Score was not affected by Conditions

EMIS Benchmark Evaluación [Ver Detalles](#)

RIESGO BAJO

B 61,84

Esta empresa es mejor que el 61,84% de las compañías de su industria, lo que equivale a B - Riesgo bajo en la Business Scale.

Ranking promedio: 31 en 79 empresas

CAPACIDADES RELATIVAS	DEBILIDADES RELATIVAS
Ventas	Crecimiento de ventas
Utilidad Neta/ ventas	Nivel de Endeudamiento

EMIS Evaluación de Tendencia [Ver Detalles](#)

C RIESGO PROMEDIO

P&L	D
Balance General	C
Flujo de Caja	D

Comentarios: EMIS Evaluación de Tendencia se calcula basada de los 2 últimos estados financieros anuales de las empresas

Grafico 36 Evaluación Alpina

(EMIS, 2021)

1.2.2 Compañías Similares

Compañía	Total Ingreso Operativo	Tendencia De Los Ingresos Operacionales (%)	Margen Neto (%)	Ganancia (Pérdida) Neta	Activos Totales	Total de patrimonio	Estado Financiero:
Cooperativa Colanta	2,313,765	3.06	0.42	9,683	1,290,816	615,504	Indiv., 2019
Alpina Productos Alimenticios S.A.	2,004,901	-4.71	4.31	85,447	1,249,527	164,859	Consolid., 2019
Nestle De Colombia S.A.	1,558,221	3.06	9.41	144,599	940,172	183,121	Indiv., 2019
Productos Naturales De La Sabana S A S	741,776	3.84	0.79	5,842	551,969	85,588	Indiv., 2019
Compania Nacional De Levaduras, Levapan S.A.	515,241	7.90	1.53	7,871	424,076	156,065	Indiv., 2019
Meals Mercadeo De Alimentos De Colombia S A S Que Podra Utilizar Para Todos Sus Efectos La Denominacion Meals De Colombia S A S	461,073	7.58	8.12	37,313	749,855	221,390	Indiv., 2019
Parmalat Colombia Ltda	265,181	-2.69	-10.20	-26,667	126,436	49,579	Indiv., 2019
Gloria Colombia S A S.	264,867	0.28	-17.26	-45,424	264,565	84,613	Indiv., 2019
Cooperativa de Productores de Leche de la Costa Atlantica Ltda	203,792	N/D	1.68	3,328	108,975	62,747	Indiv., 2018
Lacteos Betania S A	198,701	-8.99	0.77	1,523	40,121	10,265	Indiv., 2019

Grafico 37 Compañías Similares A Alpina

(EMIS, 2021)

Como podemos observar Cooperativa Colana es la empresa que lidera este sector siendo la empresa con mayores ingresos operativos, además podemos observar que también es lejos la empresa con mayor patrimonio superando por amplio margen a alpina que ocupa el segundo lugar, por otro lado los activos de

activos de Colana y Alpina tienen un valor muy parecido y están muy por encima de la empresa que ocupa el tercer lugar Nestlé de Colombia, Sin embargo, Nestlé es la empresa con mayor margen neto de la lista con un 9.41% muy por encima de Colanta que es solo del 0.42% y Alpina que fue 4.31.

Por último cabe decir que Parmalat y Alpina fueron las únicas empresas que tuvieron una tendencia en los ingresos operacionales negativa.

1.2.3 ANALISIS FINANCIERO DE LA EMPRESA

1.2.3.1 Estado de resultados

Total, Ingreso Operativo

La ganancia obtenida por las operaciones comerciales de la empresa para el año 2017 fueron las más altas a comparación de los años estudiados con un ingreso operativo de 2,164,142,47 después de deducir los gastos operacionales, tales como salarios, depreciación y el costo de mercancía vendida, ya para 2018 tuvo una disminución de ingreso operativo de 2,104,003,89 con una variación del -2,78%, para el 2019 tuvieron ingresos de 2,004,901,42 con una disminución del -4,71% siendo la más bajas de los años estudiados.

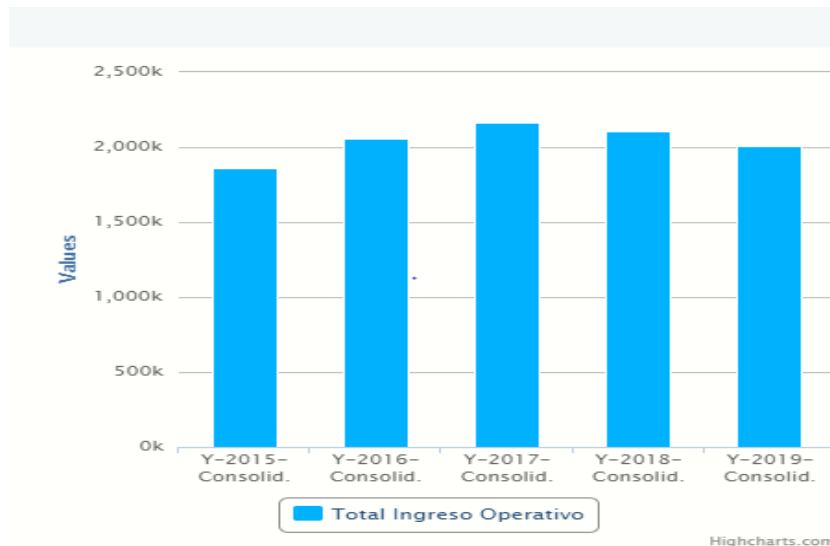


Grafico 38 Total Ingresos Operativos Por Año
(EMIS, 2021)

Los ingresos netos por ventas para el año 2015 y 2016 tuvieron un aumento significativo alcanzando 9,95% de variación al año anterior estos ingresos netos son la cantidad total de beneficios que obtiene una empresa, ya para 2017 se obtuvo una disminución -1,97% a comparación del año anterior con ventas de 2,136,880,83, 2018 ha sido en año con menores ventas de 1,82,770,33 alcanzando el -5,35% al año anterior siendo este año el que menos ingresos obtuvo , en el costo de mercancías vendidas ,Es el valor que se ha invertido para o comprar un producto para luego ser vendido, estos costos tuvieron mayor participación en el año 2017 con un incremento del 8,34% a comparación del año anterior que obtuvo un -6,08% , en el último año estudiado encontramos que los costos de mercancías vendida son de -1,194,302,69 lo que quiere decir que tienen bajos costos de mercancías y son más altos sus ingresos netos, para un total de ingreso operativo positivo a pesar que los últimos años ha venido disminuyendo.

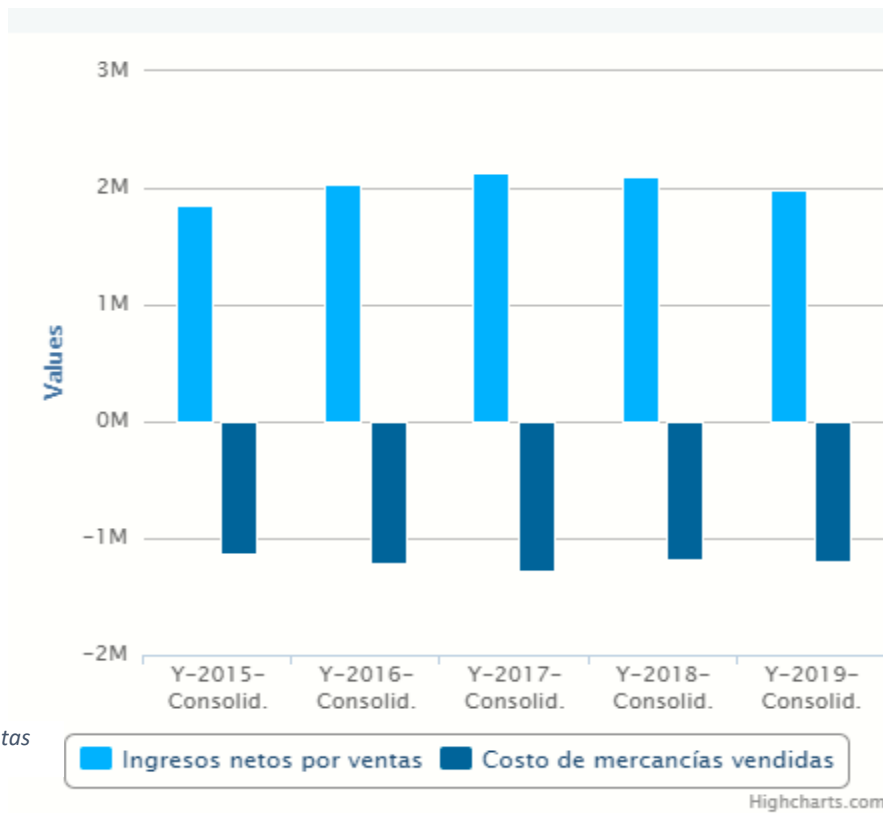


Grafico 39 Ingresos Netos Por Ventas

Utilidad Bruta

La utilidad bruta en los años de estudio fue positiva siendo el 2018 en el que la ganancia que se obtuvo de los productos después de que se descuentan los costos antes de lanzarlos al mercado y el costo de su adquisición antes de sacarlos a la venta, fue positivo ya que obtuvo 915,713,91 el más alto a comparación de los años estudiados en la gráfica, pero al igual tuvo una disminución de su utilidad bruta del -13,9% con respecto al año anterior , para el 2019 la ganancia fue menor de 788,467,64 , en cuanto a gastos de venta y distribución en año en que más se gasto fue el 2017 con un valor de -94,971,59 con un porcentaje de crecimiento del 26,78%, el 2018 tuvo menos gastos con un crecimiento solo del 9,66% , y cada vez fue más la disminución que incurren a este gasto ya que el 2019 fue de -62,821,57.

Otros gastos son los administrativos en este el año 2018 fue en el que obtuvo mayores gastos con -581,476,54 con un crecimiento del 7,82% al año anterior y el año 2019 si fueron menores los gastos administrativos con -535,991,98, los mayores gastos que se presentaron en este periodo de tiempo fueron administrativos , teniendo una utilidad bruta favorable.

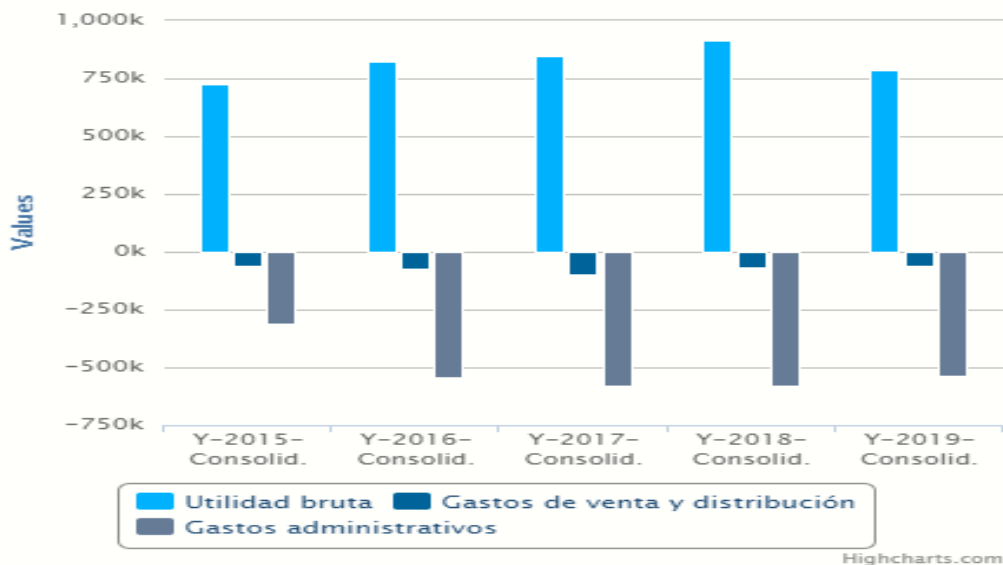


Grafico 40 Utilidad Bruta

(EMIS, 2021)

Highcharts.com

Ganancia Operativa (EBIT)

En la gráfica podemos analizar que el año 2016 el EBIT tuvo más ganancias de 213,694 esto quiere decir que el beneficio operativo de la empresa es buena, De esta manera, este dato indica la capacidad de una empresa para ser rentable, y en definitiva para generar beneficios. Ya para 2017 tuvo una disminución un -12,01%, entre 2018 y 2019 también ha disminuido este beneficio en la empresa con el -9,54%, ya que otros gastos operativos aumentaron para 2018 con

-61, 779,87 creciendo estos -269,72%.

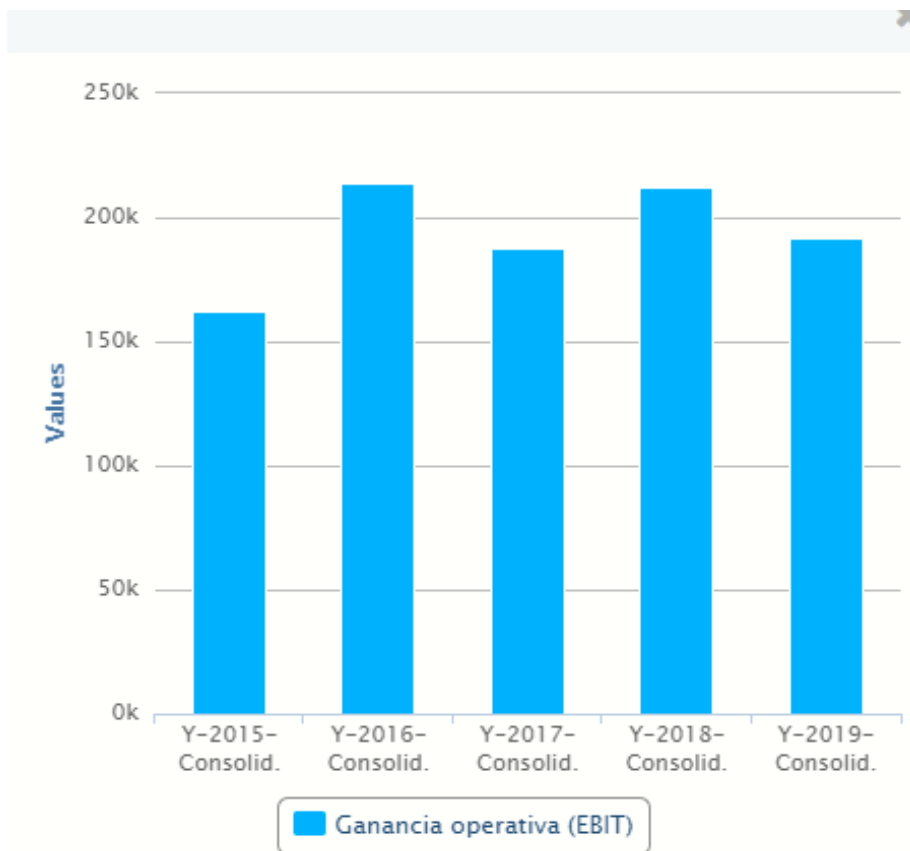


Grafico 41 Ganancia Operativa (EMIS, 2021)

EBITDA

El EBITDA es un indicador financiero que hace referencia a las ganancias de la compañía antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones. Se puede entender, pues, que el EBITDA es el beneficio bruto de explotación calculado antes de la deducibilidad de los gastos financieros, en el 2018 fue en el que más ganancias se obtuvieron con 283,380,01 con un crecimiento de 12,73% ya para 2019 se disminuyó a un -1,56% con ganancia de 278,949,98, ya la ganancia antes de impuestos para que el EBITDA sea positivo en los dos últimos años es el crecimiento del 142,36% para el 2019, pero al igual los gastos crecieron con un 56,03% en este mismo año al tener mayor ganancia.

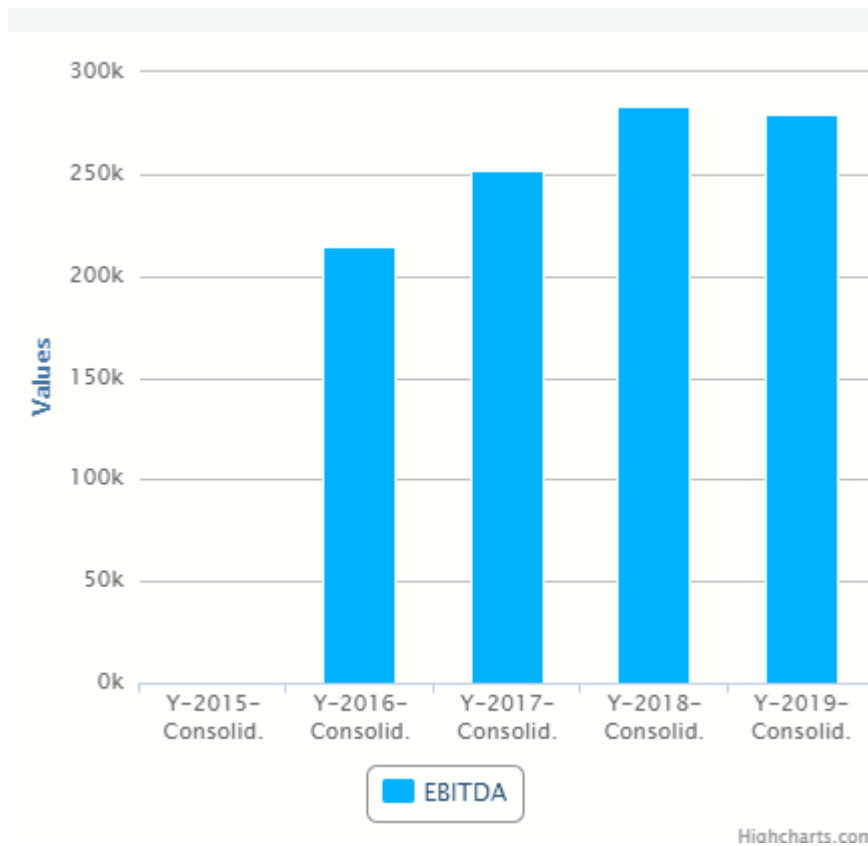


Grafico 42 EBITDA Alpina

(EMIS, 2021)

Ganancias Después De Impuestos

Muestra qué tan bien se desempeñó la compañía a través de sus operaciones principales. En el año 2018 obtuvo la mayor variación del 97,71% con un valor de 99,098.29 el cual no incluye pérdidas ni cargos por única vez, Estos no proporcionan una representación real de la verdadera rentabilidad de una empresa, ya para 2019 disminuyó un -13,78% con un valor de 85, 446,98, los otros factores para 2019 todos disminuyeron como lo son ganancia neta, ganancia atribuible a los propietarios y ganancia atribuible a intereses minoritarios siendo este el que más disminuyó de variación entre estos dos años con un porcentaje de -91,49% siendo atribuibles a accionistas ajenos a la compañía controladora, los cuales poseen la menor cantidad de acciones en una entidad comercial.

