

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

**PRESENTADO POR:
JOSE LUIS JAIMES URIBE
DANIEL F. TERNERA SALCEDO**

**PRESENTANDO A:
JULIO CESAR RAMIREZ MONTAÑEZ**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANA
FACULTAD DE ADMISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BUCARAMANGA
2021**

Tabla de contenido

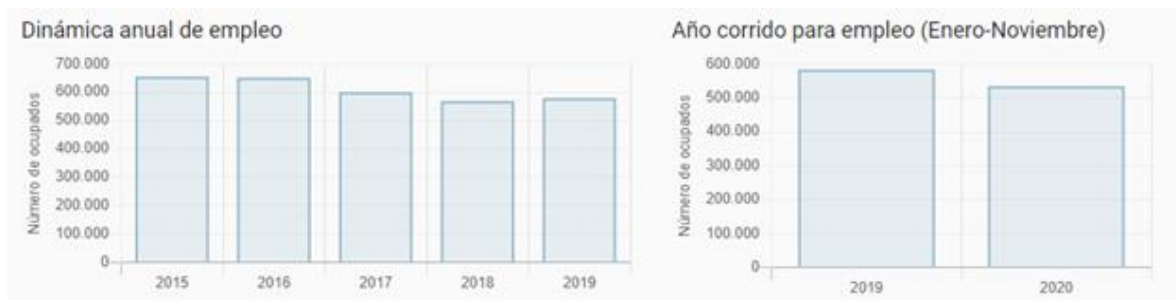
Fase 1. Diagnóstico del Sector, de la Empresa y del Producto

1.1.1	Contribución al empleo.....	3
1.1.2	Exportaciones, importaciones. balanza comercial del sector.....	3
1.1.3	Comercio Mundial del sector.....	5
1.1.4.	Ventas.....	5
1.1.5	principales subsectores, principales productos del sector.....	7
1.1.6	Principales acuerdos que benefician al sector	8
1.1.7	Destino de las exportaciones.....	8
1.1.8	Información del sector en el departamento de Santander.....	8
1.2.1	Información Corporativa de la Empresa.....	12
1.2.2	Compañías Similares.....	12
1.2.3	Análisis Financiero de la Empresa.....	13
1.2.3.1	Estado de Resultados.....	13
1.2.3.2	Balance Total.....	15
1.2.3.3	Estado de Flujo de Efectivo.....	16

1.2.4 Ratios.....	17
1.2.4.1 Ratios de Rentabilidad.....	18
1.2.4.2 Ratios de Eficiencia.....	20
1.2.4.3 Ratios de Liquidez.....	23
1.2.4.4 Ratios de Apalancamiento.....	25
1.3 Análisis del producto.....	34
Fase 2: Diseño de la investigación: formulación del anteproyecto	
2.1.1 Identificación del problema.....	36
2.2.2 Formulación del producto.....	36
2.3.3 Descripción del problema.....	36
2.4.4 Objetivos.....	37
2.5.5 Justificación.....	37
2.6.6 Cronograma.....	39
Fase 3. Selección de Mercados	
3.1. selección de país.....	41
Matriz selección de país.....	44
3.2 Condiciones de Acceso.....	44
3.2.1 Acuerdos comerciales que favorecen la operación.....	44
3.3 Producto, Precio, Punto de venta y Promoción 4 Ps.....	47
Fase 4. Estrategia de Inversión.....	55
Fase 5. Logística y Distribución Física.....	56
5.1 Cantidades a Exportar.....	56

5.2 Frecuencia de la Operación.....	58
5.3 Costeo de la Operación.....	58
5.5 Termino incoterm a negociar.....	60
5.6 Ruta Internacional de la Operación.....	61
5.7. Empaque y Embalaje del producto.....	64
5.8. Documentos Bancarios.....	65
Fase 6 Evaluación financiera.....	65
6.1 Tasa Internas de Retorno.....	65

1.1.1 Contribución al empleo.



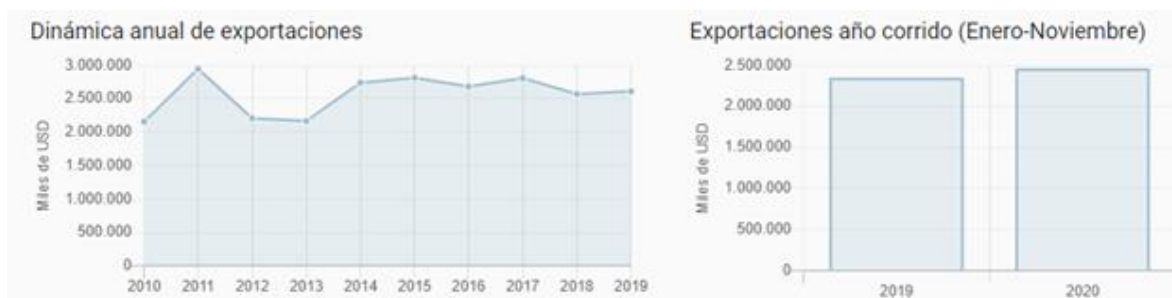
Colombia Productiva, (2020) Gran Encuesta Integrada de Hogares DANE. Recuperado de <https://www.marco.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

La industria cafetera es de gran importancia en la economía colombiana y con respecto a los empleos que ocupa tienen muy buenos números, aunque en los últimos años disminuyó, pero en 2019 tuvo un incremento dando así un poco más de 580.000 empleos y dando un grado de incremento porcentual del (2.01%) entre el año 2018 y 2019.

Del año 2019 al 2020 los números bajaron y tuvo un cambio porcentual del (8.36%)
Los principales departamentos que obtienen el número de ocupados son (Antioquia, Caldas, Risaralda)

1.1.2 Exportaciones, importaciones. balanza comercial del sector.

Exportaciones



Colombia Productiva, (2021) DANE-DIAN. Recuperado de <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

En las exportaciones podemos observar que el mejor punto de exportación de café y derivados de café se da en el año 2011 con casi 3 millones de usd, y se ha venido mantenido esta línea por encima de los 2,5 millones de usd desde el año 2014.

Para el año más reciente que nos arroja los datos que es el año 2019, nos arroja que está por encima de los 2,5 millones de usd, es una cifra bastante buena porque es alta y es constante desde el año 2015.

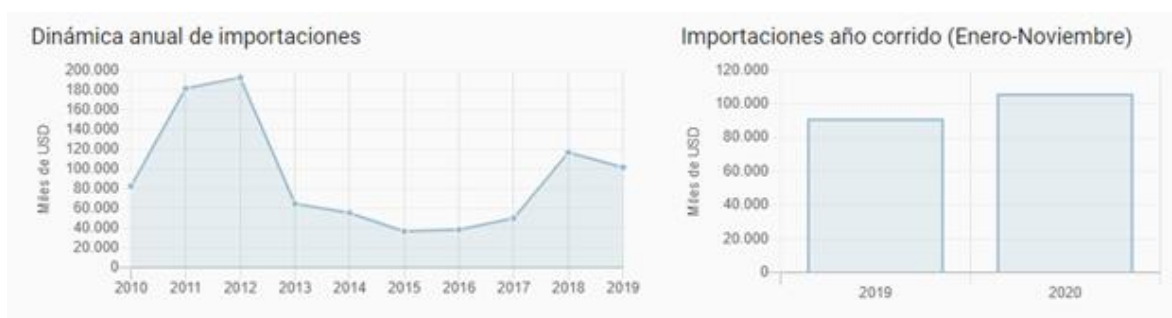
Los principales países a los que se dirige café y sus derivados son (Estados Unidos, Japón, Alemania, Bélgica y Canadá).

Los principales productos de exportación son (Los demás cafés sin tostar, Café soluble liofilizado, Los demás extractos, esencias, Los demás extractos y esencias).

Los principales departamentos son (Caldas, Antioquia, Huila, Quindío y Risaralda).

En exportaciones de año corrido de 2019 a 2020 hay un leve incremento porcentual del (4,83%), lo cual es bueno siendo un año un poco complejo financieramente para la economía mundial.

Importaciones



Colombia Productiva, (2021) DANE-DIAN. Recuperado de <https://www.marco.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

Las importaciones de Colombia para café y sus derivados son bajas, pero es de esperarse ya que somos grandes productores de este café, se ve reflejado que en los años 2011 y 2012, tuvimos el mayor pico de importaciones de café y sus derivados, pero después cae y se mantiene en poca importación de este sector.

Los principales países de los cuales importamos el café y sus derivados son (Brasil, Perú, Malasia, Honduras y Ecuador).

Los principales productos son (Los demás cafés sin tostar, Los demás extractos, esencias, Preparaciones a base de extractos)

Los principales departamentos son (Bolívar, Nariño, Bogotá D.C., Risaralda, Huila)

Para importaciones de año corrido que corresponde de (Enero – Noviembre) en el año 2020 hay un incremento de importación con una cifra un poco por encima de los 100.000 usd y con un cambio porcentual de (16,18%).

Balanza Comercial



Colombia Productiva, (2021) DANE-DIAN. Recuperado de <https://www.marco.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>



Colombia Productiva, (2021) DANE-DIAN. Recuperado de <https://www.marco.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

En estas dos tablas donde encontramos la Exportaciones y las Importaciones denotamos que las exportaciones están muy por encima de las importaciones, por ello damos que la balanza comercial siempre se ha encontrado con superávit y denotamos que en el año 2019 las exportaciones superaron los 2.000.000 de dólares, siendo sus principales países de exportación (Estados Unidos, Japón, Alemania, Bélgica y Canadá) y en las importaciones en el mismo año

superaron los 100.000 dólares, pero siendo este un número alto deja bien posicionada las exportaciones y deja una balanza positiva en el sector de café y sus derivados.

1.1.3 Comercio Mundial del sector



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Estados Unidos	5.993.047	5.000.267	5.680.640	5.676.516	5.550.693	6.004.830	5.339.603	5.346.351
Alemania	4.260.605	3.451.488	4.329.821	3.820.531	3.837.596	4.051.627	3.548.242	3.268.584
Francia	2.053.188	1.930.993	2.222.041	2.036.780	2.069.652	2.232.046	2.232.155	2.100.383
Italia	1.508.884	1.615.773	1.937.020	1.898.692	1.900.003	2.039.619	1.844.426	1.661.275
Bélgica	1.858.938	1.403.371	1.899.904	1.678.590	1.659.752	1.953.254	1.790.919	1.576.075
Países Bajos	1.483.332	1.200.307	1.548.640	1.526.960	1.489.742	1.637.851	1.571.568	1.477.201
Reino Unido	1.130.053	1.161.081	1.329.797	1.373.666	1.394.216	1.497.028	1.549.122	1.422.157
España	1.323.434	1.244.459	1.255.840	1.150.200	1.130.051	1.242.063	1.211.398	1.210.724
Canadá	1.357.712	1.218.943	1.338.974	1.273.110	1.251.974	1.263.016	1.209.703	1.186.937
Japón	1.604.921	1.516.470	1.526.790	1.545.111	1.486.252	1.448.615	1.264.269	1.155.689

Colombia Productiva, (2021) DANE-DIAN. Recuperado de

<https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

En la anterior imagen vemos a

los principales países que importan café estos son países desarrollados los cuales vienen siendo excelentes socios pero dependiendo de

la posición geográfica o acuerdos sus principales socios comerciales varían entre

los principales está Brasil, Alemania, suiza, vietnam y Colombia, algo resaltar es