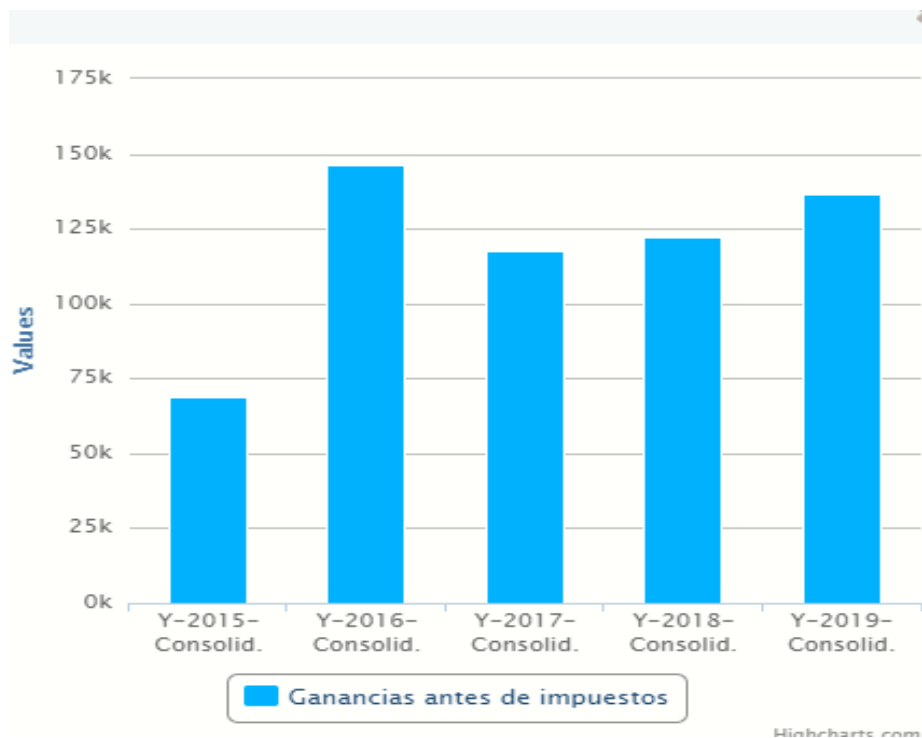


Grafico 43 Ganancia Antes De Impuesto (EMIS, 2021)

1.2.3.2 Balance Total

Activos Totales

Los activos de una empresa son todos aquellos bienes y derechos que le pertenecen a la misma y que determinan en uno u otro sentido su actividad comercial. Los hay de diversos tipos maquinaria, infraestructuras, mercaderías, inversiones, patentes entre los años identificados en la gráfica han tenido un constante crecimiento desde el año 2016 con una variación al año anterior de -5,04% ya para 2017 tiene un crecimiento del 6,81% de 1,117,498,66 , en 2018 aumento a un 9,54% siendo el 2019 en el que mejores activos a obtenido la empresa con un valor de 1,249,526,73 para obtener un crecimiento del 9,54% , en cuanto a los activos no corrientes, son duraderos y poco líquidos, porque se necesita tiempo para convertirlos en dinero efectivo, siendo el 2019 donde más se obtuvieron con un valor de 814,755,08 y un crecimiento del 12,46% con respecto al año anterior , ya para los activos intangibles en 2018 crecieron un 138,66% con valor de 72,589,72 y para el siguiente año siguió aumentando a un valor de 92,134.05 con un crecimiento del 26,92% , ya para comerciales y otras cuentas a cobrar no corrientes siendo conjunto de derechos de cobro o créditos a favor de la entidad que tienen su origen en la venta de bienes o prestación de servicios ha tenido una disminución para 2019 del -53,88% con un valor de 37,758,01 con respecto al año anterior , los activos a largo plazo entre 2017 y 2018 fueron disminuyendo pero ya en 2019 aumentaron un 1714,05% , ya en los activos diferidos están relacionado con gastos que se pagan por anticipado. Primero, se realiza un desembolso y, luego, a medida que se emplean o consumen los recursos correspondientes, se anota el gasto Mientras tanto, figuran en el activo para 2018 tuvo un crecimiento de 14870,57% y ya en 2019 disminuyó un 47,22% , los activos financieros a corto plazo creció un 100% en 2019 , Alpina mantiene adecuados niveles de liquidez que indican que sus activos corrientes tiene la capacidad de cubrir sus pasivos corrientes, así como la de cubrir su pasivo financiero de corto plazo.



Grafico 44 Activos Totales (EMIS, 2021)

Pasivos Totales

Encontramos que en el año 2017 tuvieron un aumento de deudas y obligaciones pendientes de pago. Con una disminución de -2,83% con respecto al año 2016, ya en el año 2018 aumento un 2,72% con un valor de 971,081, pero este siguió creciente significativamente llegando al 11,7% a un valor 1, 084,677, para el 2019 siendo el de mayor valores respecto a los años de estudio, en cuanto a los pasivos no corrientes el año 2019 también es el de mayor crecimiento con un 74,93% consiste en esa serie de deudas y obligaciones cuyo vencimiento es superior a un año. Las obligaciones de los pasivos corrientes que son las deudas y obligaciones que tienen una duración menor a un año en el 2019 disminuyeron un -23,7% con un valor de 475,054.17. Alpina presenta un nivel de endeudamiento adecuado a su estructura financiera y presenta un apalancamiento inferior al de la industria.

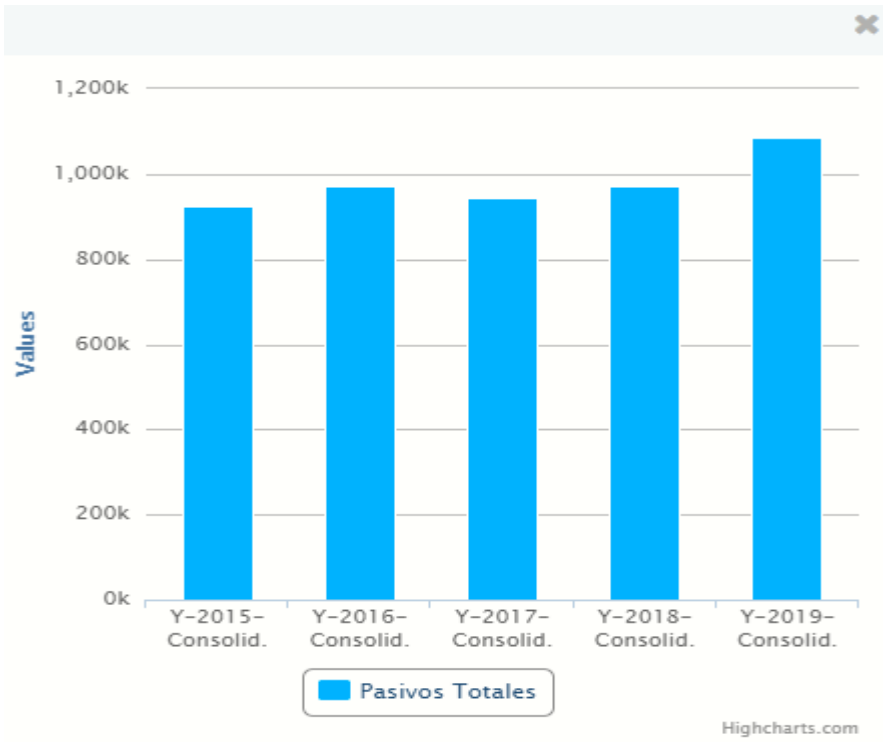


Grafico 45 Paises Totales (EMIS, 2021)

1.2.3.3 Estado De Flujo De Efectivo

Flujo neto de efectivo (utilizados en) actividades de explotación

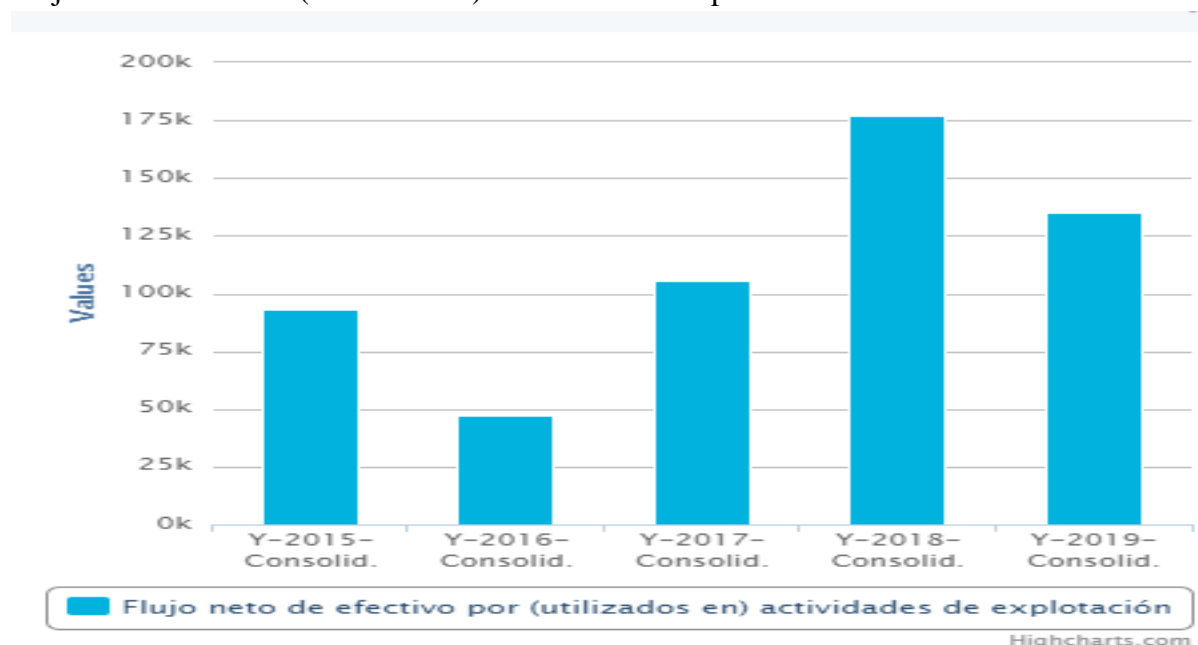


Grafico 46 Flujo Neto De Efectivo

(EMIS, 2021)

Para el año 2016 pudimos evidenciar una variación negativa del 49,2% con respecto al año anterior ya que la utilidad neta en este periodo también se vio afectada con lo cual se disminuyeron los resultados del ejercicio antes de impuestos, para año 2017 divisamos una variación positiva del 123,3% con respecto al año anterior con lo cual podemos decir que hubo un recaudo de intereses por parte de la empresa.

En el año 2018 hubo un aumento en la variación con respecto al 2017, lo cual nos muestra que pudo haber un ajuste en los cambios en el capital corriente y un aumento en el resultado del ejercicio antes de impuestos.

También hubo una disminución en el año 2019 con respecto al año anterior lo cual nos indica que se eliminaron operaciones de inversión o financiación en la empresa.

Utilidad Neta

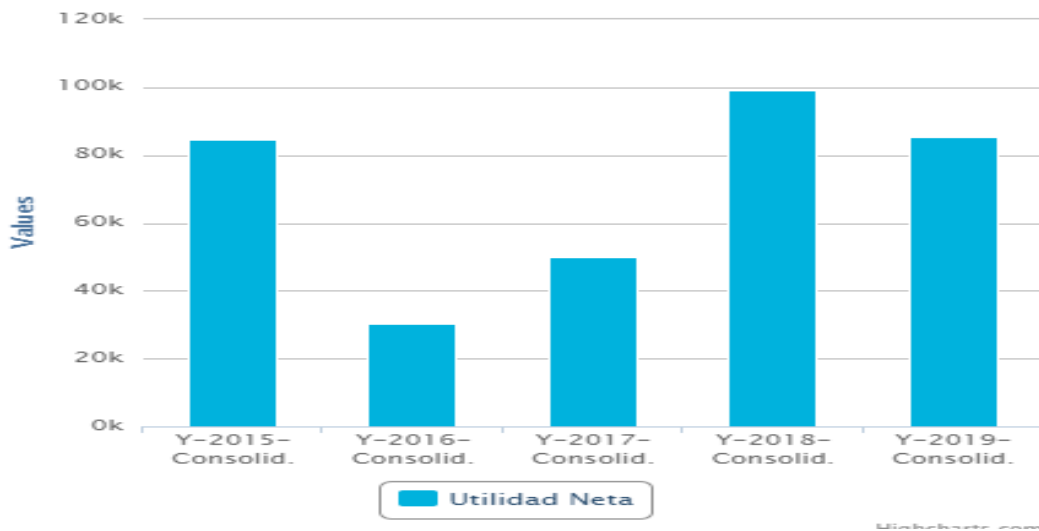


Grafico 47 Utilidad Neta

(EMIS, 2021)

En el año 2016 hubo una variación negativa de la utilidad neta de un 64,1% con respecto al año anterior, esto pudo haber ocurrido ya que la utilidad operacional tuvo una disminución considerable.

Para el año 2017 hubo un aumento en la utilidad neta del 65,7% con respecto al año anterior lo cual nos muestra que hubo un aumento en los ingresos no operacionales. En el año 2018 pudimos ver una variación positiva del 97,7% lo cual nos indica una tendencia favorable en todo lo que conlleva la utilidad neta.

Con respecto al año 2019 cambio el panorama ya que hubo una disminución en la variación de 13,7% con respecto al 2018, lo cual nos indica que pudo haber un aumento en los gastos de la operación de la empresa.

Flujo neto de efectivo de (utilizadas en) actividades de inversión

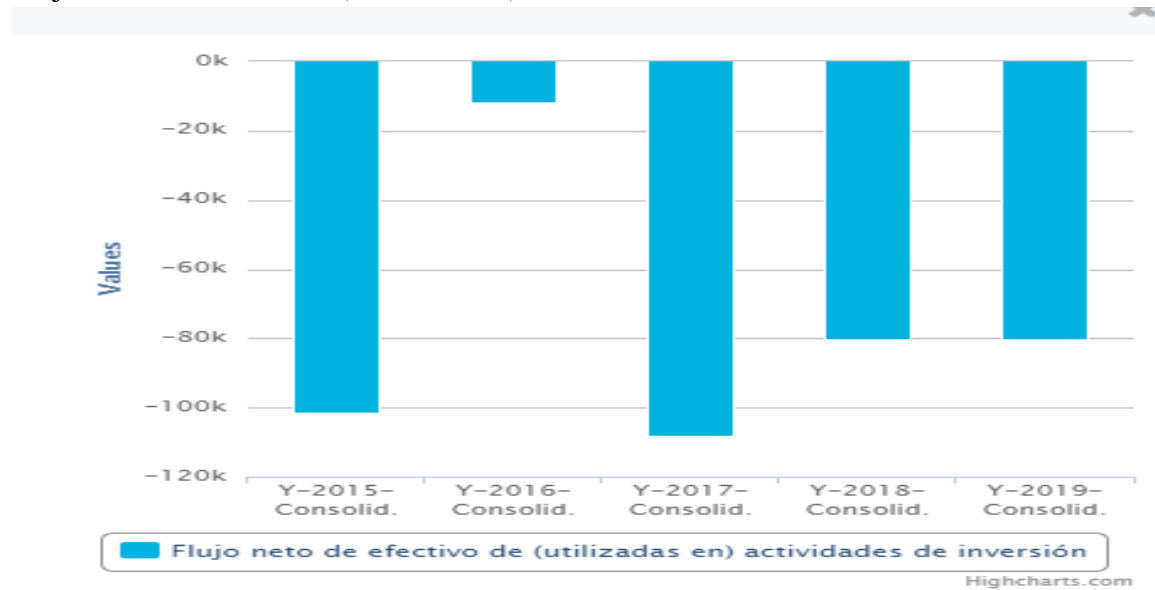


Grafico 48 Flujo Neto De Efectivo

(EMIS, 2021)

En general podemos ver que todos los años hubo un flujo neto de efectivo de actividades de inversión negativo ya que la empresa debe tener obligaciones de pagos por inversiones los cuales pueden ser:

- Inversiones inmobiliarias
- Inmovilizado Intangible
- Activos no corrientes mantenidos para la venta
- Otros activos financieros

Flujo neto de efectivo de (utilizados en) actividades de financiación

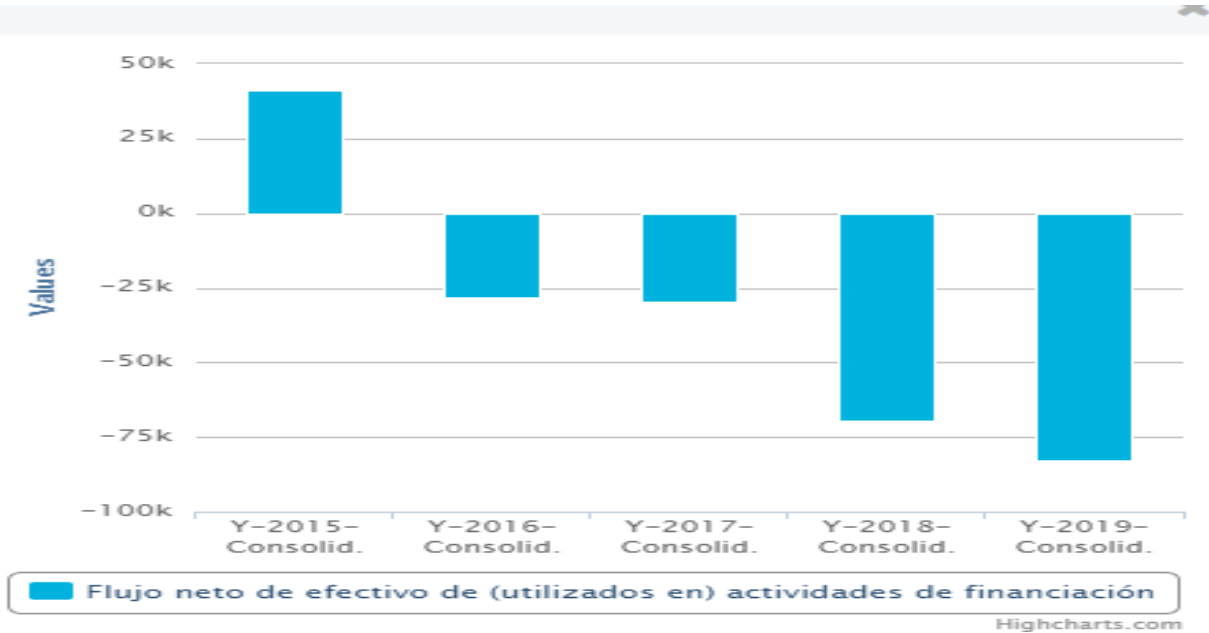


Grafico 49 Flujo Neto De Efectivo

(EMIS, 2021)

Pudimos notar que año tras año se dio una variación negativa ya que se pagaron dividendos e intereses de créditos bancarios asociados con la empresa, los cuales reflejaron una connotación negativa en el flujo neto de efectivo de actividades de financiación. Lo único que ayudo a que este dato no fuera aun peor es el efectivo al inicio del periodo, el cual se mantuvo positivo a lo largo de los años y con muy poca variación.