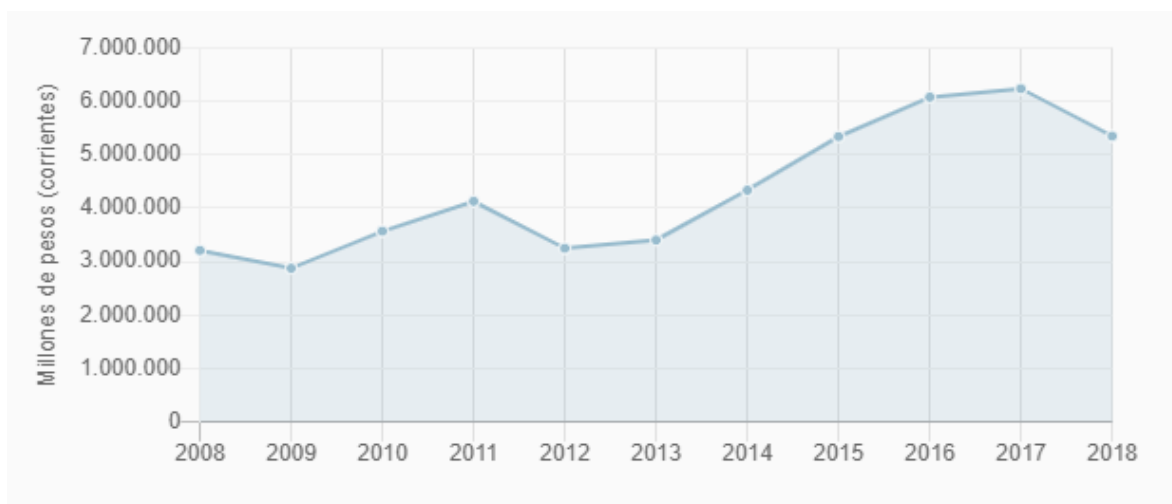
que debido a nuestra falta de desarrollo y maquinaria la industria es pequeña respecto a

la productividad de los otros países mencionados y aun así nos destacamos en el

primer puesto en los café especiales siendo estos únicos todavía a nivel global, Colombia subir

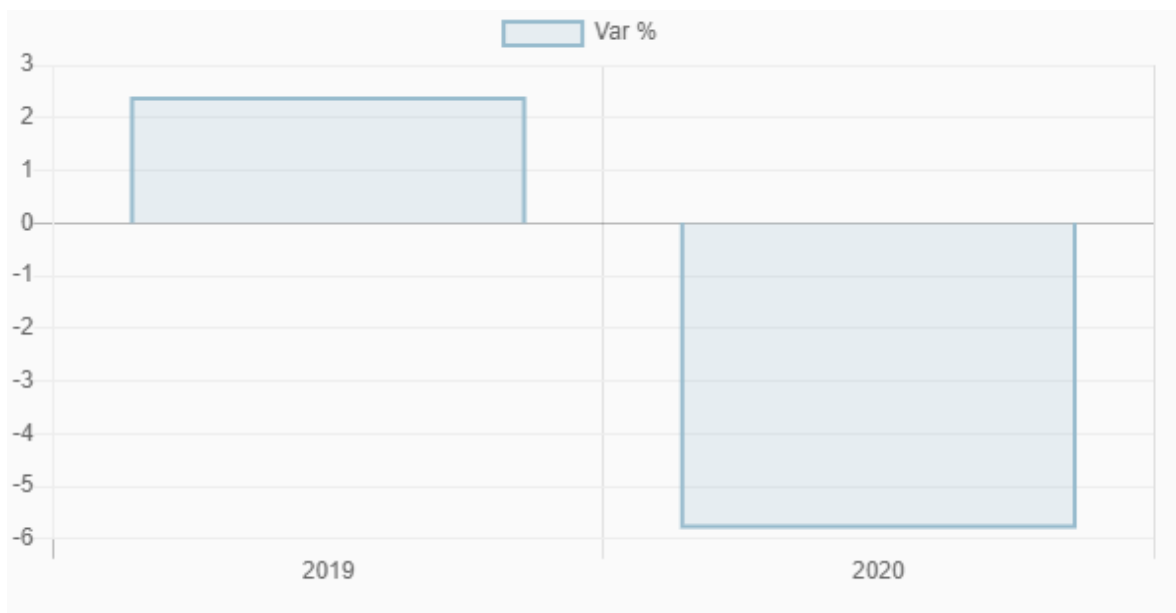
puesto en los países de mayor exportación mientras haya inversión y desarrollo en la industria.

1.1.4. Ventas



Colombia Productiva, (2021) DANE-DIAN. Recuperado de <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

Las ventas del sector que están registradas desde 2008 hasta el 2013 esta en una constante fluctuación, pero a partir del 2014 al 2017 tiene un gran crecimiento en las ventas tanto así que el pico más alto en las ventas es dentro del año 2016 y 2017 y ya en el año 2018 se ve que decrece un (14.21%).



Colombia Productiva, (2021) DANE-DIAN. Recuperado de <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

En la gráfica de ventas de corrido específicamente entre el año antepasado 2019 y el año pasado 2020, se muestra que hay una variación donde en el 2019 se muestra un buen nivel de ventas para el sector y por el contrario en el año 2020 tuvo un gran bajón en ventas razón la cual es explicable de acuerdo con lo que se vive que es la actual pandemia, lo cual afecta las ventas.

1.1.5 principales subsectores, principales productos del sector



Colombia Productiva, (2021) DANE-DIAN. Recuperado de <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

Entre los subsectores vemos el café en trilla el principal producto exportado entre los otros sectores vemos el grano completo, descafeinado y otros derivados siendo estos unos sectores en crecimiento en Colombia y los otros derivados son demasiado bajos y no entran en las tablas productos como la flor y la cáscara del café han sido tendencia e innovación en mercados como Corea del sur donde han sido bien aprovechados sus componentes desde bebidas energéticas, cosméticos y bebidas calientes como el té.

1.1.6 Principales acuerdos que benefician al sector

- CAN
- Canadá
- CARICOM
- Chile
- Corea del Sur
- Costa Rica
- Cuba
- EFTA
- Estados Unidos
- Mercosur
- México
- Nicaragua
- Resto de países
- Triángulo del Norte
- Unión Europea
- Venezuela

1.1.7 Destino de las exportaciones

- Estados Unidos
- Japón

- Alemania
- Bélgica
- Canadá
- Corea del Sur
- España
- Reino Unido
- México
- Italia

1.1.8 Información del sector en el departamento de Santander (Exportaciones, dinámica exportaciones, destino exportaciones, importaciones, empleo)

Departamentos

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Caldas	393.175	467.201	406.978	410.662	502.188	477.948	458.702	628.628	654.872	645.424
Antioquia	317.518	491.082	353.845	341.076	345.443	474.433	448.762	462.511	423.565	423.554
Huila	323.747	494.669	345.844	340.644	419.959	421.691	396.563	414.067	405.079	412.065
Quindío	104.089	171.193	160.562	203.096	281.097	308.855	256.389	238.978	252.232	268.132
Risaralda	404.019	480.145	347.367	290.226	436.905	415.514	356.437	298.773	207.044	232.335
Valle del Cauca	122.198	120.798	79.089	79.821	136.081	113.988	128.289	148.015	124.280	165.480
Santander	70.506	114.603	68.942	60.935	65.080	85.100	122.590	135.451	101.860	120.674
Bogotá, D.C.	136.797	263.679	140.825	167.574	202.646	170.594	161.288	90.184	44.301	22.382
Cundinamarca	2.680	6.601	2.070	3.435	2.321	15.980	8.204	69.928	84.471	67.214
Cauca	104.122	108.251	63.807	94.383	111.881	106.459	111.946	98.320	113.075	95.174

Colombia Productiva, (2021) DANE-DIAN. Recuperado de <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

Lo primero que podemos notar es que Santander se encuentra entre los primeros 10 en el séptimo puesto, no es el departamento con mayor crecimiento, pero si ha sido constante bastante favorable para la región donde también hay otros subsectores de desarrollo como el café especial y sus derivados.

Producto	2019	2020
Los demás cafés sin tostar, si...	1.999.508	2.138.851
Café soluble liofilizado, con ...	127.101	136.187
Los demás extractos, esencias ...	92.945	111.838
Café tostado, sin descafeinar,...	40.158	44.186
Café tostado, sin descafeinar,...	33.578	16.324

Colombia Productiva, (2021) DANE-DIAN. Recuperado de <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

A pesar del golpe que nos dejó el 2020 fue bastante positivo para el café en general, las partidas muestran números positivos a pesar de que no tuvo el crecimiento que llevaba años anteriores es de recalcar que sigue siendo bueno teniendo en cuenta que fue un año desastroso para casi todos los productos y todos los países, la única partida que no tuvo el mejor rendimiento fue el café tostado sin descafeinar con un 51% aproximado de caída respecto al año pasado (2019).

Departamento	2019	2020	Var %	Destino	2019	2020	Var %
Santander	104.199	104.289	0,1	Estados Unidos	49.968	44.471	-11,0
				Finlandia	6.547	10.865	66,0
				Italia	12.912	9.374	-27,4
				España	5.913	6.182	4,6
				Canadá	4.094	5.449	33,1

Colombia Productiva, (2021) DANE-DIAN. Recuperado de <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

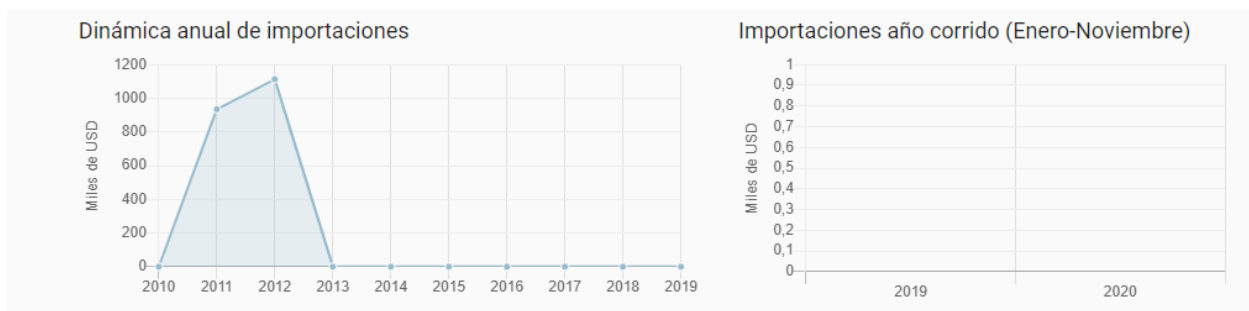
Por último, vemos las exportaciones que han salido del departamento donde vemos a nuestro principal socio comercial Estados Unidos, a resaltar vemos que entre los primeros 5, 3 son países pertenecientes a la unión europea esto nos podría indicar que el tratado de libre comercio con Europa es un factor que nos beneficia al respecto de las exportaciones del café en general y en el puesto 5 está Canadá un gran socio un poco más cercano que los de la UE y con buen crecimiento del 33,1%.



Colombia Productiva, (2021) DANE-DIAN. Recuperado de <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

En el departamento de Santander se puede observar que en los últimos dos años no hubo una variación notoria, a pesar de la crisis que se vivió en el país y en el mundo tuvo un incremento del 0.09%.

Importaciones del sector



Colombia Productiva, (2021) DANE-DIAN. Recuperado de <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/bienes/1>

En los últimos años no se realizaron importaciones de café y sus derivados, pero se puede observar que del año 2010 al año 2013 se presentaron importaciones por valores aproximadamente de 1100 USD.