Efectivo al inicio del periodo

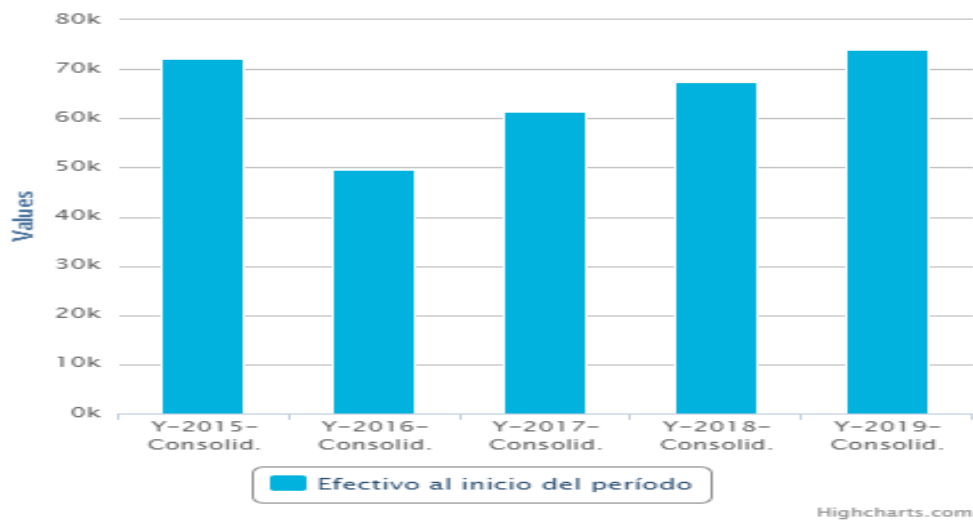


Grafico 50 Efectivo Al Inicio Del Periodo

(EMIS, 2021)

Para el año 2016 podemos ver que se presentó una variación negativa del 31% con respecto al año anterior, aunque siempre en flujo de efectivo al inicio fue positivo, para el año 2017 hubo una variación positiva de un 23% lo cual nos indica que la empresa pudo cobrar a sus clientes y también tuvo un aporte de capital por parte de los socios.

Para el año 2018 pudimos notar una variación positiva del 10% la cual nos dice que siguieron en la misma tendencia del año pasado, en el año 2019 también creció positivamente con una variación del 9,5% ya que pudieron haber aumentado el financiamiento por parte de los bancos.

Efectivo al final del periodo

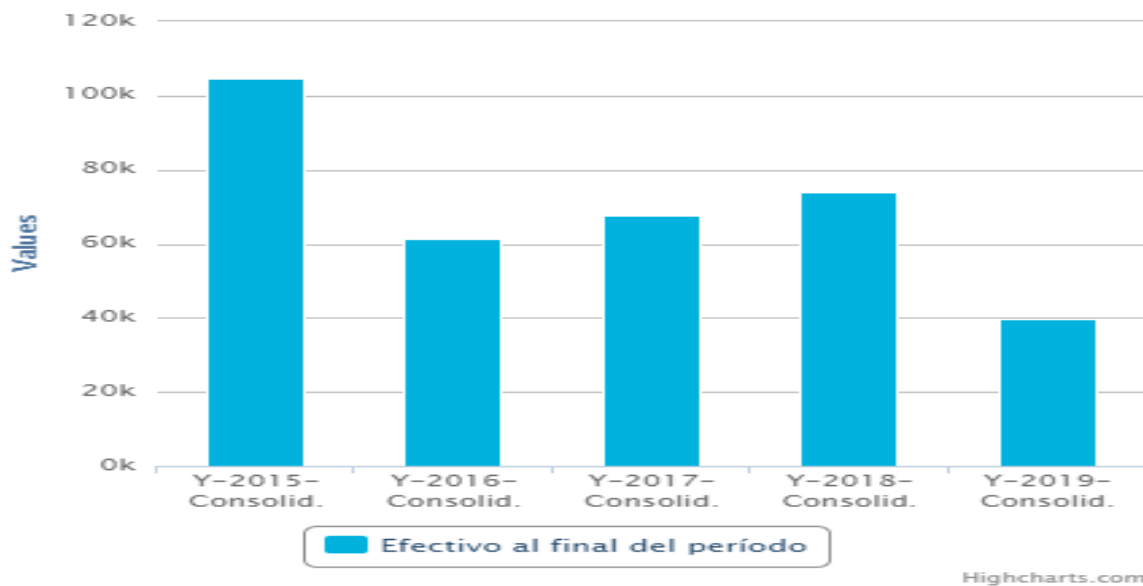


Grafico 51 Efectivo Al Final

(EMIS, 2021)

Para mirar el efectivo al final del periodo debemos compararlo con el efectivo al inicio del periodo, podemos evidenciar que a la empresa en los años comprendidos del 2015-2018 hubo una gran administración de el efectivo ya que se puede decir que con el efectivo que iniciaban se mantenían hasta el final del periodo, esto nos dice que hubo un equilibrio entre cobro de cliente y pago de deudas.

Para el año 2019 hubo una variación negativa del 46% la cual se pudo haber dado por la compra a proveedores o por altos gastos operativos.

1.2.4 RATIOS

1.2.4.1 Ratios De Rentabilidad

Rendimiento sobre los activos (ROA)

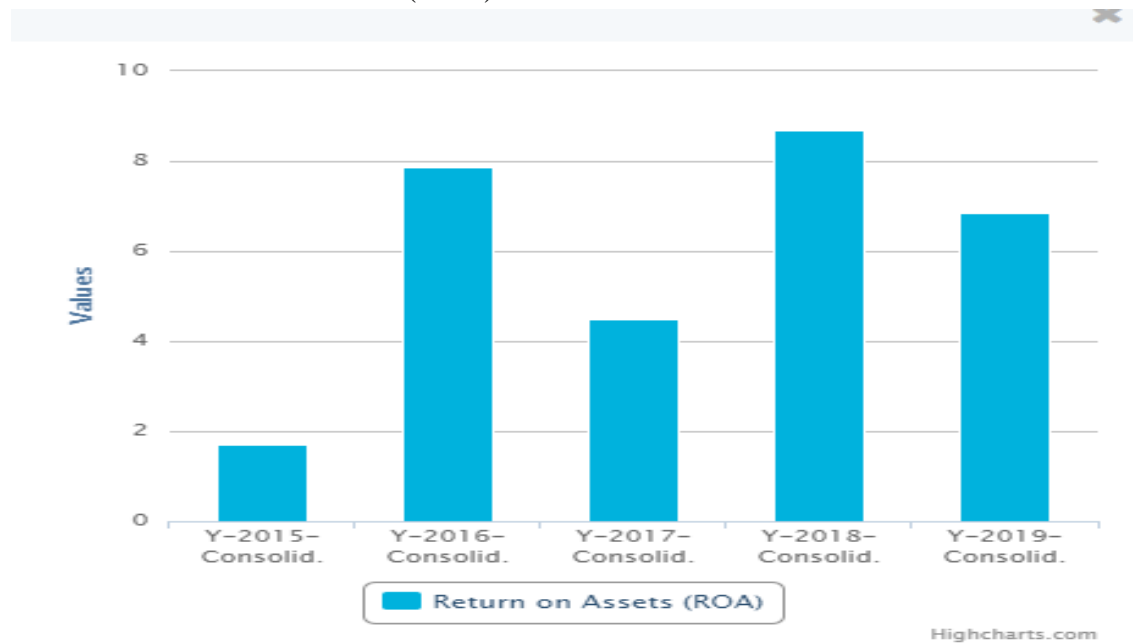


Grafico 52 ROA

(EMIS, 2021)

Para el año 2016 pudimos ver un gran crecimiento de la variación con respecto al año anterior el cual fue de 6,15% lo cual nos dice que la compañía en este periodo de tiempo estaba utilizando los activos de una manera eficiente. En el año 2017 tuvimos una variación negativa del 3,3% con respecto al 2016 lo cual nos alerta que este periodo comprendido la empresa tuvo algunos problemas con la eficiencia de los activos.

En el año 2018 hubo una variación positiva la cual fue del 4,2% con un ROA del 8,69%, esto nos muestra que este año la empresa ha sabido gestionar sus recursos de la manera mas optima que en los otros años estudiados. Para el año 2019 hubo una leve disminucion del 1,85% con respecto al 2018.

Rendimiento Sobre el Patrimonio (ROE)

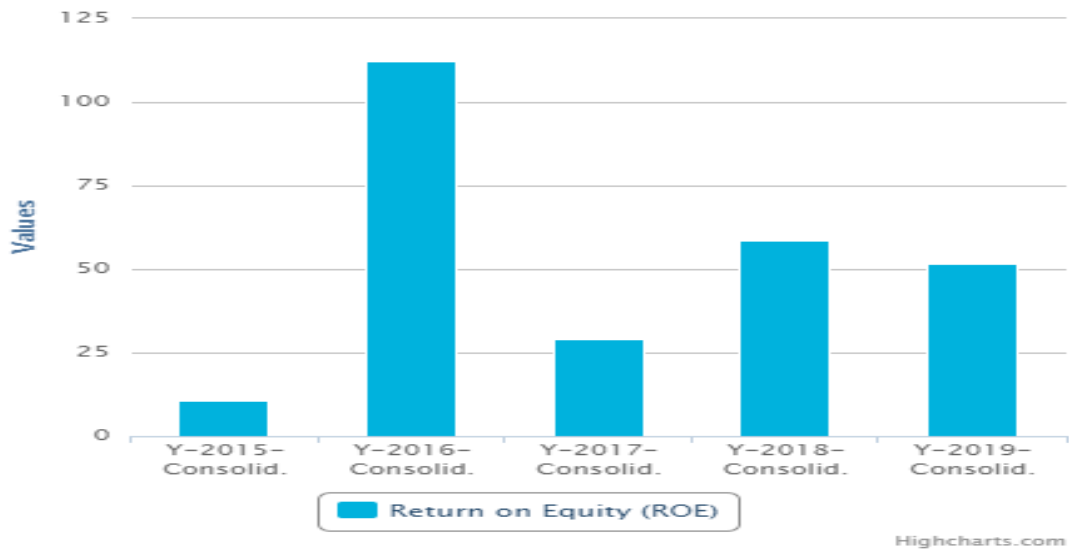


Grafico 53 ROE

(EMIS, 2021)

Para el año 2016 el RoE tuvo el mayor crecimiento en los años estudiados el cual fue de un 101% el cual nos indica que la compañía genero altas ganancias con los recursos propios aportados por sus socios. En el año 2017 hubo una disminución considerable del 83% lo cual nos muestra que no hubo gran rentabilidad con los recursos propios ya sea por que la empresa se está soportando atreves de créditos bancarios, en el 2018 tuvo una recuperación mínima del 29,2% y para el 2019 se siguió la misma tendencia del año anterior con una variación negativa del 6,58%

Margen Neto.

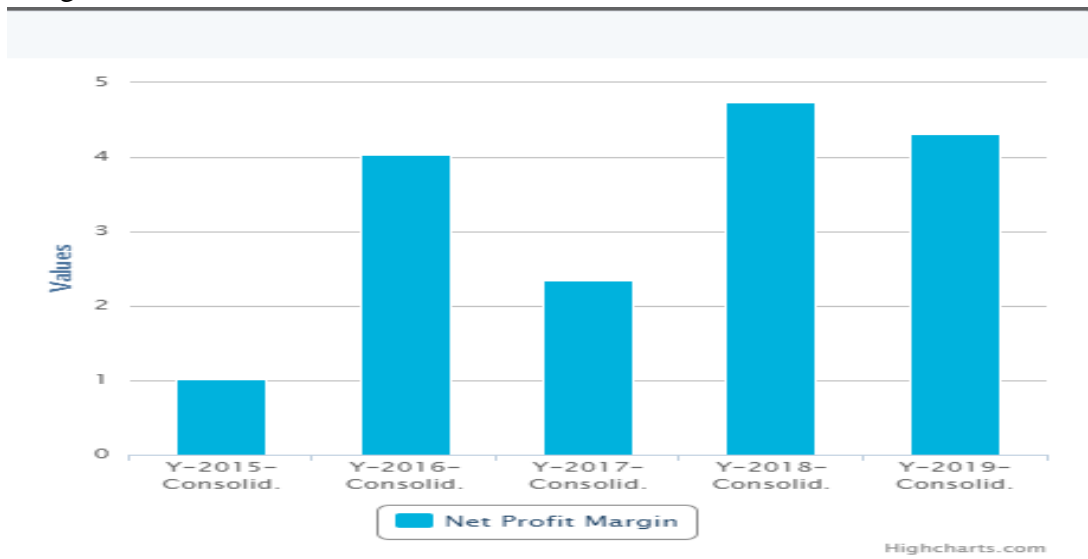


Grafico 54 Margen de Beneficio Neto

(EMIS, 2021)

Podemos decir que en los años estudiados no hubo una variación muy grande, lo cual nos dice que la empresa se ha mantenido estable en sus márgenes de beneficios y con un manejo adecuado de los costos, en el año 2017 pudimos ver la variación negativa mas grande con un 1,69% y en el año 2016 pudimos mirar la variación positiva mas grande con un 3,02%.

Margen de Ganancia Bruta

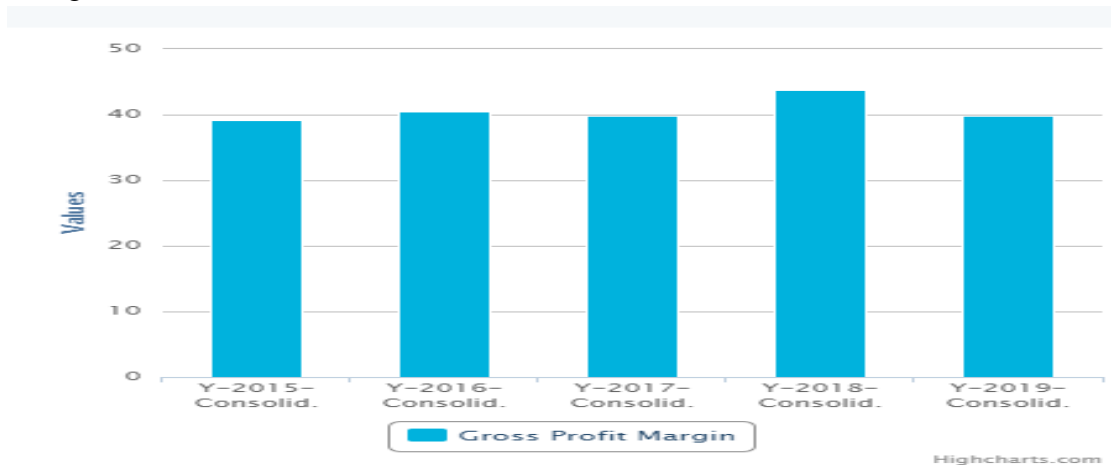


Grafico 55 Margen Ganancia Bruta

(EMIS, 2021)

Podemos decir que el Margen de ganancia bruto se mantuvo estable en todos los años observados mostrándonos variaciones muy bajas, mostrándonos un comportamiento estable, en el año 2018 tuvimos un margen de ganancia bruto de 43,71% lo cual nos indica que la empresa tiene un precio de venta adecuado y un costo de producción muy bajo que le alcanza para cubrir los demás costos por ejemplos los costos de personal.