1.2.1 Análisis de la empresa:

2.1 Información corporativa de la empresa:

- Nombre Completo: Industria Colombiana de Cafe S.A.S.
- Principales Actividades: Descafeinado, Tostión Y Molienda Del Café (C1062)
- Productos Principales: Café
- Total de Empleados: 1,475 (2020)
- Capital Registrado: COP 15,852 (2008)

1.2.2 Compañías similares:

Compañía	Total Ingreso Operativo
Industria Colombiana de Cafe S.A.S.	878,130 (2019)
Descafeinadora Colombiana S.A.S	78,515 (2019)
Cafe Y Compañía S.A.S. Cafe&Co S.A.S.	76,646 (2019)
Industria Cafetera de Nariño S.A.S.	34,575 (2019)
Sucesores de Cesar Vasquez Ltda	30,472 (2019)
Cafe Quindío S.A.S	29,928 (2019)
Trilladora Comercializadora y Procesadora Colombiana de Cafe S.A.	14,677 (2019)
Industria de Productos Alimenticios del Cauca S.A.	13,031 (2019)
Tropical Coffee Company S.A.S.	12,984 (2019)
Vive Cafe S A	11,516 (2019)

EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado

de <https://www.emiscom.consultaremota.upb.edu.co/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy>

1.2.3 Análisis Financiero de la Empresa:

1.2.3.1 Estado de Resultados:

Total Ingreso Operativo:

Podemos observar en esta empresa que tuvo mayor ingreso en el año 2019 se puede ver que en este año se obtuvieron las mayores ventas con un 878,129.69 millones y obteniendo una variación de 14,76% con respecto al año anterior, este último año registrado fue el más alto donde se presentaron los mayores ingresos después de deducir los gastos operacionales, la ganancia obtenida después de deducir los gastos operacionales en el año. El año que obtuvo menores ingresos fue el año 2015 con ventas de 680.650,83.

Utilidad Bruta:

En la utilidad bruta se puede observar que en el año 2016 tuvo la mayor utilidad bruta y obtuvieron una variación del 6,04% con 224.689,67 millones y en el 2018 tuvo una variación de de -14,61% con 168.229,29 millones. La variación que fue más significativa fue del año 2017 al 2018 ya que disminuyó de manera notoria y al siguiente año tiene un aumento. Con esto podemos deducir que para el año 2018 el precio final del producto fue más bajo y en el año 2016 es donde más costoso salió el producto después de descontar los costos.

Ganancia Operativa (EBIT):

El año en el cual se presentaron más beneficios antes de los intereses e impuestos es el año 2015 con 103.258,52 millones y en el año 2018 es cuando menos benéficos se presentan con respecto a los otros años analizados.

EBITDA:

En el año 2015 la eficiencia de los ingresos por las ventas, se encontro el mayor EBITDA de la empresa con respecto a los otros años analizados, y en el año con menor eficiencia en el EBITDA es para el 2018 con un 55,762,02 y con una variación del -29,89%.

Ganancias después de Impuestos:

Para el año en el que mas ganancias se presentaron fue en el 2015 con 53.077,97 millones, lo que este año representa que la empresa fue mas rentable, ya que esta operación se realiza despues de contabilizar todos los costos e impuestos y también se incluyen los gastos operativos. Para el año que menos se presento es en el año 2017.

Ingresos netos por ventas	879,312.65	763,886.90	775,821.78	712,149.20	670,665.58
Costo de mercancías vendidas	-675,058.28	-595,657.61	-578,818.90	-487,459.53	-458,770.16
- Utilidad bruta	204,254.38	168,229.29	197,002.88	224,689.67	211,895.42
Gastos de venta y distribución	-92,477.89	-85,906.17	-85,613.22	-82,602.00	-76,827.12
Gastos administrativos	-56,135.22	-43,536.07	-45,917.31	-41,022.55	-41,795.03
- Otros resultados operativos netos	-1,182.97	1,281.90	-1,398.31	-6,024.37	9,985.25
Otros ingresos operativos	-1,182.97	N/D	-1,398.31	-6,024.37	9,985.25
Ganancia operativa (EBIT)	54,458.30	40,068.94	64,074.06	95,040.76	103,258.52
EBITDA	71,198.64	55,762.02	79,534.22	109,228.39	116,236.23
- Resultado financiero	-23,497.92	-23,244.42	-44,106.11	-40,518.31	-22,659.46
Ingresos financieros	1,173.87	525.68	523.98	359.30	593.59
Gastos financieros	-35,460.10	-40,533.26	-60,453.62	-54,691.91	-39,544.18
Participación en ganancia (pérdida) de asociados	10,788.31	16,763.16	15,823.53	13,814.30	16,291.13
Otros resultados no operativos netos	0.00	0.00	-70.48	0.00	0.00
Ganancias antes de impuestos	30,960.39	16,824.53	19,897.46	54,522.44	80,599.06
Impuesto a la renta	-5,170.38	-1,669.53	1,484.96	-14,612.95	-27,521.09
Ganancias después de impuestos	25,790.00	15,155.00	21,382.42	39,909.50	53,077.97

EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

1.2.3.2 Balance Total:

Activos Totales: 1,342.560,39

Pasivos Totales: 756.455,42

Para el balance total del año 2019 es positivo, ya que podemos observar que los activos totales son mayores que los pasivos totales. Los activos totales casi que le logran sacar el doble a los pasivos totales, esto es muy buen indicador porque la empresa genera una solvencia en los pasivos a corto plazo y también reduce las cuentas por pagar y se puede enfocar en los pasivos a largo plazos.

- Balance General	2019	2018	2017	2016	2015
- Activos Totales	1,342,560.39	1,327,053.88	1,336,267.76	1,350,441.32	1,378,407.28
- Activos no corrientes	1,040,517.46	1,033,263.82	1,020,588.76	978,825.74	983,172.93
Propiedad, planta y equipo	286,902.56	287,318.60	291,003.03	293,870.27	297,634.52
- Activos intangibles y valor llave	6,801.71	605.07	719.57	846.23	757.51
Otros activos intangibles	6,801.71	605.07	719.57	846.23	757.51
- Comerciales y otras cuentas a cobrar no corrientes	4,229.64	3,904.83	3,306.87	2,189.23	2,019.26
Cuentas por cobrar no corrientes	4,229.64	3,904.83	3,306.87	2,189.23	2,019.26
- Activos financieros a largo plazo	730,207.11	732,811.28	716,554.39	677,835.61	677,898.88
Propiedades de inversión	28,077.95	28,374.79	28,671.63	28,968.47	29,265.31
Inversiones en subsidiarias	702,129.17	42,189.32	687,882.76	25,858.31	27,032.23

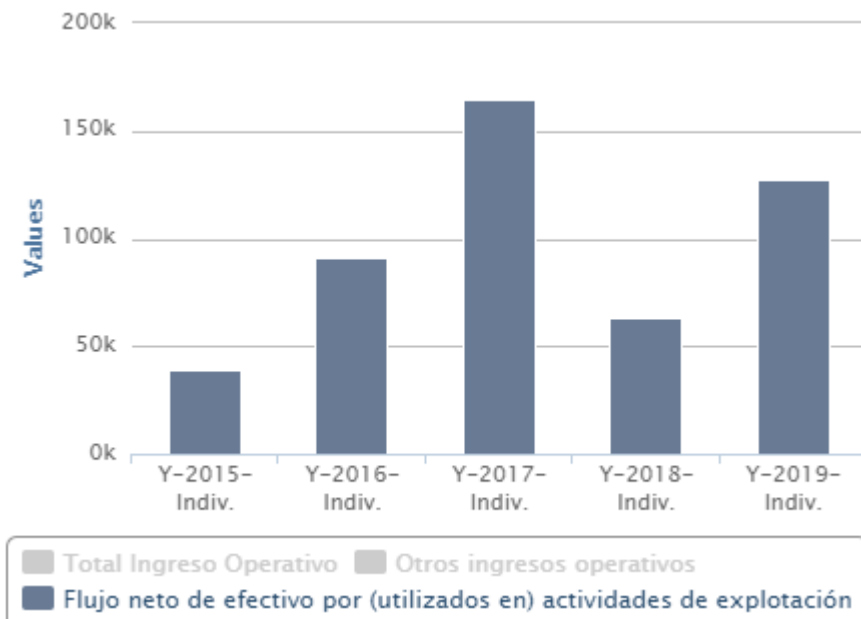
EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

- Pasivos Totales	756,455.42	754,441.88	773,567.34	731,122.53	734,435.38
- Pasivos no corrientes	534,741.33	488,788.21	627,671.83	525,164.67	285,601.16
Créditos y préstamos no corrientes	485,599.65	432,823.82	568,078.11	463,452.32	0.00
Otras cuentas por pagar no corrientes	0.00	0.00	0.00	2,744.52	220,925.07
Ingresos diferidos, gastos devengados y otros pasivos no circulantes diferidos	40,899.79	48,166.21	49,106.39	50,539.19	55,139.72
Provisiones para otros pasivos y gastos	8,241.89	7,798.18	10,356.12	8,428.64	9,536.37
Otros pasivos no corrientes	0.00	0.00	131.21	0.00	0.00
- Pasivos Corrientes	221,714.10	265,653.67	145,895.50	205,957.87	448,834.21
Créditos y préstamos corrientes	48,262.42	170,804.29	53,735.56	141,437.30	2,908.72
- Comerciales y otras cuentas a pagar	156,714.07	83,133.22	80,495.47	52,594.03	430,820.59
Cuentas Comerciales por pagar	156,714.07	83,133.22	80,495.47	52,594.03	430,820.59
Provisiones para otros pasivos y gastos	9,795.18	7,765.40	8,489.72	8,840.50	8,074.76
Otros pasivos corrientes	3,604.70	1,977.37	1,070.55	745.33	579.33

EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

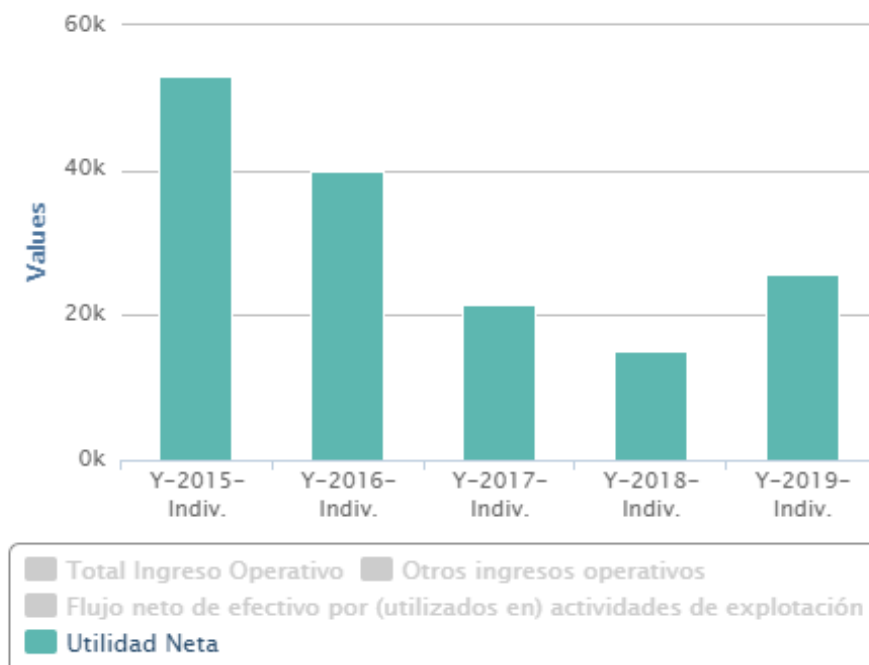
1.2.3.3 Estado de Flujo de Efectivo:

1. Flujo neto de efectivo por (utilizados en) actividades de explotación: 127,153.17 (2019)



EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

2. Utilidad Neta: 25,790.00



EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

3. Flujo neto de efectivo de (utilizadas en) actividades de inversión: -20,166.50
4. Flujo neto de efectivo de (utilizados en) actividades de financiación: -107,081.12
5. Efectivo al inicio del Periodo: 6,643.61
6. Efectivo al final del periodo: 6,517.22

Podemos analizar que el flujo de efectivo de la empresa es con saldo positivo, como también tenemos saldos positivos del efectivo al inicio del periodo y también saldo a favor para el efectivo al final del periodo, pero este tiene un cambio porcentual del -1,9%. El efectivo en actividades de inversión y actividades de financiación, sus saldos son negativos para el último año podemos ver que para actividades de inversión tienen una caída del -36,48% y el año

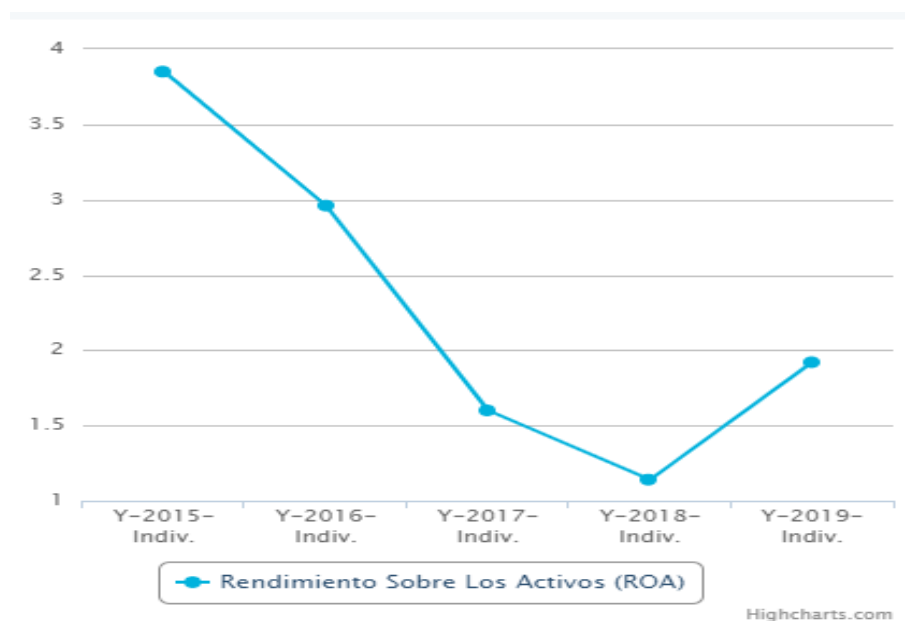
anterior también venía de una caída, esto significa que la compañía está dirigiendo dividendos para pagos de inversiones como propiedad, planta y equipo que luego terminan siendo activos de la empresa después de estar saldadas estas deudas. Al igual que actividades de financiamiento sus resultados son negativos ya que presenta caída para ese año de -80,6%,

1.2.4 Ratios

1.2.4.1 Ratios de Rentabilidad:

Rendimiento sobre los activos (ROA)

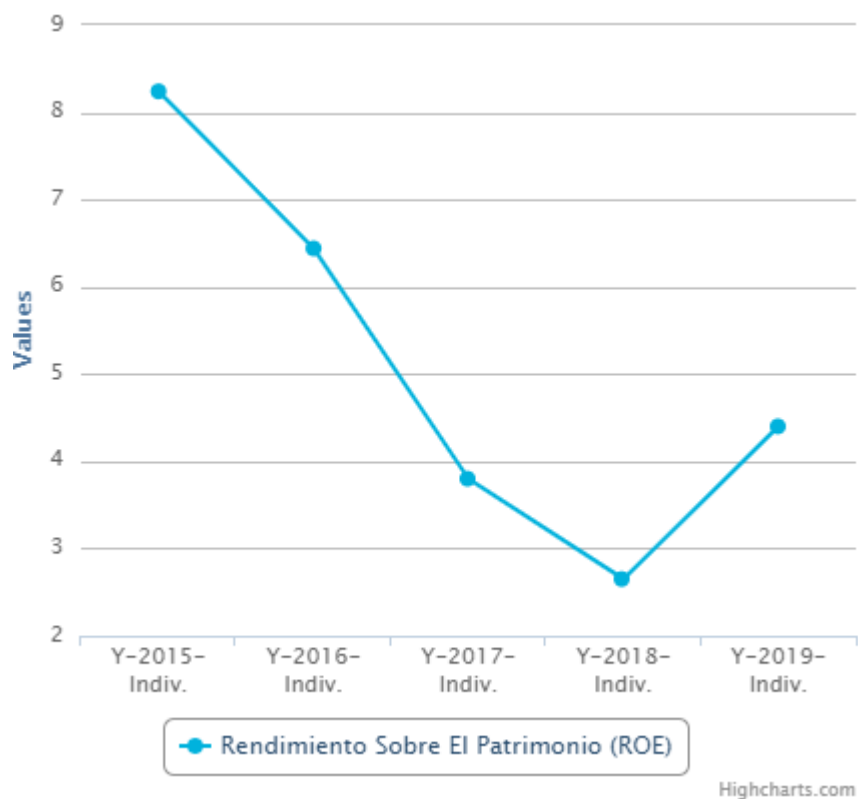
Utilidad neta/activos vemos que en el 2015 empieza una caída sin embargo en ningún año estuvo por debajo de cero ya que el 2018 a pesar de que fue el punto más bajo este se mantuvo por encima de el 1% a pesar de la caída esto es bastante positivo mantenerse encima del 0 cuando otras empresas del sector no pudieron mantenerse y de la misma manera en el 2019 fue positivo para todo el sector en general.



EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

Rendimiento sobre el patrimonio (ROE)

Utilidad neta/patrimonio de la misma manera que en el anterior vemos que la empresa a pesar de la caída se mantuvo bien y esto fue bueno para todos los inversionistas a pesar de tres años de preocupación hubo recuperación bastante óptima superando el 4% en el 2019.



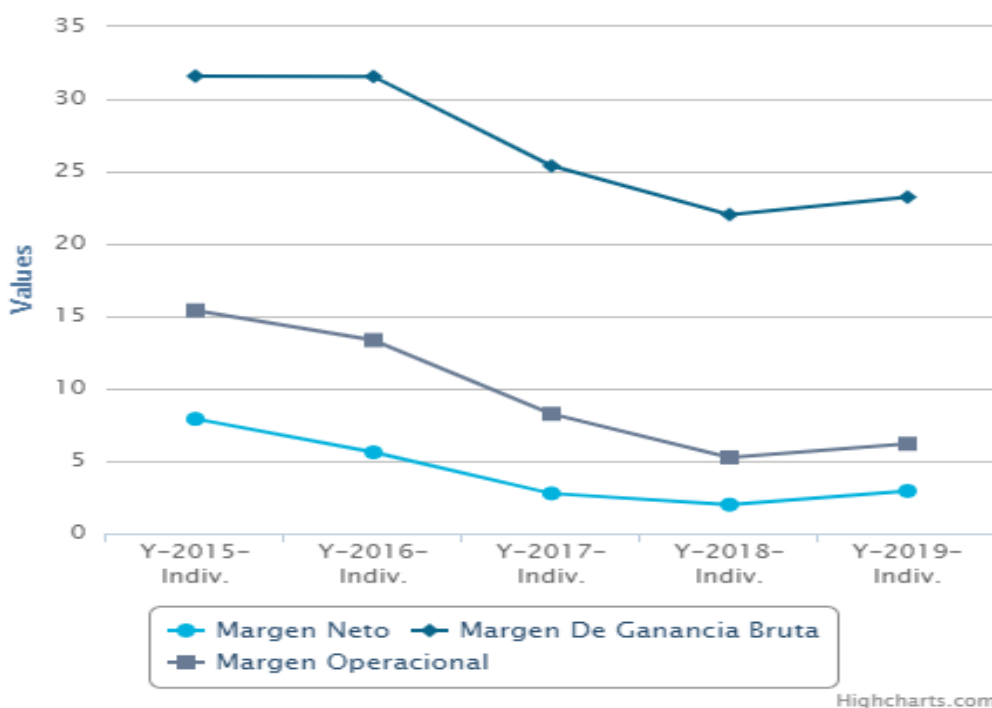
EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

Margen Neto, Margen de Ganancia Bruta, Margen Operacional

Ratios de Rentabilidad	2019	2018	2017	2016
Margen Neto	2.93% Select to chart	1.98%	2.76%	5.60%
Margen De Ganancia Bruta	23.23%	22.02%	25.39%	31.55%
Margen Operacional	6.19% Select to chart	5.25%	8.26%	13.35%

EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

Vemos que los márgenes están directamente relacionados ya que todos se obtienen a través de las ventas netas y esto se comprueba con los datos que nos arroja la empresa donde desde antes del 2016 muestra una tendencia de caída donde empieza a coger fuerza desde el mismo año ya mencionado siendo que nuestro dato más actualizado el 2019 muestra mejoría podemos deducir que como en el sector la empresa empezó a mostrar buenas ventas desde 2016 bastante positivo para la empresa.