Margen Operacional

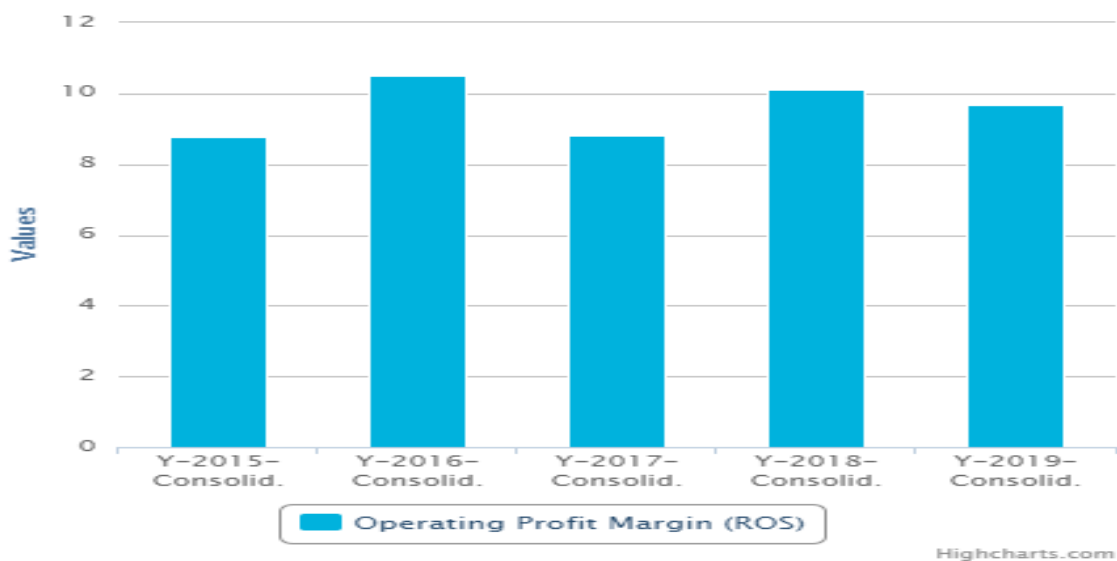


Grafico 56 Margen Operacional

(EMIS, 2021)

La empresa en los años observados tiene un margen operativo un poco bajo ya que el 2016 fue el año mas alto con un 10,49%, lo cual significa que la empresa tiene costos directos, materias primas y salarios muy elevados en el departamento encargado de sus productos principales. El año más bajo fue el 2017 con un 8,8%.

1.2.4.2 Ratios De Eficiencia

Rotación De Inventario

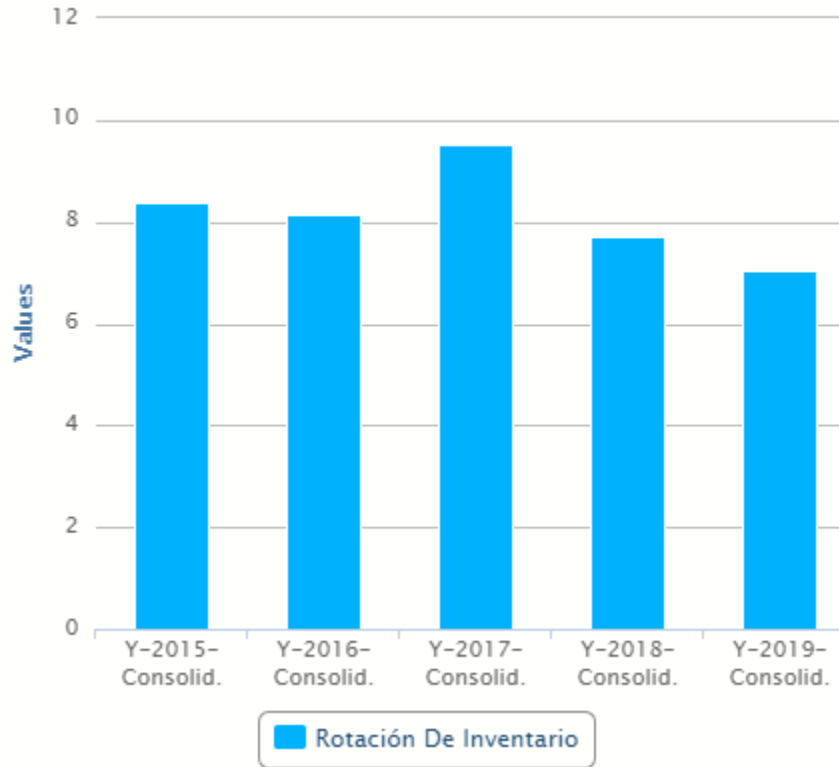


Grafico 57 Rotacion De Inventario

(EMIS, 2021)

En la gráfica podemos analizar que la rotación de inventario para alpina en el año 2017 fue en el que tuvo mayor crecimiento en los años estudiados con un porcentaje de 17,22% siendo el 9.53x y ha llevado a que los siguientes disminuyan como lo es el 2018 que tuvo un menor porcentaje de -19,2% ya para 2019 tuvo una caída del -8,7% con un 7.03x este indicador financiero permite conocer el número de veces en que el inventario es realizado en un periodo determinado, con los bienes vendidos sobre el inventario que presenta la empresa alpina.

Rotación De Cuentas Por Cobrar

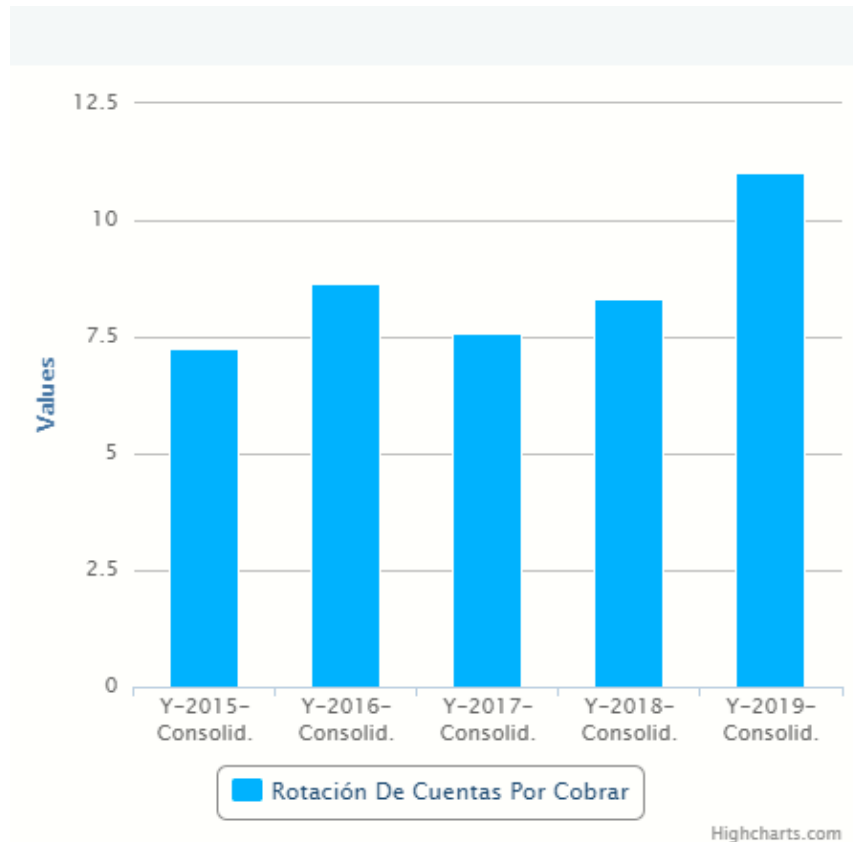


Grafico 58 Rotación De Cuentas Por Cobrar (EMIS, 2021)

En la gráfica podemos analizar que el año 2019 tuvo un crecimiento muy notable del 32,29% en comparación del año 2018 que fue de 9,75% ya para el 2017 si disminuyo en un -12,05% a comparación del 2016, en 2019 encontramos que las cuentas por cobrar son un 11.02x el periodo en el que este valor es más alto, determinando el tiempo en que las cuentas por cobrar toman en convertirse en efectivo, o, en otras palabras, es el tiempo que la empresa toma en cobrar la cartera a sus clientes. Alpina venden a crédito no pueden disponer inmediatamente de los ingresos por ventas, sino hasta tanto los clientes paguen la cuenta, y el tiempo que demore el cliente para pagar, es un indicador relevante para gestionar tanto el capital de trabajo como la política de clientes o cartera.

Rotación de Activos

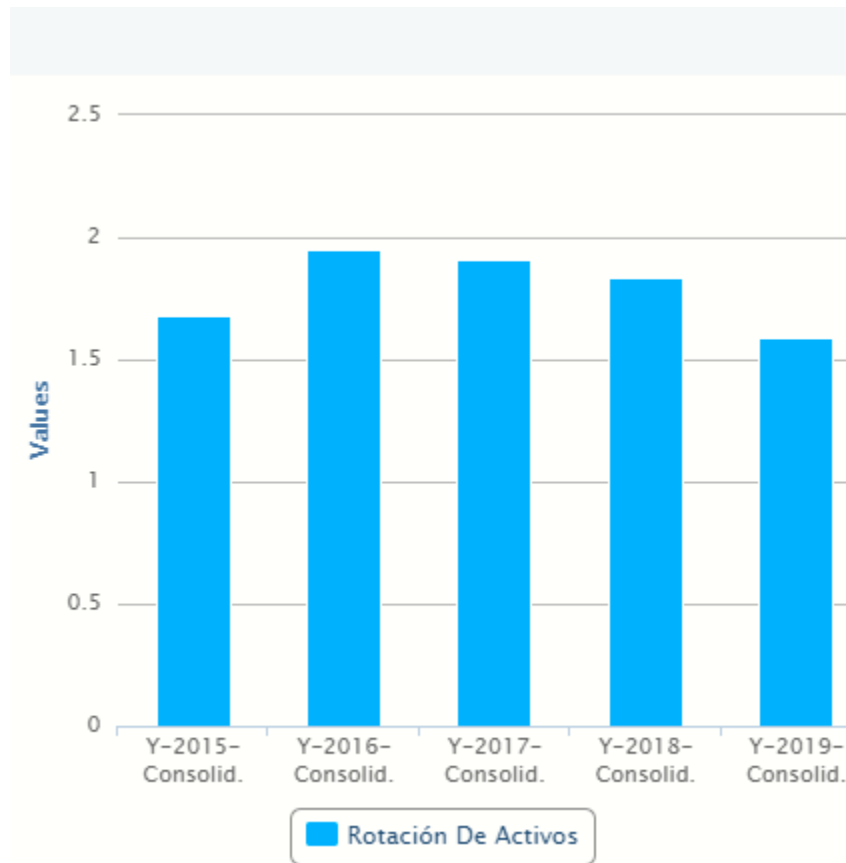


Grafico 59 Rotación De Activos (EMIS, 2021)

La rotación de activos busca la eficiencia de la empresa en la administración y gestión de sus activos, para el 2016 esta fue la más alta con 1,95x y un porcentaje que disminuyó un -2,05% en comparación al año anterior, los años siguientes siguieron disminuyendo siendo el 2019 el que tuvo la mayor disminución con un -13,59% y 1.58x lo que quiere decir que la rotación de activos ha disminuido en la empresa, y la generación de recursos y efectivo también, lo que implica la capacidad de la empresa para rotarlos, realizarlos o venderlos.

Rotación De Cuentas Por Pagar

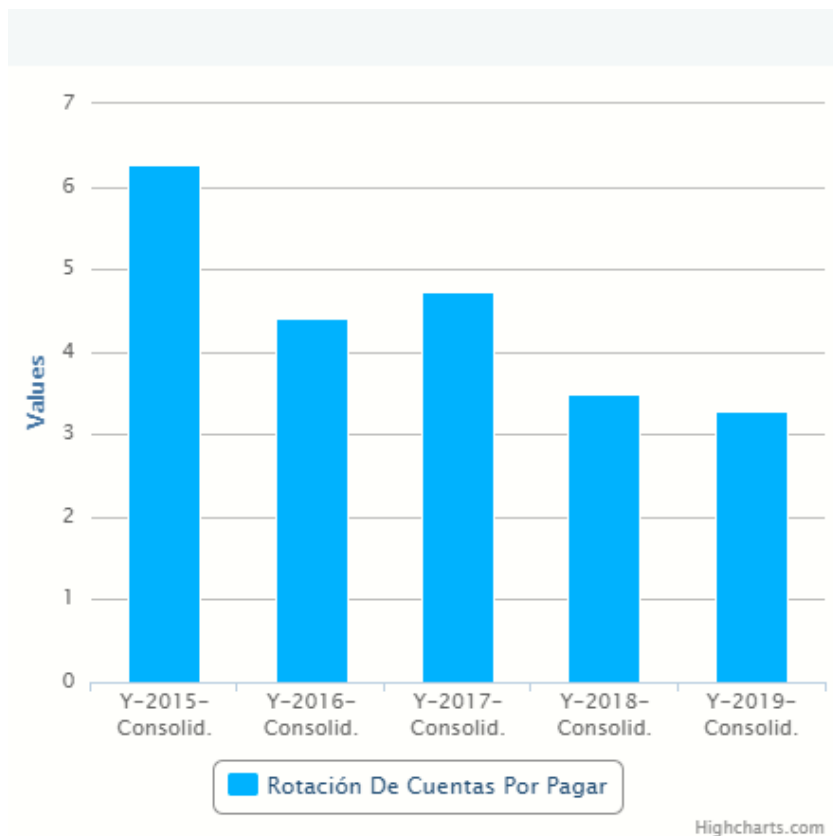


Grafico 60 Rotacion Cuentas Por Cobrar (EMIS, 2021)

La rotación de cuentas por pagar alpina cuenta con una liquidez de corto plazo que lo utilizan para cuantificar la tasa a la cual la empresa paga a los proveedores, en el año 2018 disminuyo a un -26,22% con 3.49x siendo el de mayor porcentaje ya para 2019 fue de -6,02% de 3.28x lo que nos muestra la cantidad de veces que la empresa liquida sus cuentas por pagar durante el 2019 la eficiente para pagar a sus proveedores y las deudas a corto plazo ha disminuido a lo largo de los años.

1.2.4.3 Ratios De Liquidez

Tipo de Estado Financiero	Anual, Consolid.		Anual, Consolid.		Anual, Consolid.		Anual, Consolid.		Anual, Consolid.	
Fecha final del período	2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31		2016-12-31		2015-12-31	
Ratios de Liquidez	2019		2018		2017		2016		2015	
Razón De Liquidez	Select to chart	0.92x	37,31%▲	0.67x	-22,99%▼	0.87x	-1,14%▼	0.88x	-21,43%▼	1.12x
Prueba Ácida		0.56x		0.42x		0.57x		0.56x		0.73x
Razón De Efectivo		0.08x		0.12x		0.15x		0.13x		0.30x
Coefficiente De Efectivo	Select to chart	0.08x	-33,33%▼	0.12x	-20%▼	0.15x	15,38%▲	0.13x	-56,67%▼	0.30x
Relación De Flujo De Efectivo Operativo	Select to chart	0.28x	0.00%	0.28x	21,74%▲	0.23x	130%▲	0.10x	-62,96%▼	0.27x

Grafico 61 Ratios De Liquidez

(EMIS, 2021)

desde 2016 alpina ha contado con una razón de liquidez negativa siendo el 2018 el peor año con un -0.67x, sin embargo, en el 2019 hubo un aumento en la razón de liquidez de un 37,31% llegando a 0.92x lo que significa que la empresa se ha recuperado un poco, pero sigue siendo negativo pues ni siquiera es igual a 1 lo que significa que la empresa no tiene la capacidad de pagar sus obligaciones a corto plazo.

Por otro lado, la Prueba acida de la empresa arrojó que el peor año ha sido el 2018 con 0.42x en el 2019 se obtuvo un crecimiento del 33.33% llegando a un 0.56x que, aunque se aumento está lejos de ser una cifra positiva pues está muy lejos de 1 lo que significa que la empresa no tiene suficientes activos líquidos para pagar sus obligaciones a corto plazo.

En 2019 la Razón de efectivo de alpina decayó a la cifra más baja desde 2015 con solo 0.08x y exceptuando por el año 2017 en donde hubo un pequeño aumento del 15% este indicador ha estado en constante reducción desde el 2015, lo que nos da a entender que el efectivo de la empresa cada vez es más insuficiente para pagar las obligaciones a corto plazo de la empresa.

El Coeficiente de efectivo de alpina ha sido exactamente igual a la razón de efectivo y esto debe ser porque alpina no cuenta con títulos negociables que es lo único que diferencia la fórmula de estos dos indicadores.

Para terminar la relación del flujo de efectivo operativo en 2018 y 2019 ha sido de 0.28x lo que nos dice que con el flujo de operativo de caja solo se pueden pagar el 0.28x de las obligaciones y fue en 2015 en donde fue más bajo con solo 0.10x.

1.2.4.4 Ratios De Apalancamiento







Tipo de Estado Financiero Fecha final del período	Anual, Consolid. 2019-12-31	Anual, Consolid. 2018-12-31	Anual, Consolid. 2017-12-31	Anual, Consolid. 2016-12-31	Anual, Consolid. 2015-12-31
Ratios de Apalancamiento	2019	2018	2017	2016	2015
Relación Deuda/Activos Totales  Select to chart	49.74% ▲ 5,04%	44.70% ▼ -4,31%	49.01% ▼ -3,61%	52.62% ▼ 0,07%	52.55%
Relación Deuda/Capital  Select to chart	377.01% ▲ 76,45%	300.56% ▼ -17,71%	318.27% ▼ -432,96%	751.23% ▲ 427,22%	324.01%
Relación Deuda Largo Plazo/Capital Empleado 	76.06%	59.36%	66.14%	77.61%	70.58%
Relación Deuda/Ebitda  Select to chart	2.23x ▲ 23,89%	1.80x ▼ -17,43%	2.18x ▼ -15,18%	2.57x ▼ -28,01%	3.57x
Relación Flujo De Caja/Deuda 	-4.46%	5.29%	-5.90%	0.00%	5.60%
Relación Activos/Patrimonio 	757.93%	672.38%	649.37%	1.427.68%	616.62%

Grafico 62 Ratos De Apalancamiento

(EMIS, 2021)

En la relación de deuda activos totales podemos encontrar que en el 2019 fue de 49.74% es decir que el 49.74% de la financiación de los activos de la empresa ha sido por medio de deuda, el año en donde la relación deuda activos totales fue mayor fue en el año 2016 con 52.62% y donde fue menor fue en el año 2018 con 44,70%.

La relación deuda capital podemos observar que le peor año fue el 2016 en donde la empresa se endeudo más para financiar el valor del capital de los accionistas con un 751.23% seguido del 2019 con un 377% de endeudamiento el año con menor endeudamiento fue el 2018 300.56%.

La relación entre deuda de largo plazo capital empleado fue en 2019 de 76.06% el año donde este indicador fue más bajo fue en 2018 con solo 59.36%.

El mejor año en la relación deuda EBITDA de los últimos 5 años en alpina fue en 2018 en donde el resultado fue 1.8x lo que quiere decir que se necesita 1.8 veces el EBITDA para el pago de la deuda, por otro lado el peor año fue el 2015 con 3.15x, en 2019 el EBITDA fue en 2.23x.

En la relación activos/patrimonios podemos ver que en 2016 fue el año en donde este indicador fue más alto con un 1427.68% lo que significa que la empresa no está utilizando su capital para financiarse y se está endeudando mucho en cambio el año 2015 fue el mejor año ya que su relación activo patrimonio fue de 616.62% en 2019 fue de 757.93%.

2 SELECCIÓN DEL PRODUCTO

Nombre del Producto Seleccionado	Posición Arancelaria	Descripción del Producto
	<p>0403100000</p> <p>04-Capitulo</p> <p>0403-partida</p> <p>040310-Subpartida</p>	<p>Yogurt Finesse Con Cereal Müsli bajo en grasa es la combinación perfecta para llevar a cualquier lugar y cuidarte con sus beneficios. Es un alimento que combina los beneficios del Yogurt Finesse sabor natural con el aporte de carbohidratos que contienen los cereales.</p> <p>Finesse llega como un aliado para demostrar que no hay que renunciar para sentirse completas y que pueden elegir sin sacrificios. Es una marca que se enfoca en el cuidado de la figura para ser complementado con una alimentación balanceada y ejercicio físico.</p>
<p>Yogurt con cereal Finesse</p>	<p>Suero de mantequilla (de manteca), leche y nata (crema) cuajadas, yogur, kéfir y demás leches y natas</p>	<p>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL PRODUCTO</p>

(cremas), fermentadas o acidificadas, incluso concentrados, con adición de azúcar u otro edulcorante, aromatizados o con frutas u otros frutos o cacao.

Concepto	MEDIDAS		
	Importaciones	Exportaciones	Ti
Gravamen	✓	✓	✓
IVA	✓	✓	✓
Otras tarifas generales	✓	✓	✓
Gravámenes por acuerdos internacionales	✓	✓	✓
Medidas de protección comercial	✓	✓	✓
Régimen de comercio	✓	✓	✓
Bienes de capital	✓	✓	✓
Índice Alfabético Arancelario	✓	✓	✓
Notas de nomenclatura	✓	✓	✓
Correlativas por apertura	✓	✓	✓
Correlativas por cierre	✓	✓	✓
Requisitos Específicos de Origen (REO)	✓	✓	✓
Documentos soporte	✓	✓	✓
Características especiales	✓	✓	✓
Restricciones	✓	✓	✓
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial	✓	✓	✓
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial	✓	✓	✓
Modalidades permitidas	✓	✓	✓
Descripciones de mercancías	✓	✓	✓
Documentos soporte por zona de RAE	✓	✓	✓
Cupos de Mercancía	✓	✓	✓

Información Nutricional	
Tamaño por porción 1 Vaso (175 g)	
Porciones por envase 1	
Cantidad por porción	
Energía 230 kcal	Energía de la grasa 40 kcal
% Valor Diario*	
Grasa Total 4,5 g	8%
Grasa Saturada 2,5 g	13%
Grasa Trans 0 g	
Colesterol 10 mg	3%
Sodio 170 mg	7%
Carbohidrato Total 42 g	14%
Fibra Dietaria 1 g	4%
Azúcares 28 g	
Proteína 6 g	12%
Vitamina A 8%	Vitamina C 20%
Calcio 15%	Hierro 15%
Vitamina D 15%	Ácido Fólico 20%
Vitamina B12 8%	Zinc 10%

*Los porcentajes de Valores Diarios están basados en una dieta de 2000 calorías. Sus Valores Diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.



EMBALAJE DEL PRODUCTO

Innovación de impacto ambiental, al diseñar una nueva estructura de vaso con dos capas que contiene residuos; la primera capa hecha de material virgen que va en contacto con el producto, y la segunda compuesta de material reciclado.

Documentos soporte para exportaciones - 442110000				
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	
Cert inspec sanitaria exportar alimentos y materias primas - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	EMBARQUESEM	OPCIONAL	NO	
Certificado de venta libre - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	SI	
Documento consuntario - Instituto Colombiano Agropecuario	PREVIO	OPCIONAL	SI	
Documento Zosanitario de Importación - Instituto Colombiano Agropecuario	EMBARQUESEM	OPCIONAL	NO	

PRECIO DEL PRODUCTO A NIVEL NACIONAL

4UNDX12.000



1UNDX3.500



PROMOCIÓN

SISTEMA PROMOCIONAL ALPINO

CUENTA CON: página web, Facebook, twitter, correo electrónico, material POP, Eventos, Pautas en revistas especializadas, Pautas en televisión, Cuñas.

MÉTODOS DE PUBLICIDAD DE ALPINA.

Diarios: Información voluminosa, con cierto grado de selectividad de audiencia, fugacidad de información brindada.

Revista: Información entretenida, detallada, original, concreta y específica, de mayor vida útil. Radios: información esencial en forma instantánea a sectores amplios de audiencia.

Cine: información fácilmente captable, logra selectividad de audiencia.

Televisión: información asimilable a amplios sectores, poca selectividad de audiencia.

QUÉ TIENE DE INNOVADOR EL PRODUCTO

Este producto es innovador ya que contiene propiedades que cuidan la alimentación del consumidor, representando las nuevas tendencias de consumo y creando un estilo de vida saludable, nuestro yogur combina una serie de sabores exquisitos empezando por el musli que es una mezcla de cereales muy conocida a nivel mundial y con nuestro yogur finesses se resalta aún más el sabor de este snack.

RAZONES DE SELECCIÓN DE DICHO PRODUCTO

- Escogimos este producto debido a sus beneficios nutricionales que están acordes con la tendencia del mercado global.
- Consideramos que es un producto innovador que no tiene tanta competencia en comparación con otros del sector.
- Cuenta con un sabor único que lo diferencia de los demás y agrada a los amantes de los snacks saludables.
- Este producto ha venido en un constante crecimiento a lo largo de los años siendo el 2020 el que más venta ha tenido con un valor de 1.316.681 dólares con una variación para el 2019 del 19,3% , con ventas de 1.103 .470 dolores siendo un producto con un crecimiento constante siendo uno de los subsectores que más vende actualmente del sector lácteo.
- La compañía exporta a 16 países representando el 69% del total esto apalancado de los TLC y en la oferta de productos con valor agregado.

2.1 PROBLEMA

2.1.1 Identificación Del Problema

expansión y posicionamiento de alpina a través de su producto yogurt finnesse con cereal müsli para proporcionar la búsqueda de la innovación y mejoramiento continuo en nuevos mercados.

2.1.2 Formulación Del Problema

¿Cuáles son las oportunidades comerciales del producto yogurt finnesse con cereal müsli de alpina en mercados internacionales?

2.1.3 Descripción Del Problema

Alpina busca estar a la vanguardia de las tendencias de consumo mundial y es por esto que busca establecerse en los mercados internacionales con su nueva línea de productos saludables, creando su producto yogurt finnesse con cereal müsli que pertenece a la gama de productos finnesse que destacan por ser saludables y nutritivos con el fin de combatir la desnutrición, obesidad y enfermedades.

para lograrlo se aprovechará la amplia experiencia que tiene alpina en los más de 14 mercados internacionales en los que hace presencia, con su gran musculo financiero y su fuerte infraestructura que ayuda a facilitar la entrada de este producto en nuevos mercados sin dejar de lado los numerosos acuerdos comerciales con los que cuenta Colombia que generan beneficios para exportar este tipo de productos

Además, Alpina buscara posicionar este nuevo producto en la mente de los consumidores realizando campañas publicitarias que resalten sus beneficios de manera que se logre llegar a ese nicho de mercado que está interesado por llevar un estilo de vida saludable con el fin de que el yogurt finnesse con cereal müsli se convierta en una nueva alternativa baja en grasa, azúcar y sin conservantes

reducir el impacto ambiental innovando mediante empaques de materia reciclables y amigables con el medio ambiente es uno de los valores agregados de los productos alpina que entiende que la sostenibilidad como una forma de hacer negocios por ello esta inmersa en sus productos que están en constante desarrollo con el fin de aumentar su competitividad y calidad.

2.2 JUSTIFICACION

Primero que todo queremos realizar esta investigación ya que vemos la necesidad de impulsar la marca finesses de alpina en los mercados internacionales, esta marca es muy innovadora ya que busca satisfacer a este nuevo nicho de mercado que busca productos para el cuidado de su alimentación, esta empresa cuenta con unos estándares de calidad muy altos en su producción lo cual genera un impacto positivo en los consumidores.

Son muchos beneficios que genera nuestra investigación como lo son el desarrollo de nuevos mercados para la empresa con el fin de aumentar sus ventas y generar mejores utilidades ya que con esto se puede invertir en innovación y desarrollo en toda la cadena de suministro. También la empresa aprendería mucho más acerca de los nuevos nichos de mercado y ganaría experiencia sobre sus nuevos consumidores para aplicarla en la parte de mercadeo y canales de distribución.

Con este nuevo producto buscamos reducir el consumo de altas cantidades de azúcares y grasas saturadas ya que a medida de que pasan los años podemos notar que la obesidad ha aumentado considerablemente convirtiéndose en un problema de salud mundial. El 65% de la población mundial vive en países donde el sobre peso y la obesidad cobra más vidas de personas que la insuficiencia ponderal.

La tendencia en los últimos años es el cuidado de la salud por medio de dietas alimenticias basadas en la ingesta de productos orgánicos, con este producto podemos suplir la demanda y ayudar a combatir problemas de salud sin necesidad de dejar de consumir alimentos habituales para la población en general.

2.3 OBJETIVOS

2.3.1 Objetivo General

Identificar las oportunidades comerciales del producto yogurt finesse con cereal Müsli de alpina en mercados internacionales

2.3.2 Objetivos Específicos

2.3.2.1 Primer Objetivo: Diseñar estrategias de carácter gerencial y administrativo con el fin de obtener un mayor posicionamiento de la línea finnese a través de la exportación del producto yogurt con cereales Müsli.

2.3.2.2 Segundo Objetivo: Analizar financieramente la viabilidad de estrategias para la incursión del producto en el mercado internacional.

2.3.2.3 Tercer objetivo: establecer procesos de distribución que permitan tener un adecuado posicionamiento del producto en mercados internacionales.

2.3.2.4 Cuarto Objetivo: realizar campañas publicitarias y promocionales del producto por medio de las diferentes plataformas de alpina y medios de comunicación que emplea la empresa.

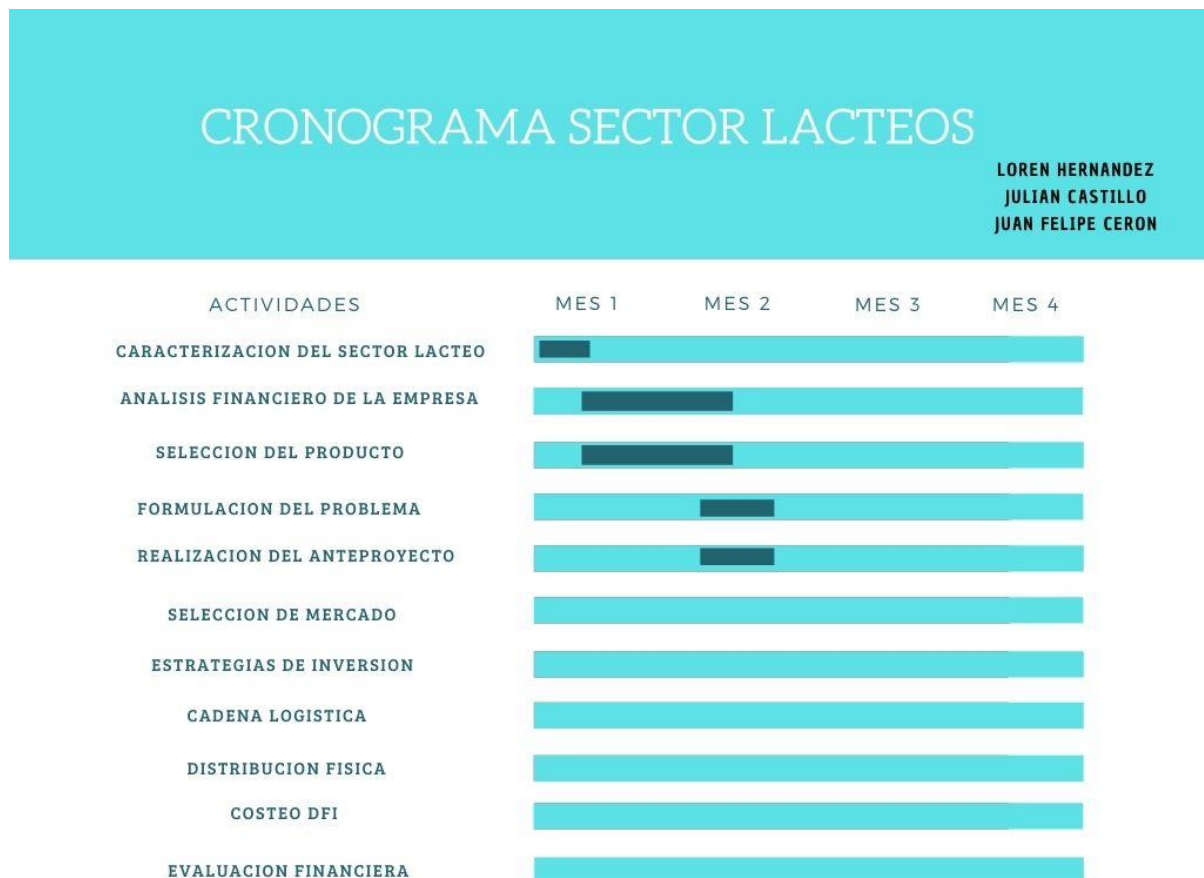


Grafico 63 Cronograma sector lácteo

3.1 SELECCION DEL PAIS

Mayores Países Importadores A Nivel mundial Del Yogurt y Exportaciones De Colombia De yogurt.

SA8	Importadores	Valor importado en 2019 (miles de USD)▼	Saldo comercial 2019 (miles de USD) i	Cantidad importada en 2019
	Mundo	2.797.702	-290.591	0
⊕	Reino Unido i	373.754	-304.957	219.085
⊕	Italia i	250.458	-240.766	166.090
⊕	España i	168.674	-63.829	130.453
⊕	Portugal i	150.676	-116.491	110.542
⊕	Países Bajos i	145.338	-99.479	108.650
⊕	Bélgica i	139.275	-87.978	95.158
⊕	Alemania i	136.717	505.444	98.046
⊕	Suecia i	124.016	-101.269	80.957
⊕	Emiratos Árabes Unidos i	89.204	-80.860	66.221
⊕	Francia i	74.194	172.178	49.509
⊕	Estados Unidos de América i	63.162	-16.386	22.079
⊕	Kuwait i	56.503	-56.502	47.913
⊕	Omán	54.188	-54.180	51.220
⊕	China i	52.708	-49.080	31.643
⊕	Irlanda i	47.835	-28.490	31.622

Grafico 64 Mayores Países Importadores A Nivel mundial Del Yogurt .

Comercio bilateral	Exportadores	Valor importado en 2019 (miles de USD)▼	Saldo comercial en 2019 (miles de USD) i
	Mundo	488	615
⊕	Estados Unidos de América	370	190
⊕	Italia	118	-118
⊕	Ecuador		393
⊕	Aruba		91
⊕	Chile		35
⊕	Curaçao		20
⊕	Canadá		4
	Alemania		

Grafico 65 Exportaciones De Colombia De Yogurt

Al comparar los mayores destinos de importación a nivel mundial de productos con el arancel 040310 y los países a los que exporta productos Colombia de esta misma partida arancelaria encontramos que no coinciden en ninguno de los países, por lo cual se ha decidido optar por exportar a países con rasgos culturales similares para facilitar la entrada a estos nuevos mercados además también se tuvo en cuenta la experiencia que alpina tiene para exportar a países latinoamericanos como Ecuador por ejemplo.

Por lo tanto, los 3 países que se escogieron fueron Chile, España y México. En el caso de Chile aparece entre los países a donde ya exporta Colombia, España es uno de los países que más importa este tipo de productos en el mundo y México es uno de los mercados más grandes con mayor población por lo que es un país atractivo para exportar.

Acuerdos Comerciales

- ✓ México
- ✓ Chile
- ✓ España

Matriz De Selección De Mercados

Para escoger el mercado al que alpina más le conviene exportar su yogurt con cereal finesse de los tres países seleccionados anteriormente, se realizó la siguiente matriz de selección en donde se evaluaron una serie de variables.