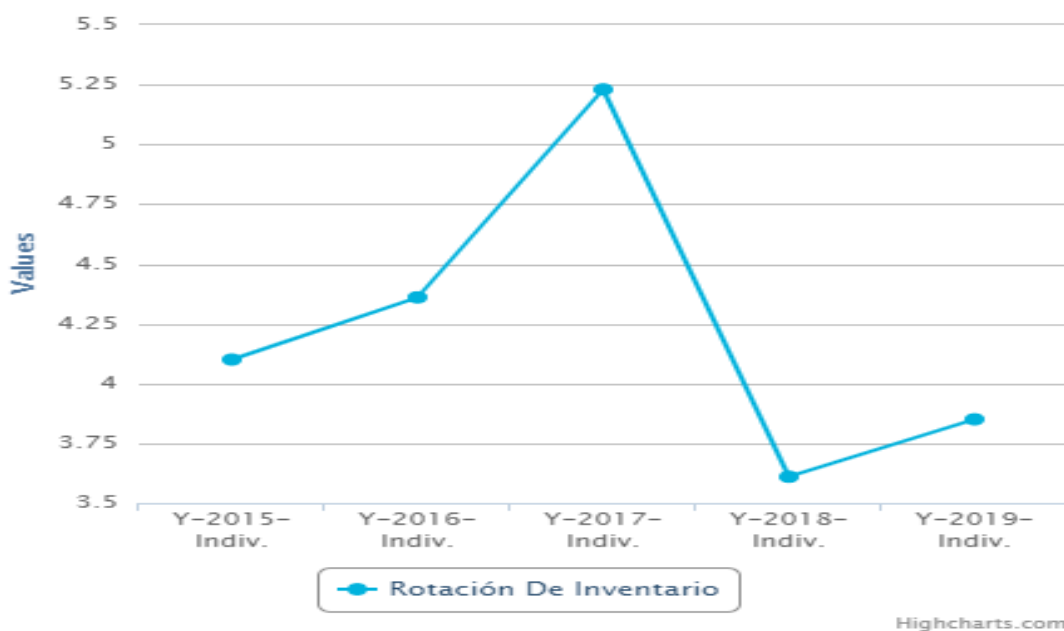


EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

1.2.4.2 Ratios de Eficiencia:

Rotación de Inventario

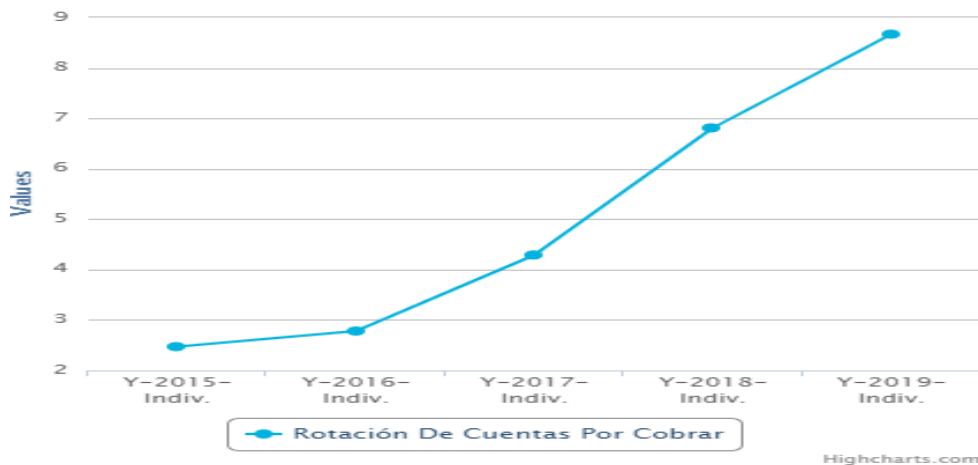
Costo de bienes vendidos/inventarios durante el 2015 y 2016 la rotación del inventario tuvo movimiento y es en el 2017 donde hay una gran venta de inventario de ahí podemos concluir que se pudo haber invertido en nueva maquinaria y mejoramiento de producción siendo que sí hubo bastante rotación en el 2017 no tuvo tanto movimiento el 2018 y una rotación normal para el 2019.



EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

Rotación de Cuentas por cobrar

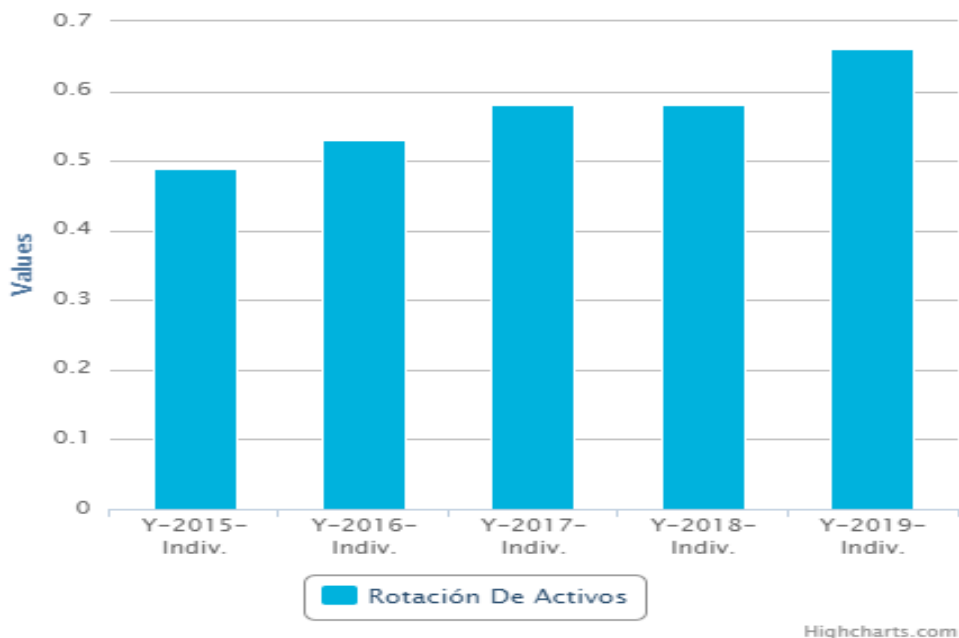
Ventas netas/cuentas comerciales por cobrar, el indicador se muestra como debe ya que año tras año la empresa está y debe estar cobrando estas cuentas y se van registrando a medida con las ventas netas de nuevo vemos buen movimiento en el 2019 esta cifra es bastante positiva para los inversionistas.



EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

Rotación de Activos

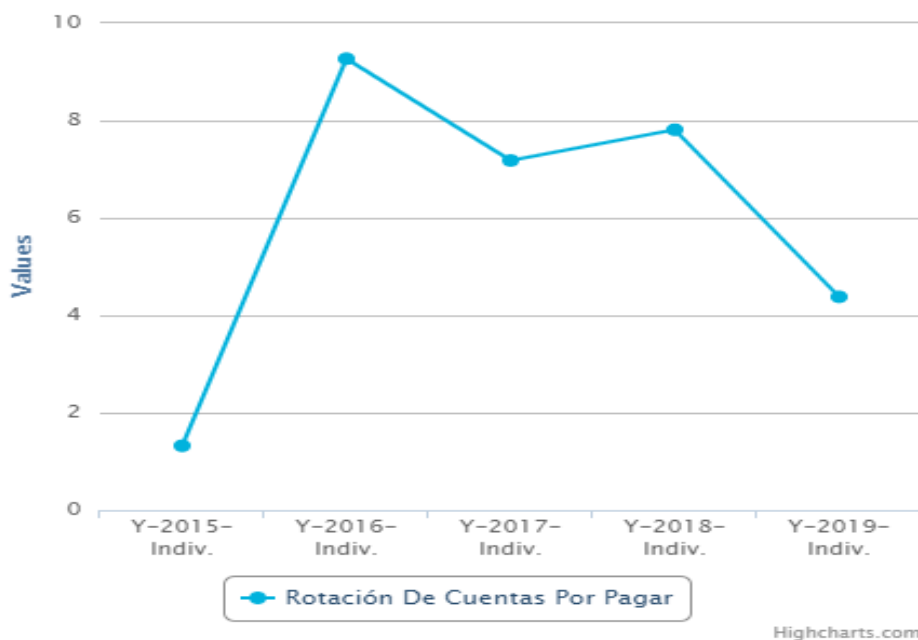
Ventas netas/ activos, la empresa lleva en un buen rendimiento al menos uno positivo que va de manera ascendente esto le da un buen perfil a la empresa y también a los inversionistas vemos que en 2018 fue más constante que ascendente de igual manera un año que la empresa estaba generando.



EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

Rotación de Cuentas por Pagar

$(\text{Costo De Ventas} + \text{Inventario} - \text{Inventario AA}) / \text{Cuentas por Pagar}$, La empresa tuvo bastante movimiento durante el 2015 un año donde hubo varias obligaciones en los siguientes años hasta el 2019 vemos que este comportamiento empieza bajar siendo que las obligaciones decrecen y le da más respiro al flujo de la empresa.

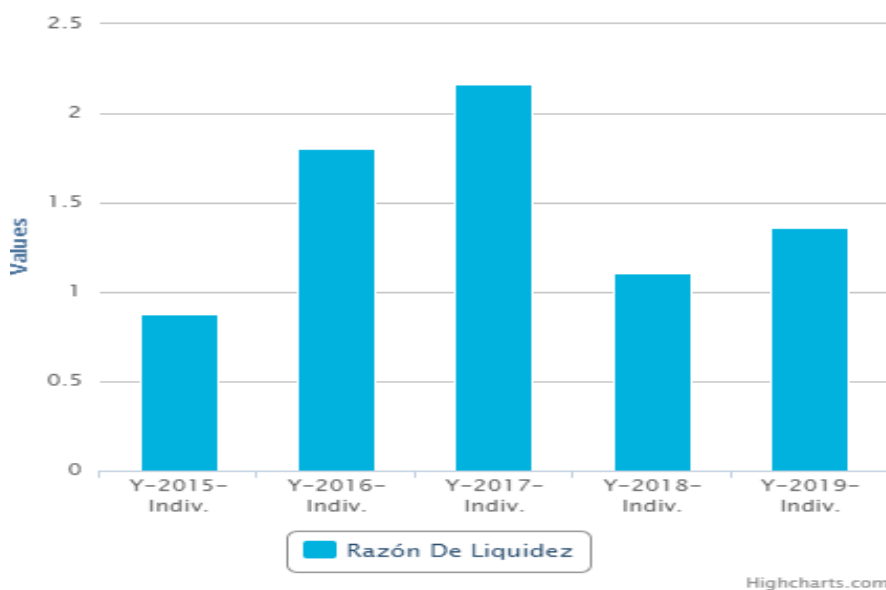


EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

1.2.4.3 Ratios de Liquidez:

Razón de Liquidez

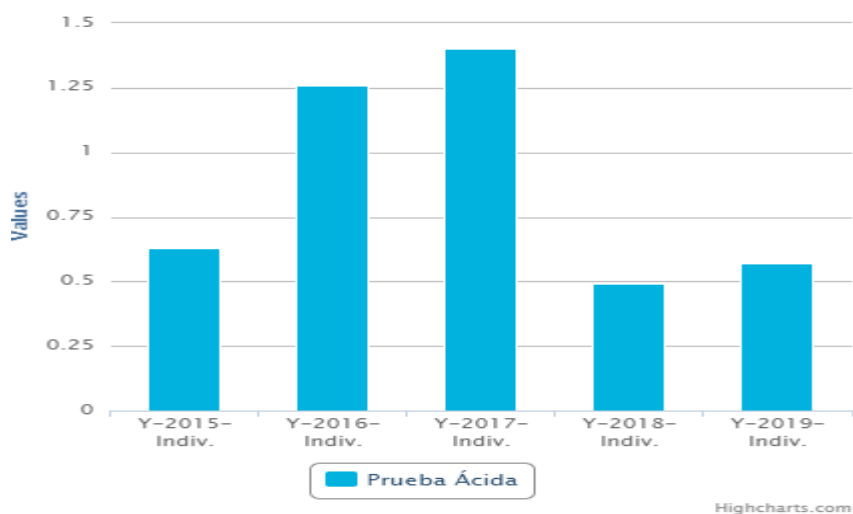
Activo Corriente / Pasivo Corriente desde el 2015 la empresa muestra una liquidez buena que crece hasta el 2017 a partir de este año baja hasta por 1x en el 2018 pero vemos que vuelven haber crecimiento en la liquidez del 2019.



EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

Prueba Acida

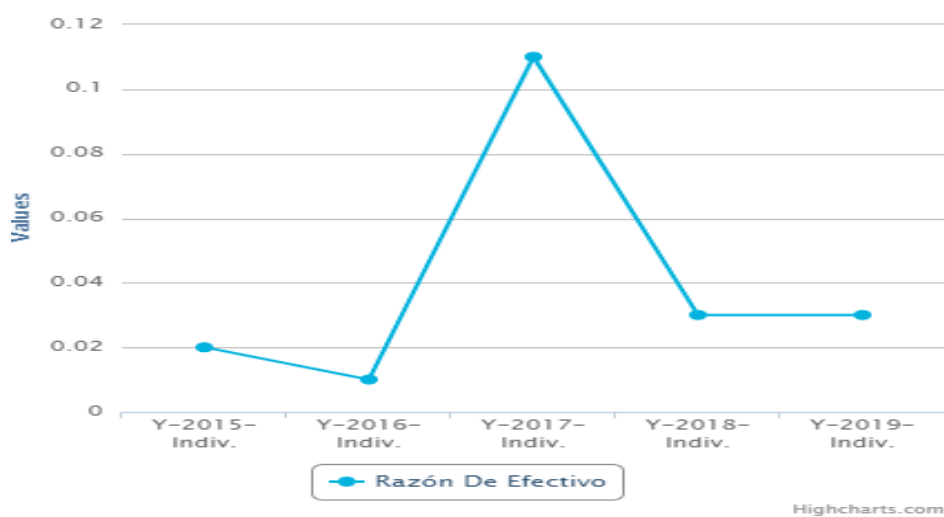
Con respecto a la anterior vemos que la empresa demuestra bastante liquidez desde el 2015 hasta el 2017 su máximo punto y se da la caída en el 2018 para tener un crecimiento de nuevo durante el 2019 pero no tan alto como en los 5 años pasados.



EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

Razón de Efectivo

Efectivo Y Equivalentes De Efectivo / Pasivo Corriente la liquidez de la empresa ha sido variable durante los años donde tuvo su mayor bajón durante el 2016 y como lo vimos en las gráficas anteriores esta tuvo muy buena participación durante el 2017 y vuelve a estabilizarse en los siguientes años hasta el 2019.

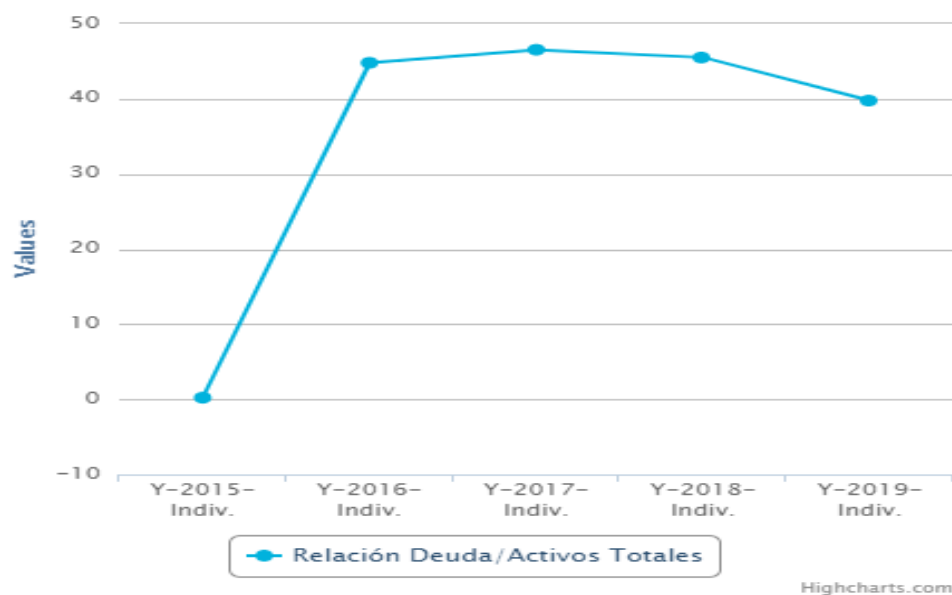


EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

1.2.4.4 Ratios de Apalancamiento:

Relación Deuda/ Activos Totales

Deuda/Activos vemos que la empresa en el 2015 tuvo una subida durante el 2015 para financiar movimientos de la empresa, pero este se estabiliza desde el 2016 donde muestra un comportamiento casi constante y después del 2017 empieza el decrecimiento que sigue así hasta el 2019.

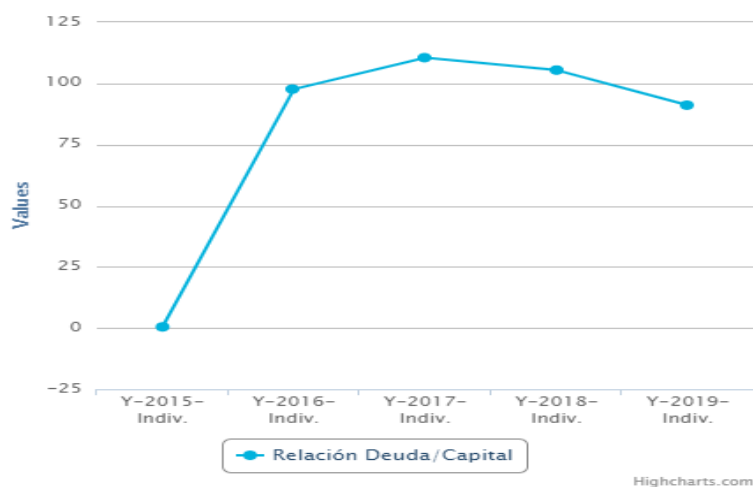


EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

Relación Deuda/ Capital

Deuda / Patrimonio bastante similar a la anterior donde la deuda aumenta bastante durante el 2015 y de misma manera el comportamiento empieza a ser constante y de inmediato decrece

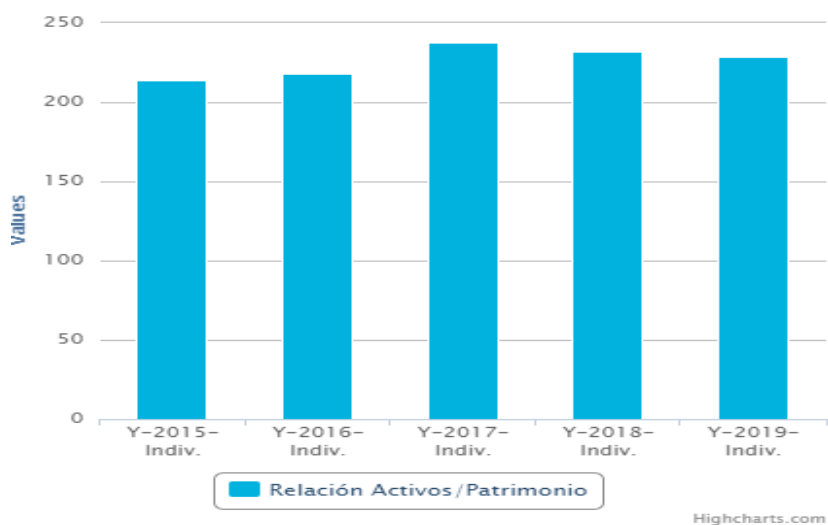
no tanto como cuando subió en el periodo del 2015 pero sigue siendo bastante positivo y normal en una empresa tan grande.



EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

Relación Activos/Patrimonio

Activos/Patrimonio, vemos que este comportamiento se debe a como el patrimonio ha sido trabajado de igual manera la empresa muestra buenos valores como ventas netas el dinero ha sido bastante movido y eso se debe al buen uso de el permitiendo a la empresa crecer año tras año.



EMIS, (2020) ISI Emerging Markets Group Company. Recuperado de <https://www-emis-com.consultaremota.upb.edu.co:8443/php/companies/index/financials?pc=CO&cmpy=1198692&view-fins=all>

1.3. Análisis del producto

Nombre del producto	Posición Arancelaria	Descripción del producto
Café Tostado, sin descafeinar, molido	0901.21.20.00	<p>Características físicas del producto (envase, medidas)</p>  <p>Profundidad ITEM: 10.5 cm</p> <p>Ancho ITEM: 10.5 cm</p>

		<p>Altura ITEM</p> <p>13.5 cm</p> <p>Contenido: 380 gramos</p>
		<p>Diseño del Producto</p> <p>Envase de vidrio, que contiene 380 gramos de café, cuenta con una tapa de plástico.</p>
		<p>Embalaje del Producto</p> <p>vidrio o plástico, de forma semi rectangular, y con un cuerpo y una tapa de formas similares.</p>
		<p>Precio del Producto a nivel nacional</p> <p>10.017 Cop, en supermercados</p>
		<p>Promoción (Estrategias que utiliza la empresa para promocionar el producto)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● COLCAFE S.A.S actualmente para el tema publicitario maneja estrategias que abarcan todos los medios como lo son la radio, televisión, revistas y prensa.
		<p>Qué tiene de innovador el producto</p> <p>La innovación en el producto escogido es que en él encontramos el café, la crema y el azúcar, todo esto en un mismo producto, sin tener que mezclar estos ingredientes para así obtener el sabor y resultado que este producto nos ofrece.</p>
		<p>Razones de selección de dicho producto por parte del grupo</p>

		El café 3 en 1 de Colcafe es el producto uno de los productos mas innovadores que tiene esta empresa es por ello que decidimos escogerlo.
		Precio del Producto a nivel Internacional \$14,99 dólares el frasco de 6.0 onzas

Fuente: Elaboración propia

FASE 2: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: FORMULACIÓN DEL ANTEPROYECTO

2.1 Identificación del problema

Oportunidad comercial de expansión del producto Colcafe 3 en 1 en mercados internacionales.

2.2 Formulación del producto

¿Cuáles son las oportunidades comerciales y de expansión que tiene Colcafe 3 en 1 en mercados internacionales?

2.3 Descripción del problema

Actualmente Colombia es el tercer país productor de café y el mayor productor de café suave en el mundo, sus principales países importadores de café de Colombia son Estados Unidos, Alemania, Japón, Países Bajos y Suecia.

Del mismo modo, se ofrecen una gran variedad de productos derivados del café; y es por esto que el grupo Colcafé lanzó como nuevo producto al mercado el Nescafé 3 en 1, el cual es un producto instantáneo que va acompañado de leche y crema.

Gracias a los exitosos resultados y el gran posicionamiento que tiene el grupo Colcafé en el país y teniendo en cuenta que es una empresa reconocida por su calidad de productos, se tiene como objetivo incursionar en el comercio internacional y lograr con ellos cautivar nuevos nichos.

Finalmente, seguir manteniendo y aumentando la producción y exportación actual, aportando así al crecimiento y mejora de la economía colombiana.

2.4 Objetivos:

- **General:**

Definir un proyecto de internacionalización del producto Colcafe 3 en 1 para expandir la empresa a nuevos mercados.

- **Específicos**

- Establecer una propuesta de penetración en el mercado para la entrada de colcafe 3 en 1.
- Identificar de los nuevos cliente y competidores potenciales y poder definir una estrategia adecuada.
- Determinar la ruta logística desde el puerto de ingreso al país seleccionado hasta la ruta de distribución.
- Determinar los nuevos riesgos y requerimientos no arancelarios que podrían darse hacia la entrada del nuevo mercado.

2.5 Justificación

- **¿Porque es conveniente realizar la presente investigación?**

El café es uno de los sectores grandes y con buen futuro en Colombia y nos ha representado positivamente en el ámbito internacional por lo cual ha creado bastante fama alrededor del mundo, a pesar de que todos los mercados fueron golpeados por el covid-19 el sector del café en Colombia se desarrolló bastante favorable a lo que todos se esperaban no solo se mantuvo si no que hubo un crecimiento general en el sector y ese también fue el caso de nuestra empresa Colcafé.

- **¿Cuáles son los beneficios que se generan de ella?**

La investigación del sector ayudaría a las empresas a resolver las pequeñas falencias que han tenido e identificar los nuevos retos o estrategias que demanda la sociedad hoy en día, el mundo es un entorno cambiante así las tendencias de antes suelen desaparecer más rápido de lo que a

veces percibimos por eso debemos estar al día con la información que es de lo mejores activos de toda compañía y poder estar preparados a cada reto o dificultad que aparezca.