	B	C	D			E			F			G			H			I			J			K			L			M			N			O		
1	VARIABLES	AÑO	MEXICO			P	C	R	CHILE			P	C	R	ESPAÑA			P	C	R																		
2	ECONOMICAS		INFORMATION						INFORMATION						INFORMATION																							
3	INFLACIÓN	2019	3.6%			6%	2	0.12	2.2%			6%	3	0.18	0.7%			6%	5	0.30																		
4	PIB(USD)	2019	2,525,481,000,000			5%	5	0.25	459,134,000,000			5%	1	0.05	1,394,270,000,000			5%	3	0.15																		
5	PIB PERCAPITA(USD)	2019	20,024			5%	2	0.10	24,226			5%	3	0.15	29,993			5%	4	0.20																		
6	IVA	2019	16%			5%	3	0.15	19%			5%	1	0.05	4%			5%	5	0.25																		
7	IMPUESTO SOBRE LA RENTA	2019	30%			3%	3	0.09	35%			3%	1	0.03	30%			3%	3	0.09																		
8	EXPORTACIONES (USD)	2019	491,593			5%	5	0.25	90,626			5%	1	0.05	333,622			5%	3	0.15																		
9	IMPORTACIONES (USD)	2019	480,886			5%	5	0.25	87,505			5%	1	0.05	371,929			5%	2	0.10																		
10	BALANZA COMERCIAL	2019	491,112			5%	5	0.25	87,414			5%	1	0.05	-			5%	2	0.10																		
11	TARIFA ARANCELARIA	2020	20%			2%	1	0.02	6%			2%	5	0.10	13.17%			2%	3	0.06																		
12	TARIFA PREFERENCIAL	2020	0%			7%	5	0.35	0%			7%	5	0.35	13.17%			7%	1	0.07																		
13	CULTURA																																					
14	POBREZA	2018	20.6%			3%	1	0.03	8.6%			3%	5	0.15	20.0%			3%	3	0.09																		
15	LENGUAJE	2021	ESPAÑOL			2%	5	0.10	ESPAÑOL			2%	5	0.10	ESPAÑOL			2%	5	0.10																		
16	DESEMPLEO	2019	4.7%			3%	5	0.15	7%			3%	3	0.09	16.10%			3%	1	0.03																		
17	POBLACIÓN	2019	127,576,000			5%	5	0.25	19,107,000			5%	1	0.05	47,332,614			5%	3	0.15																		
18	MUJERES	2019	65,172,136			1%	5	0.05	9,610,263			1%	1	0.01	24,133,301			1%	3	0.03																		
19	HOMBRES	2019	62,403,393			1%	5	0.05	9,341,775			1%	1	0.01	23,199,313			1%	3	0.03																		
20	MONEDA	2021	PESO MEXICANO			4%	3	0.12	PESO CHILENO			4%	1	0.04	EURO			4%	5	0.20																		

	B	C	D			E			F			G			H			I			J			K			L			M			N			O		
1	VARIABLES	AÑO	MEXICO			P	C	R	CHILE			P	C	R	ESPAÑA			P	C	R																		
18	MUJERES	2019	65,172,136			1%	5	0.05	9,610,263			1%	1	0.01	24,133,301			1%	3	0.03																		
19	HOMBRES	2019	62,403,393			1%	5	0.05	9,341,775			1%	1	0.01	23,199,313			1%	3	0.03																		
20	MONEDA	2021	PESO MEXICANO			4%	3	0.12	PESO CHILENO			4%	1	0.04	EURO			4%	5	0.20																		
21	MERCADO																																					
22	CONSUMO DE LACTEOS	2019	134 litros x persona			4%	1	0.04	151 litros x persona			4%	5	0.20	145 litros x persona			4%	3	0.12																		
23	PREOCUPACION POR LA DIETA	2020	Bajo			4%	1	0.04	Medio			4%	3	0.12	Alto			4%	5	0.20																		
24	OBESIDAD	2019	29%			4%	1	0.04	28%			4%	3	0.12	23.8%			4%	5	0.20																		
25	PRODUCCION DE LECHE	2020	11,000 millones de litros			4%	1	0.04	2,650 millones de litros			4%	5	0.20	7,230 millones de litros			4%	3	0.12																		
26	TARGET (15-54 AÑOS)	2019	58%			5%	5	0.25	57%			5%	3	0.15	54%			5%	1	0.05																		
27	DOING BUSINESS	2020	54			4%	1	0.04	56			4%	3	0.12	30			4%	5	0.20																		
28	POLITICA																																					
29	ESTRUCTURA POLITICA	2021	república presidencial federal			3%	5	0.15	republica presidencial			3%	5	0.15	monarquía constitucional			3%	5	0.15																		
30	TRANSPORTE																																					
31	PUERTOS	2021	navieras, Con 12 dias de trans			5%	3	0.15	navieras, 6 dias de trans			5%	3	0.15	navieras, 14 dias de trans			5%	3	0.15																		
32	TOTAL					100%		3.33				100%		2.72				100%		3.29																		
33																																						

Grafico 66 Matriz De Selección De País.

Como se puede observar en la matriz el país que termino con mayor puntuación fue México y esto es debido a que principalmente cuenta con una economía más fuerte en donde su PIB esta por encima del de los demás al igual que su balanza comercial, además otra variable muy importante a tener en cuenta es la población de cada uno de estos países en donde México casi que triplica a la del segundo país con mejor puntuación que fue España, también la población joven entre 15 años -54 años es mayor en México con un 58% seguida de Chile con un 57%.

Otro factor a tener en cuenta es el arancel a pagar en el caso del yogurt en donde está claro que España es la peor opción ya que su arancel es de 13.7% mientras que México y Chile tienen un arancel de 0%.

No se puede dejar de lado la moneda que maneja cada país en donde México y España cuentan con monedas más fuertes por encima del peso chileno.

Si bien México fue el país ganador se identificaron puntos negativos como lo son la inflación de 3.6% superior a la de los otros dos países, el porcentaje de obesidad del país es el mayor con un 29% seguido de Chile con un 28% y la preocupación por la dieta de los mexicanos es baja a comparación de los españoles.

También pudimos notar que el país con mayores documentos de aprobación para importación fue España ya que requiere 40 vistos buenos, después le sigue México con 33 vistos buenos y por último Chile que solo se necesitan 18 vistos buenos de parte del ente regulador. Con esta información podemos decir que exportar desde Colombia este tipo de producto es mucho más fácil si vamos al mercado chileno, aunque el mercado mexicano sigue siendo más atractivo ya que gana en otras variables sumamente importantes.

Para las importaciones per cápita España pedimos notar que este país se sitúa en la primera posición con 7.893 USD, lo que nos indica que muchos de los productos consumidos por los ciudadanos son extranjeros. México se sitúa en la segunda posición con 3.544 USD y Chile se encuentra en la última posición con 1.444 USD.

Para finalizar hay que decir que la infraestructura portuaria de los tres países en general buena en donde destacan en especial España y México, hay que decir que Chile y México cuenta con la ventaja de la cercanía geográfica a comparación con España.

3.2CONDICIONES DE ACCESO

Perfil De Logística Desde Colombia Hacia México

México es uno de los mercados definidos de mayor interés e importancia para Colombia.

México está ubicado en la parte norte del continente americano y cuenta con una extensión

De 1.964.375 km² y de 5.073 km² entre las numerosas islas y una longitud de sus costas de

11.122 km. Al norte limita con Estados Unidos y al sur con Guatemala y Belice.

Servicios marítimos

México tiene 117 puertos (101 marítimos y 16 fluviales), posee 114 km de longitud de muelles en el pacífico y 99,2 km en el golfo. Los principales puertos de México por los que pasa el 60% del tráfico marítimo de mercancías son Altamira y Veracruz en el Golfo de México y Manzanillo y Lázaro Cárdenas en la costa del Pacífico. También son puertos importantes: Ensenada, La Paz, Guaymas, Topolobampo, Mazatlán, Puerto Vallarta.

Desde la costa atlántica hay 7 navieras con 17 servicios directos, cuyos tiempos de tránsito se pueden encontrar desde los 2 días. La oferta se complementa con 18 rutas en conexión ofrecidas por 7 navieras. Los transbordos se realizan en puertos de Colombia, Jamaica,

México, Ecuador.

Servicios Aéreos

Cuenta con 1.714 pistas aéreas, donde operan 24 líneas aéreas nacionales y alrededor de

30 aerolíneas extranjeras. Los principales aeropuertos de México son: México DF.,

Monterrey, Guadalajara, Mazatlán, Mérida, Acapulco, Cancún, Puerto Vallarta, Bajío,

Hermosillo, Tijuana y San José del Cabo.

3.2.1 Acuerdos Comerciales Que Favorecen La Operación TLC ENTRE COLOMBIA Y MEXICO



Firmado el 13 de junio de 1994, el acuerdo entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia entró en vigor el 1 de enero de 1995 por medio del decreto 172 de 1994.

El acuerdo en vigencia establece un 10% de reducción de tarifa arancelaria por el comercio de bienes y servicios entre los miembros.

El Tratado de Libre Comercio entre Mexicanos y la República de Colombia es un acuerdo de tercera generación que no está limitado al libre comercio, sino que abarca otros sectores como la inversión, servicios, compras gubernamentales, regulaciones a la competencia desleal, y derechos de propiedad intelectual, que a continuación se exponen con mayor amplitud.

Desde el 2014, la balanza comercial entre Colombia y México se ha venido ajustando, aunque sigue en déficit para Colombia: 2.381 millones de dólares en el 2018. Las exportaciones han tenido una tendencia positiva con un crecimiento anual promedio del 15%, donde los productos que más se exportaron en el 2018 fueron los combustibles minerales (45,6%), los vehículos y sus partes

(10,1%), los plásticos y las manufacturas (8,7%), los aceites esenciales y preparaciones de perfumería (4,9%) y los productos de industrias químicas (3,6%).

Por otro lado, las importaciones tuvieron una tendencia negativa hasta el 2017, cuando llegaron a 3.573 millones de dólares después de registrar 5.367 millones de dólares en 2014. En el 2018 hubo una recuperación con un aumento del 2% con respecto al 2017, donde se destacaron las importaciones de vehículos automóviles que representaron el 21% del total, aparatos y material eléctrico con 21%, diversidad de máquinas con el 8,5%, los combustibles minerales con el 6,2% y la fundición de hierro y acero con 5,7%

Objetivos del acuerdo

- a) estimular la expansión y diversificación del comercio entre las Partes;
- b) eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y de servicios entre las Partes
- c) promover condiciones de competencia leal en el comercio entre las Partes
- d) aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las Partes
- e) proteger y hacer valer los derechos de propiedad intelectual
- f) establecer lineamientos para la ulterior cooperación entre las Partes, así como en el ámbito regional y multilateral encaminada a ampliar y mejorar los beneficios de este Tratado
- g) crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este Tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias
- h) propiciar relaciones equitativas entre las Partes reconociendo los tratamientos diferenciales en razón de las categorías de países establecidas en la ALADI

Para México, Colombia es el tercer mercado en importancia, en especial para los productos manufacturados, después de los Estados Unidos y Canadá representando el 3% aproximado de tales exportaciones. En el 2019 las ventas alcanzaron los US \$3.695 millones contra los US \$638 millones de las importaciones procedentes de Colombia. El mercado mexicano es para Colombia el duodécimo con una participación de tan solo 1.2%. Según el Banco de la República

ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN (ALADI)



¿Quiénes hacen parte?

Actualmente hacen parte de la ALADI los siguientes países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

La ALADI propicia la creación de un área de preferencias económicas en la región, para lograr un mercado común latinoamericano, mediante los mecanismos de: Preferencia Arancelaria Regional (PAR), Acuerdos de Alcance Regional (AAR), y Acuerdos de Alcance Parcial (AAP); los cuales pueden abarcar materias diversas como desgravación arancelaria y promoción del comercio; complementación económica; comercio agropecuario; cooperación financiera, tributaria, aduanera, sanitaria; preservación del medio ambiente; cooperación científica y tecnológica; promoción del turismo; normas técnicas; y muchas otras previstas al efecto.

Objetivos

- Promover la creación de un área de preferencia en la región con el objetivo final, para un mercado común
- Reducir y eliminar gradualmente los obstáculos al comercio recíproco de sus países miembros
- Promover el desarrollo de los lazos de sostenibilidad y cooperación
- Promover el desarrollo económico y social de la región de manera armonizada y equilibrada con el fin de garantizar una mejor vida para sus habitantes
- Renovar el proceso de integración latinoamericano y establecer mecanismos aplicables a la realidad regional.

¿Por qué la ALADI es importante para Colombia?

El proceso de integración a nivel regional busca crear un área de preferencias económicas que puede potenciar las oportunidades de las empresas para crecer y aumentar su participación en el mercado regional, complementando los esfuerzos nacionales para diversificar la oferta exportable y aumentar la competitividad. Como producto de la cercana coordinación entre el Ministerio de Comercio, Industria y Comercio – MinCIT- y la Cancillería, Colombia participa en la ALADI de manera técnica, activa y orientada a resultados concretos en el proceso de integración regional

3.2.2 Solicitud De Vistos Buenos (Colombia)

- Certificado inspección sanitaria exportación alimentos y materias primas - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimento
- Certificado de venta libre - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos
- Documento zoosanitario - Instituto Colombiano Agropecuario
- INVIMA
- ICA

3.2.3 CONDICIONES ARANCELARIAS

Por producto 04031001 – Suero de manteca (de mantequilla) *, leche y nata (crema) cuajadas, yogur, kéfir y demás leches y natas (cremas), fermentadas o acidificadas, incluso concentrados, con adición de azúcar u otro edulcorante, aromatizados o con frutas u otros frutos o cacao: Yogur: Yogur.

Exportado desde Colombia a México

Colombia cuenta con una tarifa preferencial al exportar este producto a México por lo cual tiene una tarifa del 0% lo cual hace atractivo la exportación a este país.

Al contar con tarifas preferenciales el importador como el exportador deberán cumplir con ciertos requisitos como lo son:

Obligaciones respecto a las importaciones.

1. Cada Parte requerirá del importador que solicite trato arancelario preferencial para un bien de otra Parte, que:

a) declare por escrito, en el documento de importación con base en un certificado de origen válido, que el bien califica como originario;

b) tenga el certificado de origen en su poder al momento de hacer esa declaración; y

c) presente o entregue el certificado de origen cuando lo solicite la autoridad competente.

2. Cada Parte requerirá del importador que presente o entregue una declaración corregida y pague los impuestos de importación correspondientes, cuando el importador tenga motivos para creer que el certificado de origen en que se sustenta su declaración de importación contiene información incorrecta.

3. Cada Parte dispondrá que cuando el importador no cumpla con cualquiera de los requisitos establecidos en el párrafo 1, se niegue el trato arancelario preferencial al bien importado de otra Parte para el cual se hubiera solicitado la preferencia.

4. La solicitud a que se refiere el párrafo 1, literal c) no evitará el desaduanamiento o levante de la mercancía en condiciones de trato arancelario preferencial solicitado en la declaración de importación.

Obligaciones respecto a las exportaciones.

1. Cada Parte dispondrá que un exportador o productor de esa Parte que haya llenado y firmado un certificado o una declaración de origen, entregue copia del certificado validado o de la declaración de origen a la autoridad competente cuando ésta lo solicite.

2. Un exportador o un productor que haya llenado y firmado un certificado o una declaración de origen y tenga razones para creer que ese certificado o declaración contiene información incorrecta, debe comunicar sin demora y por escrito, cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del certificado o declaración a todas las personas a quienes se les hubiere entregado así como, de conformidad con la legislación de la Parte de que se trate a la autoridad competente de la Parte exportadora..

3. Cada Parte dispondrá que el certificado o la declaración de origen falsos hechos por un exportador o por un productor tenga las mismas consecuencias administrativas que tendrían las declaraciones o manifestaciones falsas hechas en su territorio por un importador en contravención de sus leyes y reglamentos aduaneros, con las modificaciones que pudieren requerir las circunstancias.

3.2.4 Condiciones No Arancelarias

Si bien los productos colombianos gozan en un 90% de arancel 0 para ingresar al mercado mexicano, las exigencia de verificación de origen son claras y extensas, la materia prima, procesos y otros derivados de la manufactura deben ser de origen nacional, esto permite evitar la re-etiquetación y el ingreso camuflado de contrabando asiático al suelo mexicano.

REGULACIONES NO ARANCELARIAS

- Certificado fitosanitario. Para la exportación de productos forestales, de origen vegetal, productos y subproductos de origen animal, es necesario solicitar a la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), el certificado o autorización correspondiente.
- Certificado sanitario. Para la exportación de bebidas, alimentos preparados, elaborados o enlatados, medicamentos, productos derivados de la sangre humana, se requiere tramitar una autorización, certificado u oficio de la Secretaría de salud.
- Permiso de exportación de la Secretaría de Economía (SE), el trámite se efectúa únicamente cuando el producto este sujeto a permiso previo (ejem. oro en bruto, monedas de acuñación).
- Certificado de exportación La Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente establece que los productos de especies en peligro de extinción, materiales o residuos peligrosos están sujetos a la presentación del emitido por el Instituto Nacional de Ecología, cuando se destinen a los regímenes aduaneros de exportación definitiva o temporal D.O.F. 27 octubre 1997.
- Lista de empaque: detalla el acomodo y distribución de los bienes contenidos en un embarque, numerado desde la primera hasta la última caja, paquete o contenedor. Especifica volumen, peso, número de piezas, piezas por paquete, etc.
- Reglas de origen
- Medidas proteccionistas de contingencia comercial
- Licencias no automáticas, las cuotas, prohibiciones y medidas de control de la cantidad que no sean razones fitosanitarias, sanitarias o barreras técnicas al comercio

- Propiedad intelectual
- Estar inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes.
- Estar al corriente de tu situación fiscal.
- Contar con firma electrónica avanzada.
- Contratar una empresa con experiencia en servicios aduanales.
- Inscribirse en el padrón de importadores.
- Realizar el encargo conferido al agente aduanal.
- Cumplir con el pago de las contribuciones y aprovechamientos aplicables.
- Cumplir con las regulaciones y restricciones no arancelarias que en su caso esté sujeta la mercancía.
- Llevar los sistemas de control de inventarios con el registro actualizado de los datos de control de las mercancías, mismos que deberán estar a disposición de la autoridad aduanera.
- Obtener la información y documentación necesarias para comprobar el país de origen de procedencia de las mercancías para efectos de preferencias arancelarias y proporcionarlos a las autoridades aduaneras cuando éstas lo requieran.
- Entregar al agente o empresa de servicios aduanales una manifestación por escrito, y bajo protesta de decir verdad, con los elementos que permitan determinar el valor en aduana de las mercancías.

Régimen arancelario ⓘ	Arancel aplicado ⓘ	EAV ⓘ	Nota
MFN duties (Applied) ⓘ	20%	20%	
Preferential tariff (AAP.CE33) for Colombia ⓘ	0%	0%	Detalles del acuerdo comercial ▼
Preferential tariff for Colombia ⓘ	10%	10%	Detalles del acuerdo comercial ▼
Regional tariff preference (Aladi: AR.PAR4) for Colombia ⓘ	14.40%	14.40%	Detalles del acuerdo comercial ▼

Grafico 67 Regimen arancelario

3.2.4.1 Medidas Sanitarias Y Fito Sanitarias

- Exigencia cumplimiento de la norma internacional de protección fitosanitaria. México aplica la norma NIMF-15 desde el 16 de septiembre de 2005. 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.
- Es decir que los exportadores que usen este tipo de embalajes, deben conseguir la Autorización NIMF 15. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca

3.2.4.2 Normas De Etiquetado.

- Nombre comercial del producto.
- Peso neto, cantidad del producto, volumen.
- Fecha de producción, caducidad o de durabilidad mínima.
- Sello o indicación del cumplimiento de una norma de calidad.
- Denominación Genérica
- Denominación de venta
- Código de Barras
- Tabla Nutricional (para el caso de alimentos)
- Advertencias de Riesgos
- Presentar en etiqueta fijada de manera tal que permanezca disponible hasta el momento de su venta o adquisición en condiciones normales

3.2.4.3 NORMAS DE EMPAQUE Y EMBALAJE

- Nombre y dirección del productor, exportador, importador, distribuidor.
- País de origen
- Registro ante la autoridad competente.
- Instrucciones de uso y de almacenamiento.
- Número de lote.
- Responsable del Proceso (qué entidad o persona física lo elaboró o importó)
- Contenido
- Deberá estar regido por el código sanitario correspondiente en donde se estipula la forma de presentación del envase.
- constancia de conformidad: Esta constancia sirve para comprobar que un producto importado o nacional cumple la norma de etiquetado bajo la NOM aplicable

3.2.4.5 Normas técnicas y Normas ambientales

Las diferentes plantas de Alpina tienen implementados sistemas de gestión de calidad y de medio ambiente, respaldados por certificaciones como ISO 9001:2000, ISO 14001:2004, HACCP y BASC (Business Antismuggling Coalition).

Certificaciones:

- ISO 9001
- Kosher
- BASC
- SQF 2000

- ISO 14001
- CTPAT
- ISO 2000
- HACCP
- Aval de la Sociedad Colombiana de Pediatría para la línea Baby.

3.3 PRODUCTO, PRECIO, PUNTO DE VENTA Y PROMOCIÓN

3.3.1 Producto

El producto que vamos a exportar a Mexico se llama yogurt Finesse con cereal Müsli bajo en grasa es la combinación perfecta para llevar a cualquier lugar y cuidarte con sus beneficios. Es un alimento que combina los beneficios del Yogurt Finesse sabor natural con el aporte de carbohidratos que contienen los cereales, hace parte de la línea de productos saludables de alpina que buscan el cuidado de la salud y de tu figura.

Información Nutricional	
Tamaño por porción 1 Vaso (175 g)	
Porciones por envase 1	
Cantidad por porción	
Energía 230 kcal	Energía de la grasa 40 kcal
% Valor Diario*	
Grasa Total 4,5 g	8%
Grasa Saturada 2,5 g	13%
Grasa Trans 0 g	
Colesterol 10 mg	3%
Sodio 170 mg	7%
Carbohidrato Total 42 g	14%
Fibra Dietaria 1 g	4%
Azúcares 28 g	
Proteína 6 g	12%
Vitamina A 8%	• Vitamina C 20%
Calcio 15%	• Hierro 15%
Vitamina D 15%	• Ácido Fólico 20%
Vitamina B12 8%	• Zinc 10%

*Los porcentajes de Valores Diarios están basados en una dieta de 2000 calorías. Sus Valores Diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas.

Grafico 68 Tabla Nutricional Yogurt Con Cereal Alpina

Dentro de las características físicas del producto podemos encontrar como alpina ha optado por una Innovación de impacto ambiental, al diseñar una nueva estructura de vaso con dos capas que

contiene residuos; la primera capa hecha de material virgen que va en contacto con el producto, y la segunda compuesta de material reciclado, además de una copa que contiene el cereal en la parte de arriba que esta sellada por medio de una capa de aluminio al igual que el vaso que contiene el yogurt.

La presentación del producto es de color Azul Oscuro con blanco, sobre la parte blanca podemos encontrar una imagen del cereal acompañado con el logo de alpina, el nombre del producto, su sabor con la palabra Finesse en medio grande en color azul para aclarar que es un producto saludable y en la parte inferior y en letras pequeñas una pequeña descripción del producto. En un costado en la parte Azul oscura se encuentra la cantidad de grasa y porcentaje de grasa que contiene el producto y más abajo las calorías y el porcentaje de calorías del producto.

En la parte de atrás del producto de color Azul Oscuro en letras pequeñas y de color blanco encontramos los ingredientes con los que se hicieron el yogurt y los cereales además del nombre de la empresa y el lugar en donde el producto fue fabricado.

Cada baso contiene un total de 170 gramos.

Se debe tener en cuenta que se planea exportar el pack de 4 yogures con cereal que son en total 680 gramos x pack.



Grafico 69 Precio pack x4 Colombia

Principales Competidores En México

Compañía	Total Ingreso Operativo	Tendencia De Los Ingresos Operacionales (%)	Margen Neto (%)	Ganancia (Pérdida) Neta	Activos Totales	Total de patrimonio	Estado Financiero:
Grupo Lala, S.A.B. de C.V.	81,170,373	4.61	0.60	484,966	71,977,654	16,965,478	Consolid., 2020
Grupo Herdez, S.A.B. de C.V.	24,559,482	8.51	9.85	2,368,456	33,574,653	17,336,463	Consolid., 2020
Mead Johnson Nutricionales De Mexico, S. De R.L. De C.V.	11,580,055*	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	Indiv., 2019
Sigma Alimentos Lacteos S.A. De C.V.	9,577,811	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	Indiv., 2016
Yakult S.A. De C.V.	5,445,432	7.52	N/D	N/D	N/D	N/D	Indiv., 2018
Lala Mexico S.A. De C.V.	4,252,937*	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	Indiv., 2019
Pasteurizadora Maulec S.A.P.I. DE C.V.	3,228,083	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	Indiv., 2019
Cremeria Americana S.A. De C.V.	2,603,455	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	Indiv., 2018
Intercontinental de Medicamentos S.A. de C.V.	2,465,520	N/D	17.27	425,882	3,401,875	1,516,765	Indiv., 2019
Pasteurizadora Aguascalientes S.A. De C.V.	2,065,556	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	Indiv., 2015

Grafico 70 Principales Competidores Mexico

(EMIS, 2021)

3.3.2 Precio

El precio del pack x4 unidades en el mercado colombiano es de 12.000 pesos es decir 3.27 Dólares y 66.43 pesos mexicanos.

Producto alpina	Pesos Mexicanos		Pesos colombianos
	PRECIO	PACKx4	PACKx4
yogurt Finesse con cereal Müsli bajo en grasa	16,68	66.73	12000

Grafico 71 Precio Producto Alpina En colombia Y mexico

En México que es nuestro mercado objetivo no existe ningún producto como el yogurt Finesse con cereal Müsli o parecido además alpina no exporta hacia ese país por lo que los precios se obtuvieron de productos parecidos de ese país no son exactos.

Pesos Mexicano		
PRODUCTO	PRECIO	PACKx4
Yogurt Bufala 170gr Mora	19.7	78.8
Yoghurt Batido Lala Go Natural Con Zucaritas 170 Gr	14.50	58
Alimento lacteo fermentado activa 170Gr Frutos Rojos Sin Azucar	34,90	139,6
Yoghurt Lala Delicias Pay De Fresa Con Galleta 150 Gr	16,30	65,2
Yogurt Chobani estilo griego natural sin grasa 150 g	24.50	98
Precios Promedio	21.98	87.92

Grafico 72 Precio Productos Similares Mexico

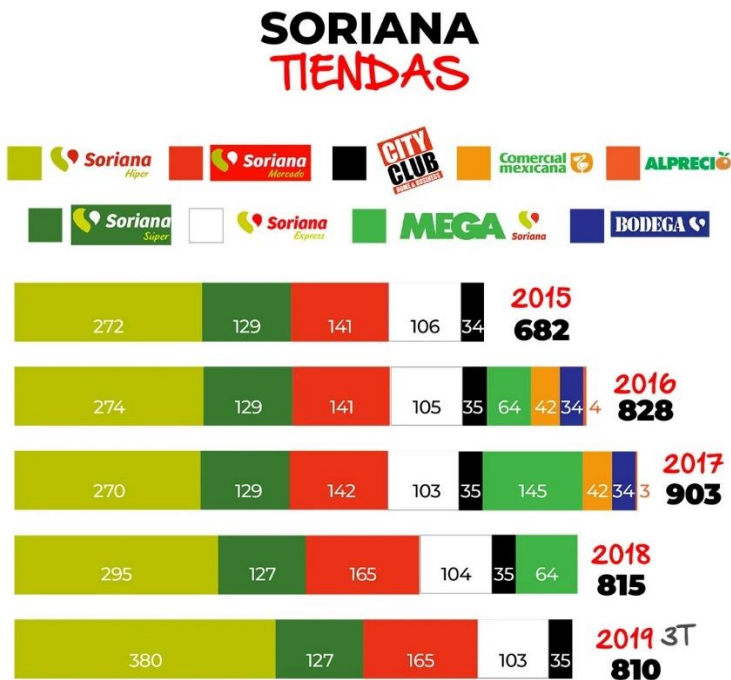
Si tomamos como referencia los anteriores productos el precio que tendría nuestro producto (pack de 4) en el mercado mexicano seria de 87.92 pesos mexicanos es decir 15.872 pesos colombianos.

3.3.3 Puntos De Venta

Los principales puntos de venta de nuestro producto estarán en ciudad de México y serán vendidos por los grandes supermercados de cadena como lo son Wal-Mart o las tiendas sorianas debido a sus diversos puntos de venta y posicionamiento en el mercado mexicano, teniendo en cuenta que nuestro producto es familiar y viene en una presentación de cuatro unidades por lo que resulta más

conveniente estos supermercados que pequeñas tiendas de conveniencias, además hay que tener en cuenta que estos grandes supermercados cuentan con sus propia infraestructura de tiendas online en donde nuestro producto podrá hacer presencia.

En el caso de las grandes cadenas de supermercados de México el margen de ganancias que ellos solicitan a sus proveedores suele variar entre el 1% y 3% dependiendo del producto, otro aspecto a tener en cuenta es la ubicación del producto dentro de la tienda puesto que por ejemplo si se quiere colocar el producto en la sección saludable el producto puede resultar más caro que en la sección de lácteos normal.



Fuente: CREA

Grafico 73 Tiendas Soriana

3.3.4 Promoción

Alpina promocionara este producto por medio de sus diferentes canales con los que cuenta la empresa como lo son su página web, redes sociales y email, de manera que los clientes y clientes

potenciales tendrán acceso a la información del producto y de las promociones con la que el producto cuenta actualmente.

De igual forma dentro de las estrategias de marketing y venta que maneja la empresa se encuentran el email marketing, la presencia en eventos en donde la marca participe, se contratará distintos influencers con el fin de que hagan publicidad del producto, se promocionará el producto en revistas con enfoque a personas con estilos de vida saludable con el fin de captar la atención de estos clientes potenciales, por último se realizarán diferentes concursos por medio de redes sociales con el fin de promocionar este nuevo producto que la empresa está lanzando.

Para promocionar las ventas el producto contará con descuento el primer mes de sus lanzamientos, también se lanzarán promociones en donde los clientes al pack de 4 yogurts se le adicionara un vaso con el logo de alpina gratis, además se harán campañas de muestras gratis para que el producto se dé a conocer en este nuevo mercado por último se distribuirán cupones y panfletos en físico.

4 ESTRATEGIA DE INMERSION

4.1 Estrategia de Internacionalización

La estrategia de internacionalización que se usará para vender el producto yogurt Finesse con cereal Müsli bajo en grasa será una exportación, debido a que es una estrategia de inmersión en el mercado mexicano que generara mayor diversificación del producto para así llegar a afrontar la competencia internacional y ganar competitividad para mejorar la exigencia y disminuir el riesgo de estar en un solo mercado.

Además, se aprovechará la experiencia que tiene alpina exportando este tipo de productos hacia diversos mercados tales como Aruba, Ecuador, España y Canadá. Aumentando así la capacidad productiva de la empresa generando economías a escala con productos 100% colombianos certificados en altos estándares de calidad aprovechando el tratado que tenemos con México con una tarifa preferencial de 0%.

Por medio del mercado mexicano se podrá dar a conocer este un nuevo producto con un valor agregado cuyo objetivo es cambiar el estado de vida de aquellas personas que buscan mejorar sus hábitos alimenticios y reducir los riesgos de sufrir alguna enfermedad ya que en México el 29% de la población sufre de obesidad siendo uno de los países que menos se preocupa por la dieta convirtiéndose en un problema que afecta a su población.

4.2 Explicación de la propuesta

Se hará una exportación directa que facilitará la operación debido a que se podrá tener un mayor control sobre la misma lo que brindará mayor flexibilidad, poder de negociación, reducir costos y tener relación directa con el cliente.

Las partes involucradas en la cadena logística serán alpinas como empresa productora encargada de vender y exportar el producto a México a la empresa de supermercados soriana con amplia experiencia y más 810 tiendas representando más del 47% del mercado mexicano. Además, también se verán involucrados agentes encargados del proceso logístico como agentes aduaneros, puestos, navieras, bancos, operador portuario, transporte interno del país de origen y destino, compañía de seguros y vistos buenos.

Fase 5. Logística y Distribución Física Internacional

1. Cantidades A Exportar

Hemos decidido exportar al área metropolitana de Guadalajara, mirando factores tales como la población que en este caso son 5.000.000 de habitantes, teniendo en cuenta que en México el consumo diario de lácteos es del 50% con un total de 2.500.000, el del yogurt el 17,8% y el del yogurt con cereal el 20%, adicional a esto tuvimos en cuenta el porcentaje de obesidad en México que es del 29% siendo uno de los más altos en latino américa.

Teniendo en cuenta la información anterior hemos decidido llegar a una población objetivo diaria del 0,95% como se puede observar en el siguiente gráfico.

	POBLACION AREA METROPOLITANA DE GUADALAJARA	% CONSUMO DIARIO DE LACTEOS MEXICO	% CONSUMO DE YOGURT DIARIO	% CONSUMO DE YOGURT DIARIO CON CEREAL	% OBESIDAD EN MEXICO	POBLACION OBJETIVO DIARIA
	5000000	50%	17,8%	29%	29%	0,95%
TOTAL		2500000	445000	129050	37425	356

Grafico 74 Cantidad a exportar

2. Frecuencia De La Operación.

Se realizarán exportaciones bimensualmente es decir seis exportaciones a lo largo del año, se buscará satisfacer con una población mensual de 10666 para un total de 21331,96 bimensualmente, lo que quiere decir que anualmente se llegara a 127991,79 personas.

POBLACION MENSUAL	POBLACION BIMENSUAL	POBLACION ANUAL
30	60	12
10666	21331,965	127991,79

Grafico 75 frecuencia de la operación

3. Termino Incoterm A Negociar

El término incoterm que utilizaremos para exportar nuestro producto hacia México es DAP, se eligió este incoterm teniendo en cuenta que las cadenas de supermercados exigen normalmente que se utilice dap, dpu o ddp en sus negociaciones.

DAP es la mejor opción ya que es en la que el vendedor incurre en menos costos y a diferencia de dpu no se encarga de descargar la mercancía en el punto acordado.

Responsabilidades Vendedor:

1. Suministrar la mercancía junto con el contrato de venta
2. Cubrir los daños o pérdidas de mercancía hasta que sea entregada al comprador
3. Controlar el transporte del producto hasta llegar al punto acordado
4. Asumir todos los riesgos hasta que la carga sea entregada
5. Pagar los gastos de verificación para asegurar la entrega sin problemas
6. Proporcionar el embalaje necesario para que los productos sean subidos al transporte

Responsabilidades Comprador

1. Pagar la mercancía conforme lo estipulado en el contrato de compra-venta
2. Conseguir los documentos y autorizaciones requeridas para los trámites aduaneros
3. Asumir los riesgos y pérdidas a partir de que se le entrega la mercancía
4. Dar aviso al vendedor de la recepción del producto

5. Asumir los gastos de demora surgidos durante el despacho aduanero como ocupación, almacenamiento o muellaje.

4. Medio De Transporte A Utilizar

Empresa a contratar en el territorio nacional

La ruta de transporte nacional será desde la fábrica alpina ubicada en Sopó Cundinamarca, la cual se dirigirá a el puerto de Barranquilla atlántico, por medio de la empresa Saferbo S.A Con más de 40 años de experiencia han desarrollado soluciones integrales de transporte para satisfacer las necesidades de los clientes. La mercancía se llevara en un dobletroque cuatro manos con una capacidad de 24 toneladas con un costo de 5, 929,229 Cop



Grafico 77 Empresa transporte interno

RESULTADOS ENCONTRADOS :

Tarifa: \$ 2,017
Peso base: 2688(Se usa el peso volumen como parámetro de cálculo)
Trayecto: Troncal
Valor Flete: \$ 5,421,696
Cobro de manejo: \$ 502,530
CONTRAENTREGA: \$ 5,000

VALOR TOTAL: \$ 5,929,226

- El objeto postal en contenido, características y pesos se ciñe a lo determinado por CRC y Mintic

Grafico 78 Cotizacion Transporte interno



Grafico 76 transporte interno

Documentos requeridos

Envíos Comerciales:

- Contrato de compraventa internacional
- se requieren la original y 3 copias de la factura comercial, con la firma del vendedor o expedidor. Una de las copias de la factura comercial, debidamente firmada, debe ir dentro del paquete, mientras que las restantes se agregan a la guía aérea.
- Información requerida en la factura comercial: Las facturas deben estar escritas en español o en inglés con el fin de evitar demoras en la liberación, así como debe llevar logo de la empresa remitente. Esta factura debe incluir:
 - Término de negociación
 - Número de teléfono del destinatario
 - Todos los datos pertinentes del envío, peso valor, descripción
- Liberación de Aduana
 - Si el envío tiene un valor declarado de USD 1000 o más, el destinatario automáticamente
- Será considerado como un importador regular y deberá tener una licencia de importación. Adicionalmente, deberá presentar los siguientes documentos:
 - Carta de Traducción (si es requerida)
 - Competo desglose de valores
 - Carta de Encomienda
 - Carta de no comercialización Personal Moral Prestación de servicios Profesionales
 - Manifestación de Valores en Aduana Declaración de Flete
 - Orden de compra
 - Certificado de origen
 - Certificado de calidad
 - Certificado Fitosanitario
 - Certificado Sanitario
 - Conocimiento de embarque
 - Manifiesto de carga

- Póliza de seguro de transporte
- Declaración aduanera de mercancías
- Licencias
- Carta a crédito

Se impondrán multas si:

- La factura comercial no se presenta sobre llegada
- La copia firmada de la factura no es incluida en el paquete
- La factura del vendedor o expedidor es omitida en la factura

5.Ruta Internacional De La Operación

México tiene 117 puertos (101 marítimos y 16 fluviales), posee 114 km de longitud de Muelles en el pacífico y 99,2 km en el golfo. Los principales puertos de México por los que Pasa el 60% del tráfico marítimo de mercancías son Altamira y Veracruz en el Golfo de México y Manzanillo y Lázaro Cárdenas en la costa del Pacífico.