•¿**Cuáles son los motivos que merecen la investigación?**

Es necesario siempre estar a la vanguardia de las necesidades del mundo cuando una empresa se estanca y no crean i + d estas tienden a ser rebasadas por sus competidores y sufren duros golpes desde un decrecimiento en el mercado o pueden ser totalmente consumidas por sus competidores llegando a la quiebra y su muerte en el mercado por eso es necesario creando investigación y desarrollo en todas las industrias además que siendo uno de nuestros sectores más fuertes debemos seguir manteniendo esa ventaja competitiva por la que nos reconocen globalmente.

•¿**Ayudara a resolver un problema real?**

Si el sector se desarrolla más esto podría repercutir en muchos ámbitos desde que se crearían nuevas oportunidades de empleo para varios campos desde la parte de producción hasta la administrativa por otra parte que las empresas crezcan más ayuda tanto en la imagen como en la economía general siendo que es una industria bastante grande y por la parte de la imagen Colombia ha tratado por años borrar la mala imagen que sufrimos debido al narcotráfico y el café ha sido un fiel representante que tenemos buenas cosas para ofrecer.

2.6 Cronograma

ACTIVIDADES	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES
Formulación del problema de investigación	X			
Realización del anteproyecto	X			

Variables/características del sector café y sus derivados	X			
Análisis financiero de Colcafe	X			
Producto seleccionado		X		
Elección de mercados de interés		X		
Selección Mercado Objetivo		X		
Establecer estrategias financieras			X	
Cadena logística del producto			X	
Realización de la DFI			X	
Costear DFI				X
Evaluación financiera a Colcafe				X
Sustentación				X

Fuente: Elaboración propia

Fase 3. Selección de Mercados

3.1. selección de país

Principales países Importadores

SA8	Importadores	Seleccione sus indicadores ▼													
		Valor importado en 2019 (miles de USD) ▼	Saldo comercial 2019 (miles de USD) ↓	Cantidad importada en 2019	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) ↓	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2015-2019 (%) ↓	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2015-2019 (%) ↓	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2018-2019 (%) ↓	Participación en las importaciones mundiales (%) ↓	Distancia media de los países proveedores (km) ↓	Concentración de los países proveedores ↓	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%) ↓		
	Mundo	10.543.149	-23.814	0	No medida			5		0	100	2.286	0,12		
	Francia ↓	1.985.665	-896.310	165.942	Toneladas	11.966		7		9	-3	18,8	516	0,42	2,2
	Estados Unidos de América ↓	1.011.588	-391.989	94.948	Toneladas	10.654		8		7	15	9,6	5.053	0,26	2,2
	Alemania ↓	638.484	750.089	83.577	Toneladas	7.639		0		2	4	6,1	668	0,23	2,2
	Países Bajos ↓	604.674	46.791	68.366	Toneladas	8.845		7		3	-9	5,7	598	0,19	2,2
	Canadá ↓	538.723	-170.199	64.117	Toneladas	8.402		-1		-1	2	5,1	3.352	0,45	0
	Reino Unido ↓	491.807	-199.039	58.171	Toneladas	8.455		9		14	2	4,7	998	0,18	2,2
	Austria ↓	366.703	-276.667	46.752	Toneladas	7.844		1		0	-3	3,5	690	0,31	2,2
	Polonia ↓	319.455	-7.190	56.600	Toneladas	5.644		17		15	11	3	915	0,31	2,2
	Bélgica ↓	310.342	-53.196	35.678	Toneladas	8.698		14		13	0	2,9	384	0,25	2,2
	España ↓	280.836	-131.719	23.878	Toneladas	11.761		4		2	-6	2,7	1.023	0,38	2,2

https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c090121%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Destino de Exportaciones

Comercio bilateral	Importadores	Seleccione sus indicadores ▼														
		Valor exportado en 2019 (miles de USD) ▼	Saldo comercial en 2019 (miles de USD) ↓	Participación de las exportaciones para Colombia (%) ↓	Cantidad exportada en 2019	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) ↓	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2015-2019 (% p.a.) ↓	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2015-2019 (% p.a.) ↓	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2018-2019 (% p.a.) ↓	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales ↓	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%) ↓	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2015-2019 (% p.a.) ↓	Distancia media entre los países socios y todos los mercados proveedores (km) ↓	Concentración de los países socios ↓	Arancel medio (estimado) enfrentado por Colombia ↓
	Mundo	79.597	77.486	100	15.480	Toneladas	5.142	19	35	32		100	5			
	Estados Unidos de América	59.746	59.609	75,1	11.642	Toneladas	5.132	15	30	33	2	9,6	8	5.053	0,26	0
	Chile	2.550	2.550	3,2	276	Toneladas	9.239	12	19	4	47	0,3	19	9.353	0,15	0
	Panamá	2.450	2.450	3,1	532	Toneladas	4.605	63	96	60	72	0,05	5	4.387	0,25	5,4
	Ecuador	2.097	2.097	2,6	286	Toneladas	7.332	14	13	39	98	0,02	14	1.193	0,88	0
	Malasia	1.628	1.628	2	540	Toneladas	3.015	169	325	736	48	0,2	7	4.766	0,13	0
	Finlandia	1.237	1.237	1,6	418	Toneladas	2.959			1.857	30	0,7	12	1.274	0,21	0
	Argentina	1.189	1.189	1,5	162	Toneladas	7.340	685	478	6	51	0,2	7	9.789	0,34	0
	China	1.061	1.061	1,3	169	Toneladas	6.278	34	47	249	18	1,2	-5	6.402	0,21	15
	Canadá	883	883	1,1	252	Toneladas	3.504	97	158	233	5	5,1	-1	3.352	0,45	0
	Perú	838	838	1,1	109	Toneladas	7.688	7	25	21	81	0,04	16	6.407	0,22	0

https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c090121%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Acuerdos Comerciales con países seleccionados



- Colombia – Estados Unidos

El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Estados Unidos y Colombia entró en vigor el 15 de mayo 2012 inmediatamente se eliminaron los aranceles de más del 80 por ciento de las exportaciones estadounidenses de productos industriales y de consumo a Colombia.

El Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América, sus cartas adjuntas y sus entendimientos fueron suscritos en Washington, el 22 de noviembre de 2006. El 12 de octubre de 2011 el Congreso de los Estados Unidos aprobó el Acuerdo, hecho que fue seguido por la sanción de la ley aprobatoria por parte del presidente Obama el 21 de octubre de 2011. Así se inició la etapa de implementación normativa del Acuerdo en Colombia, el cual tuvo por objeto verificar que se lleven a cabo los ajustes tendientes a garantizar que el Acuerdo es compatible con nuestro ordenamiento jurídico.

- Colombia- Alemania - Francia



El Acuerdo Comercial entre Colombia y el Perú, por una parte, y la Unión Europea y sus Estados Miembros, por otra, fue firmado en la ciudad de Bruselas, Bélgica, el 26 de junio de 2012.

Por parte de la Unión Europea, el Parlamento Europeo aprobó el acuerdo el 11 de diciembre de 2012 y, posteriormente, notificó la culminación de sus trámites internos para la aplicación provisional del acuerdo el 27 de febrero de 2013.

Por el lado de Colombia, el trámite interno para su aprobación en el Congreso de la República inició en el mes de noviembre de 2012, hasta el 5 de junio de 2013, finalizando con la sanción del presidente Juan Manuel Santos, mediante la Ley 1669 del 16 de julio de 2013. Por su parte, mediante la sentencia C-335/14 de 2014, la Corte Constitucional declaró exequible el acuerdo, indicando que se ajusta a la Constitución Política, tanto en su aspecto formal como en su contenido material.

El 5 de noviembre de 2014 el Gobierno nacional expidió el Decreto 2247 mediante el cual se señala que nuestro país continuará aplicando sin solución de continuidad, en los términos señalados en el Decreto 1513 de 2013, el Acuerdo Comercial suscrito con la Unión Europea y sus Estados miembros, luego de haberse cumplido con todos los requisitos internos previstos en nuestra ley para la aprobación de este.

- Colombia – Canadá



El Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Canadá, sus cartas adjuntas y sus entendimientos fueron suscritos en Lima, Perú, el 21 de noviembre de 2008, y “el canje de notas que corrige el acuerdo de libre comercio entre Colombia y Canadá” el 18 y 20 de febrero de 2010. El acuerdo fue aprobado mediante la Ley 1363 del 9 de diciembre de 2009 por el Congreso colombiano.

El proceso de incorporación a la legislación interna colombiana se complementó el 24 de julio de 2010, cuando la Corte Constitucional mediante sentencia C-608/10 encontró acorde al ordenamiento constitucional del país a este Acuerdo, así como la Ley 1363 de 2009, aprobatoria del mismo. De igual manera el acuerdo fue aprobado en consenso por el parlamento canadiense el 21 de junio de 2010, y posteriormente firmado por la gobernadora general de este país. El acuerdo entró en vigor el 15 de agosto de 2011.

El 21 de noviembre de 2008 se suscribió el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Canadá, el cual consolida una iniciativa de mayor integración comercial alcanzada tras cinco rondas de negociación que se llevaron a cabo desde julio de 2007. En la misma ceremonia se dio lugar a la firma del Acuerdo de Cooperación Laboral y del Acuerdo de Cooperación Ambiental.

Matriz selección de país

VARIABLES	ESTADOS UNIDOS	P	C	R	CANADA	P	C	R	ALEMANIA	P	C	R	FRANCIA	P	C	R
Doing Business	8	5,87%	3	0,18	23	5,87%	1	0,06	22	5,87%	2	0,12	32	5,87%	1	0,06
Cultural	B	5,87%	2	0,12	B	5,87%	2	0,12	C	5,87%	1	0,06	C	5,87%	1	0,06
Economicos																
Exportaciones Colombianas USD millo	1.394.463	5,87%	2	0,12	409.982	5,87%	1	0,06	1.493.094	5,87%	3	0,18	569.757	5,87%	1	0,06
Crecimiento de las exportaciones colombianas %	32,2%	5,87%	2	0,12	50,20%	5,87%	3	0,18	31,4%	5,87%	1	0,06	36,6%	5,87%	3	0,18
Tasa de Arancel	0,0%	5,87%	1	0,06	0,0%	5,87%	1	0,06	0,0%	5,87%	1	0,06	0,0%	5,87%	1	0,06
Tratados	Vigente	5,87%	2	0,12	Vigente	5,87%	2	0,12	Vigente	5,87%	2	0,12	Vigente	5,87%	2	0,12
PIB (US\$ millones)	20.934.900	5,87%	3	0,18	1.730.914	5,87%	1	0,06	3.861.550	5,87%	2	0,12	2.715.818	5,87%	1	0,06
PIB per capita (US\$)	63.299	5,87%	3	0,18	50.725	5,87%	1	0,06	56.226	5,87%	2	0,12	49.798	5,87%	1	0,06
Inflación	2,30%	5,87%	1	0,06	2,20%	5,87%	2	0,12	1,40%	5,87%	3	0,18	1,43%	5,87%	2	0,12
Índice de facilitación de comercio	22	5,87%	2	0,12	24	5,87%	1	0,06	9	5,87%	3	0,18	13	5,87%	2	0,12
Desempleo	3,70%	5,87%	2	0,12	5,60%	5,87%	1	0,06	3,20%	5,87%	3	0,18	9,00%	5,87%	2	0,12
Cercanía	Media	5,87%	2	0,12	Media	5,87%	1	0,06	Baja	5,87%	1	0,06	Alta	5,87%	1	0,06
Legal																
Sistema de gobierno	Bueno	5,87%	2	0,12	Bueno	5,87%	2	0,12	Excelente	5,87%	3	0,18	Bueno	5,87%	2	0,12
Relacion	Excelente	5,87%	3	0,18	Excelente	5,87%	3	0,18	Excelente	5,87%	3	0,18	Buena	5,87%	1	0,06
Índice turismo	5	6,08%	2	0,12	9	6,08%	1	0,06	3	6,08%	3	0,18	2	6,08%	3	0,18
TOTAL		100,00%		2,06		100,00%		1,65		100,00%		2,12		100,00%		1,65

Fuente: Elaboración propia

3.2 Condiciones de Acceso

3.2.1 Acuerdos comerciales que favorecen la operación

Acuerdo comercial entre Unión Europea y Colombia

3.2.2 Solicitud de vistos Buenos

Documentos soporte para exportaciones – 0901212000							Cerrar ventana
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Países	
Certificado de contribución cafetera - Federacion Nacional De Cafeteros De Colombia	EMBARQUE/DESEMB	OBLIGATORIO	NO	31-ago-2008	...		
Certificado de Exportación - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	SI	05-ago-2008	...		
Certificado de no obligatoriedad - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	SI	05-ago-2008	...		
Certificado de reposo - Federacion Nacional De Cafeteros De Colombia	PREVIO	OPCIONAL	NO	02-sep-2008	...		
Certificado fitosanitario - Instituto Colombiano Agropecuario	EMBARQUE/DESEMB	OPCIONAL	NO	22-ago-2008	...		
Guía de tránsito - Federacion Nacional De Cafeteros De Colombia	PREVIO	OPCIONAL	NO	01-may-2008	...		