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Manzanillo	Cartagena	Directo	7
	Buenaventura	Cartagena - Colombia	7
	Barranquilla	Directo	2
	Santa marta	Directo	3
Altamira	Cartagena	Directo	5
	Buenaventura	Cartagena - Colombia	11
	Barranquilla	Directo	12
	Santa marta	Cartagena - Colombia	15
Veracruz	Cartagena	Directo	4
	Buenaventura	Cartagena - Colombia	10
	Barranquilla	Kingston-Jamaica	11
	Santa marta	Cartagena - Colombia	14
Lázaro Cárdenas	Cartagena	Manzanillo-México	18
	Buenaventura	Directo	6
	Barranquilla	Cartagena - Colombia, Manzanillo - México	25
	Santa marta	Cartagena - Colombia, Guayaquil - Ecuador	42

Grafico 79 Rutas internacionales con mexico

Puerto de Barranquilla



Grafico 80 Puerto De Partida

Puerto de Manzanillo



Grafico 81 Puerto Destino

Nuestra mercancía saldrá de Sopó, Cundinamarca y se dirigirá al puerto de Barranquilla Atlántico en donde se embarcará, saldrá directo a el puerto de desembarque de Manzanillo este trayecto tardara aproximadamente 5 días en tránsito con un valor de 812,28 USD desde la fábrica hasta las bodegas del supermercado soriana en Guadalajara y su área metropolitana.

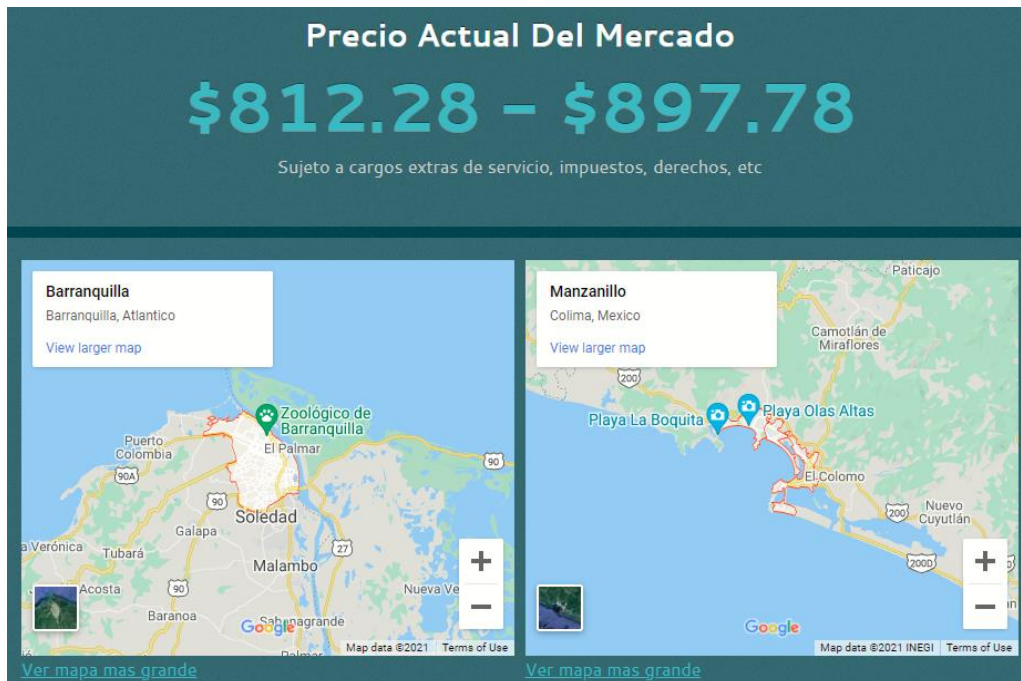


Grafico 82 Cotizacion Transporte Internacional

Líneas Navieras



Grafico 83 Lineas navieras



Grafico 84 Linea naviera Elegida

La naviera que se utilizara será Consolcargo S.A.S es una empresa dedicada a la consolidación marítima, terrestre y aérea de importación y exportación, que mediante tecnología y aliados estratégicos busca permanentemente la satisfacción de los clientes , garantizado por el compromiso, liderazgo, principios y valores de su capital humano.

6.Empaque

Se utilizará un empaque con un buen impacto ambiental, al diseñar una nueva estructura de vaso con dos capas que contiene residuos; la primera capa hecha de material virgen que va en contacto con el producto y la segunda compuesta de material reciclado, se venderán paquetes x4 de 170g en total. También el producto contendrá Denominación Genérica, Denominación Específica, Caducidad, Código de Barras, Responsable del Proceso (qué entidad o persona física lo elaboró o importó), País de Origen, Indicación de Cantidad, Tabla Nutricional (para el caso de alimentos).



Grafico 85 Empaque Pack X 4



Información Nutricional	
Tamaño por porción 1 Vaso (175 g)	
Porciones por envase 1	
Cantidad por porción	
Energía 230 kcal	Energía de la grasa 40 kcal
% Valor Diario*	
Grasa Total 4,5 g	8%
Grasa Saturada 2,5 g	13%
Grasa Trans 0 g	
Colesterol 10 mg	3%
Sodio 170 mg	7%
Carbohidrato Total 42 g	14%
Fibra Dietaria 1 g	4%
Azúcares 28 g	
Proteína 6 g	12%
Vitamina A 8%	• Vitamina C 20%
Calcio 15%	• Hierro 15%
Vitamina D 15%	• Ácido Fólico 20%
Vitamina B12 8%	• Zinc 10%
*Los porcentajes de Valores Diarios están basados en una dieta de	

Grafico 86 Tabla nutricional



Material: papel

Tipo de papel: cartón corrugado blanco

Capa: 5 capas

Tamaño: muchos tamaños; Largo * ancho * alto (60 cm * 40 cm * 40 cm)

Material: cartón reciclado

Capacidad: 10-25Kg

- Cartón corrugado

Las cajas de cartón ondulado son el material más utilizado para la producción de envases para la comercialización y exportación de productos hortofrutícolas. Generalmente, son fabricados con chapas onduladas simples, dobles o triples y con perforaciones que permiten la ventilación de calor, respiración del producto y circulación de aire frío al producto.

7.Embalaje Del Producto

Normatividad fitosanitaria

Exigencia cumplimiento de la norma internacional de protección fitosanitaria. México aplica la norma NIMF-15 desde el 16 de septiembre de 2005. 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. Es decir que los exportadores que usen este tipo de embalajes, deben conseguir la Autorización NIMF 15. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca. Conozca la norma NIMF 15 en Español: DOCUMENTOS DE LA FAO.



Grafico 87 Pallet

Tipo de estiba: americano

TAMAÑO: 120 x 100

Material: madera

Es más barato y más fácil de adquirir.

Este material no es muy lavable, pierde

Resistencia a la alta humedad y al agua, y

Tiene una durabilidad Alta.

Para el exportador es importante investigar las normas técnicas exigidas y la legislación vigente para los sistemas de empaque. Entre las normas técnicas más conocidas están:

Norma ISO 3394: hace referencia a las dimensiones de las cajas master, de los pallets o plataformas y de las cargas paletizadas.

- Cajas: las dimensiones de las bases de las cajas deben corresponder a un módulo de 60 x 40 cm. de medida externa. La altura debe acondicionarse a las dimensiones de los productos comercializados. Las medidas de las cajas individuales de los productos exportados deben acondicionarse internamente al módulo estipulado y siempre es posible encontrar la medida que permita este trabajo.
- Pallets: los pallets necesarios para la unitarización de la carga según la Norma 3394 deben corresponder de acuerdo al modal de transporte seleccionado, así:

Para vía aérea. 120 x 80 cm.

Para vía marítima. 120 x 100 cm.

EMBALAJE			
CONTAINER		REFREE 20	
NUMERO DE PALLETS		11	
CAJAS X PALLET		20	
TOTAL CAJAS		220	
NUMERO DE PRODUCTOS POR CAJA		96	
NUMERO DE PRODUCTOS POR PALLET		1920	
TOTAL PRODUCTOS		21120	
TOTAL PESO		5280 KG	
DIMENSION DE LAS CAJAS		DIMENSION DE LOS PACK	
ALTO	40	ALTO	10
ANCHO	40	ANCHO	20
LARGO	60	LARGO	20



Grafico 88 Embalaje y Cifras

8. Unitarización

Los pallets según las normas en México deben pasar por la desinfección de la madera; debe realizarse siguiendo cualquiera de los siguientes procedimientos marcados por la NIMF 15:

- Tratamiento térmico convencional (HT)
- Tratamiento térmico con calentamiento dieléctrico (DH)
- Fumigación con bromuro de metilo (MB)

Tras haber pasado los tratamientos de las Normas Internacionales de Medidas Fitosanitarias 15, los pallets de madera son marcados con una etiqueta identificativa para mostrar que cumplen con la normativa exigida.

El sello incluye:

- El símbolo IPPC (NIMF en español).
- XX hace referencia a las letras ISO de cada país (000 refiere al número asignado al fabricante por parte del Ministerio).
- 000 refiere al número asignado al fabricante por parte del Ministerio.
- YY el código que indica el tratamiento que se ha aplicado a la madera. Pueden ser HT (calor convencional), DH (calentamiento dieléctrico) o MB (fumigación con bromuro de metilo).

Los palets deben ir con un certificado de cumplimiento. El fabricante tiene que facilitar esta identificación al comprador. En el caso de España, el Ministerio es quien autoriza al proveedor para marcar el embalaje.

9.Documentación Bancaria

PAGO

La forma de pago a realizar será el giro directo en el que se hará el pago a la empresa exportadora (ALPINA) tan pronto como la mercancía llegue a su destino final en Guadalajara, México y la empresa importadora (SORIANA) haya en la mano. Se eligió este método de pago porque brinda seguridad y confianza tanto a la empresa exportadora como a la empresa importadora, a veces las distancias y la existencia de barreras culturales pueden tener un impacto negativo en la confianza que se desarrolla entre las partes y, Por eso este instrumento es uno de los más seguros.

10.Seguro Nacional E Internacional

El seguro internacional marítimo que se comprara es de cobertura ICC “B” que Cubre daños a mercancías en caso de incendio, explosión, naufragio, avería gruesa, colisión del buque con cualquier objeto, además de todo riesgo accidental de mar. También entra en los daños aquellos por enteeda de agua a las bodegas del buque.

Por otro lado, no cubre derrames y pérdidas naturales, defecto de embalaje, demoras, factores políticos o sociales como guerras o huelgas.

11. Costeo Operación Hasta Ddp

EXCHANGE RATE	3635	UNIDAD PACK
	USD	COP
VALOR UNITARIO	1,65	6000
VALOR TOTAL	8712	\$ 31.680.000,00
PROFIT 30%	2613,6	\$ 9.504.000,00
TOTAL	11325,6	\$ 41.184.000

		USD	COP	
PACKING	EXW	\$ 825,31	\$ 3000000	1500
EMBALAJE	EXW	\$ 1.376	\$ 5.000.000	
VALOR EXW	EXW	\$ 13.526	\$ 49.184.000	
UNITARIZACIÓN	FCA	275	\$ 1.000.000,00	
DOCUMENTACIÓN	FCA	110	400.000,00	
TRANSPORT (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)	FCA	\$ 1.650,40	\$ 5.999.220,00	
INSURANCE	FCA	\$ 82,52	\$ 299.961,00	5%
HANDLING IN PORT	FAS / FCA	106	384.900,00	
SHIPPING HANDLING	FOB	132	481.125,00	
BANKING	FOB	\$ 406	\$ 1.475.520	3%
AGENTS	FOB	\$ 677	\$ 2.459.200	5%
Costos Indirectos	FOB	83	300.000	
COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR				
VALOR : FCA.No Incluye Embarque	FCA	\$ 15.648,74	\$ 56.883.181,00	
VALOR : FAS No Incluye Embarque	FAS	\$ 15.754,63	\$ 57.268.081,00	
VALOR : FOB	FOB	17.051,97	\$ 61.983.926,00	

TRANSPORTE INTERNACIONAL	CPT / CFR		812	\$ 2.951.620,00	
VALOR CFR	CFR			\$ 64.935.546,00	
VALOR CPT	CPT				
SEGURO INTERNACIONAL	CIP / CIF	\$	535,92	\$ 1.948.066,38	3%
VALOR CIF	CIF	\$	18.399,89	\$ 66.883.612,38	
VALOR CIP	CIP				
DE DESEMBARQUE	DAP		105	380000	
VALOR DAT	DAP	\$	18.504,43	\$ 67.263.612,38	
TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR	DAP	\$	1.200,00	\$ 4.362.000,00	
VALOR DAP***	DAP	\$	19.704,43	\$ 71.625.612,38	
DESCARGUE	DPU	\$	150,00	\$ 545.250,00	
VALOR DPU	DPU	\$	19.854	\$ 72.170.862	
DOCUMENTACION	DOP		200	727000	
ADUANEROS (IMPUESTOS) IVA	DOP				0%
AGENTES	DOP	\$	406	\$ 1.475.520	3%
BANCARIO	DOP	\$	541	\$ 1.967.360	4%
Costos indirectos	DOP		100	363500	
SEGURO	DOP	\$	36,00	\$ 130.860,00	3%
VALOR DDP TOTAL	DOP	\$	21.137,58	\$ 76.835.102,38	

12. Precio De Venta De Su Producto

El precio de nuestro producto en el mercado colombiano será de 79.70 pesos mexicanos, 4 dólares americanos que equivaldría de 14552 pesos colombianos. Este precio se encuentra entre el rango de precios que anteriormente habíamos investigado por lo que consideramos que es un precio competitivo dentro de ese mercado.

	Dolares	Pesos colombianos	Pesos Mexicanos
precio x pack	4,003329498	14.552,10	79.70

Análisis financiero

COP en Millones	4Q 2019	4Q 2020	% Crec.	4Q 2020 Separados
Ventas Netas	470,545	425,527	-9.6%	
Costo de Ventas	279,397	242,122	-13.3%	
Utilidad Bruta	191,148	183,405	-4.1%	
% Margen Bruto	40.6%	43.1%		
Gastos Operacionales	119,813	129,099	7.8%	
EBITDA	71,335	54,306	-23.9%	
% Margen EBITDA	15.1%	12.8%		
D&A	(21,981)	(21,138)	-3.8%	
Ingresos No operacionales	15,915	7,703	-51.6%	
Egresos No operacionales	(9,221)	(8,731)	-5.3%	
Diferencia en cambio	3,327	(2,030)	-161.0%	
Gasto Intereses	(13,116)	(7,801)	-40.5%	
EBT	46,259	22,309	-51.8%	
Provisión Impuestos	(16,009)	(6,275)	-60.8%	
Utilidad Neta	30,250	16,034	-47.0%	
% Margen Neto	6.4%	3.8%		
Deuda Bruta*	449,153	490,349		
Caja	32,401	41,470		
Deuda neta/EBITDA	1.6x	1.9x		

* El ratio financiero se calcula deuda neta sobre el EBITDA

Gráfico 89 Estado de Resultado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$ 429.739.200	\$ 455.867.343	\$ 488.325.098	\$ 528.172.426	\$ 576.764.289
CMV		\$ 107.712.000	\$ 114.260.890	\$ 122.396.265	\$ 132.383.800	\$ 144.563.110
Personal		\$ 154.273.368	\$ 160.444.303	\$ 166.862.075	\$ 173.536.558	\$ 180.478.020
Otros Gastos		\$ 25.900.000	\$ 26.936.000	\$ 28.013.440	\$ 29.133.978	\$ 30.299.337
Depreciacion		\$ 13.970.576	\$ 294.000	\$ 294.000	\$ 294.000	\$ 294.000
Utilidad Antes de Impuestos		\$ 127.883.256	\$ 153.932.151	\$ 170.759.318	\$ 192.824.091	\$ 221.129.823
33% Impuestos		\$ 42.201.475	\$ 50.797.610	\$ 56.350.575	\$ 63.631.950	\$ 72.972.842
Utilidad Neta		\$ 85.681.782	\$ 103.134.541	\$ 114.408.743	\$ 129.192.141	\$ 148.156.981
Depreciacion		\$ 13.970.576	\$ 294.000	\$ 294.000	\$ 294.000	\$ 294.000
Valor Inversion	-\$ 176.629.128					
FCL	-\$ 176.629.128	\$ 99.652.357	\$ 103.428.541	\$ 114.702.743	\$ 129.486.141	\$ 148.450.981
		1	2	3	4	5
Actualizar 1	-\$ 176.629.128	\$81.018.176,81	\$68.364.426,73	\$61.639.409,67	\$56.572.170,47	\$52.729.968,94
Acumular		-\$ 95.610.951	-\$27.246.524,46	\$34.392.885,21	\$90.965.055,68	\$143.695.024,62

Gráfico 90

TIR

Tasa de oportunidad	23%	
VPN	\$143.695.024,62	
TIR	55%	
PIR O VP	2,48	Años

Gráfico 91TIR

Podemos notar que tenemos una excelente TIR ya que es muy superior a la tasa de oportunidad lo cual hace a nuestra inversión muy rentable, también contamos con una excelente VPN lo cual ratifica que nuestro proyecto es una inversión muy segura y beneficiosa para alpina.

Bibliografía

Colombia Productiva. (30 de 01 de 2021). Obtenido de <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/17>

EMIS. (2021). *EMIS*. Obtenido de https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1181973&view-fins=all&subm=1&analysis_options=1&ratio_group=&fptype=Y&pub_standard=&cons=Y&curr=CO&P&display_units=6&analysis_type_radio=N&stm_order=R&hide-empty=y