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefDocumentosPopUp.faces?nomenclatura=37408&codNomenclatura=0901212000&componente=10®imen=2&fechaConsulta=20111208&modoPresentacionSeleccionBO=dialogo>

3.2.3 Condiciones Arancelarias

Con el acuerdo comercial con la Unión Europea el café con código de arancel 0901.21.20.00 pagarán un arancel del 0%.

3.2.4.1 Medidas Sanitarias y Fitosanitarias

El Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias establece las reglas básicas para la normativa sobre inocuidad de los alimentos y salud de los animales y preservación de los vegetales. Se regirán de acuerdo a lo establecido en el acuerdo MFS y en las decisiones tomadas por el comité de medidas sanitarias y Fitosanitarias de la OMS.

3.2.4.2 Normas de etiquetado

Idiomas permitidos en el embalaje y el etiquetado:

Alemán. Sin embargo, el inglés se utiliza para dar imagen internacional a una marca.

Reglamentos específicos:

La legislación europea establece reglas específicas de etiquetado para ciertos productos como los alimentarios, los electrodomésticos, la ropa deportiva, los textiles, los medicamentos, los productos químicos, etc.

3.2.4.3 Normas de empaque y embalaje

Embalaje:

Debe estar conforme a la legislación europea sobre prevención de riesgos para la salud de los consumidores y protección del medio ambiente; especialmente lo concerniente al tratamiento de los desechos. Los envases de madera o hechos con materiales vegetales podrán verse sometidos a controles fitosanitarios.

La marca CE es obligatoria en todos los países de la UE en todos los aparatos eléctricos. La Directiva del Consejo 2007/45/CE armoniza el embalaje de vinos y licores en toda la UE.

Para más información, consulte el resumen de la legislación europea en esta materia.

El 1 de enero de 2019, entró en vigor la nueva legislación sobre embalaje: la ley de embalaje de 2019 (VerpackG) reemplazó a la ordenanza sobre embalaje. Todos los actores, incluyendo a vendedores en línea, que ingresan productos embalados (inclusive material relleno) al mercado alemán, y que termina como basura entre los consumidores, están sujetos al VerpackG. Estas leyes alemanas de reciclaje conciernen a los distribuidores que introducen embalajes en circulación comercial en el mercado alemán por primera vez, y se aplica tanto a los productores nacionales como a los importadores, vendedores en línea, etc. No busca aumentar los aranceles de importación, y que no afecta el valor total de los envíos.

Unidades de medida autorizadas:

Sistema métrico decimal.

Marcado de origen "Hecho en":

No es obligatorio, excepto para los productos alimentarios y las bebidas alcohólicas. En la práctica, el "made in" es un argumento comercial y está presente en la mayoría de

los productos. El acuerdo de Madrid prevé sanciones en caso de información falsa sobre la procedencia del producto.

3.2.4.4. Las normas comerciales e industriales en Alemania

Organismos de normalización:

Deutsche Institut für Normung

Deutsche Kommission Elektrotechnik Elektronik Informationstechnik im DIN und VDE e. V (en inglés)

Verband der Elektrotechnik Elektronik Informationstechnik

Entrada a la red internacional de normalización

A nivel europeo:

- Miembro del CEN, Comité Europeo de Normalización (en Inglés)
- Miembro de CENELEC, Comité Europeo de Normalización Electrotécnica
- Miembro del Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones (ETSI)

A nivel internacional :

- Miembro de la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) (en Inglés)
- Miembro de la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC)
- Miembro de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU)

Clasificación de las normas:

CE, DIN, ISO

Evaluación del sistema de normalización:

El consumidor de productos destinados al público general no se interesa especialmente por las normas, a pesar de que se considera un signo de calidad. Todos los electrodomésticos se fabrican siguiendo alguna normativa. Para este tipo de consumidor sí es importante el periodo de garantía. Por el contrario, la normativa es determinante para los productos subcontratados. Las normas de calidad en el proceso de fabricación resultan también un criterio determinante en la subcontratación.

Organismos de certificación:

- Instituto Alemán de Estandarización (DIN, Deutsches Institut für Normung e. V)
- Organización Internacional para la Estandarización (ISO)

- Underwriters Laboratories, Inc
- VDE - Asociación para la tecnología eléctrica, electrónica y de la información
- Technischer Überwachungsverein e.V. - TUV (Asociación de inspección técnica)

3.3 Producto, Precio, Punto de venta y Promoción 4 Ps.

3.3.1. Producto:

- Consiste de una café en polvo para preparar que además cuenta como un producto de 3 en 1 ya que cuenta no solo con el café si no que lleva leche y por ultimo también incluye la crema, sus cualidades a destacar esta que es un 100% colombiano y es instantáneo de fácil preparación.

Sólidos de jarabe de maíz, azúcar, aceite de soja parcialmente hidrogenado, café instantáneo de Colcafé, caseinato de sodio (un derivado de la leche); Estabilizadores: fosfato dipotásico, polifosfato de sodio, antiaglomerante: dióxido de silicio, fosfato tricálcico; Emulsionantes: mono y diglicéridos, estearoil lactilato de sodio, lecitina de soja, saborizante artificial, colorante artificial: bixina, curcumina, betacaroteno. Contiene derivados de la soja y la leche.

INFORMACIÓN NUTRICIONAL:

Porción: 2 cucharadas (19g)

Cantidad / Porción: Calorías 90, Cal. de Grasa 25, Grasa Total 3g (5% VD), Grasa Sat. 2g (10% VD), Sodio 30mg (1% VD), Total Carb. 14g (5% VD), Azúcares 6g, Proteína 1g.

No es fuente significativa de grasa trans, colesterol, fibra, vitaminas A y C, Calcio y Hierro.

Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías.

<https://www.colcafe.com/productos>

- Dimensiones: 4.1 x 4.1 x 5.3 pulgadas
- Vida útil: 18 meses

- Mantener bajo techo, no exponer al sol
- Temperatura ambiente entre los 18 grados hasta los 25 grados



- Etiquetado

El producto cuenta con su etiqueta con los colores característicos de la marca donde claramente destaca su marca y su procedencia como café colombiano además detalla las instrucciones para su elaboración y lleva presente tanto el total de su contenido como su tabla nutricional todo esto va debidamente con el idioma al país procedente.

- Principales competidores en el mercado de destino

Bilateral trade at 8-digit	Exporters	Value imported in 2019 (USD thousand)	Trade balance 2019 (USD thousand)	Share in Germany's imports (%)	Quantity imported in 2019	Quantity unit	Unit value (USD/unit)	Growth in imported value between 2015-2019 (% p.a.)	Growth in imported quantity between 2015-2019 (% p.a.)	Growth in imported value between 2018-2019 (% p.a.)	Ranking of partner countries in world exports	Share of partner countries in world exports (%)	Total exports growth in value of partner countries between 2015-2019 (% p.a.)
	World	638,484	750,089	100	83,577	Tons	7,639	0	2	4		100	3
☑	Italy	204,484	-173,347	32	39,865	Tons	5,129	7	11	0	2	15.4	5
☑	Switzerland	202,010	-181,913	31.6	11,121	Tons	18,165	0	7	14	1	21.8	6
☑	Netherlands	65,556	83,377	10.3	9,366	Tons	6,999	-12	-16	-7	5	6.2	11
☑	Poland	62,120	103,547	9.7	11,017	Tons	5,639	-4	-4	-1	8	3	-9
☑	France	33,733	187,379	5.3	3,269	Tons	10,319	51	36	8	4	10.4	18
☑	Czech Republic	17,539	50,190	2.7	2,463	Tons	7,121	13	6	26	11	1.5	-22
☑	United Kingdom	14,560	69,170	2.3	1,415	Tons	10,290	-12	-4	124	9	2.8	0
☑	Austria	12,235	92,389	1.9	1,519	Tons	8,055	-1	-4	-6	15	0.9	-4
☑	Belgium	7,137	41,157	1.1	1,286	Tons	5,550	-24	-19	-3	10	2.4	-14
☑	Spain	4,808	28,154	0.8	318	Tons	15,119	-7	-8	-62	13	1.4	3

https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c090121%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

3.3.2. Precio

Precio aproximado de paginas especializadas y a la gama del producto

	Product	Price (€/kg)
Mid range	Lavazza (Crema and Aroma, whole bean, 1 kg package)	15.99
	JJ Darboven Café Intención (organic, fair trade, whole bean, 1 kg package)	16.99
	Illy (Espresso, whole bean, 250 g package)	34.00








<https://www.cbi.eu/market-information/coffee/germany/market-entry>

Precios del Colcafe 3 en 1 en Colombia

Café, Crema y Azúcar Frasco Alto Colcafé 380 g

Tiendas y precios de café, crema y azúcar frasco alto colcafé 380 g. Descubre donde lo puedes comprar más económico.

Precios

	Carulla		8 110 \$	
	Éxito	+15%	9 300 \$	
	Colsubsidio	+29%	10 500 \$	


<https://losprecios.co/>

Precios en los principales supermercados en Alemania

REWE

<p>Paketversand</p>  <p>FOODESTO Lavazza Prontissimo Classico Kaffee 95g 95,0 g (100 g = 7,36 €)</p> <p>6,99 € inkl. gesetzl. MwSt, zzgl. <u>Versandkosten</u></p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>Paketversand</p>  <p>FOODESTO Lavazza Prontissimo Intenso Kaffee 95g 95,0 g (100 g = 7,36 €)</p> <p>6,99 € inkl. gesetzl. MwSt, zzgl. <u>Versandkosten</u></p> <p><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>
---	---

EDEKA



**Illy Espresso Caffé in
Grani ganze Bohnen 250
g**

8,99 €*
3,60 €/100G

KAUFLAND



3.3.3. Punto de Venta:

REWE sería nuestro principal socio en Alemania siendo que esta presente en todo el país y su propio trabajo logístico se encargaría de la distribución a las tiendas.



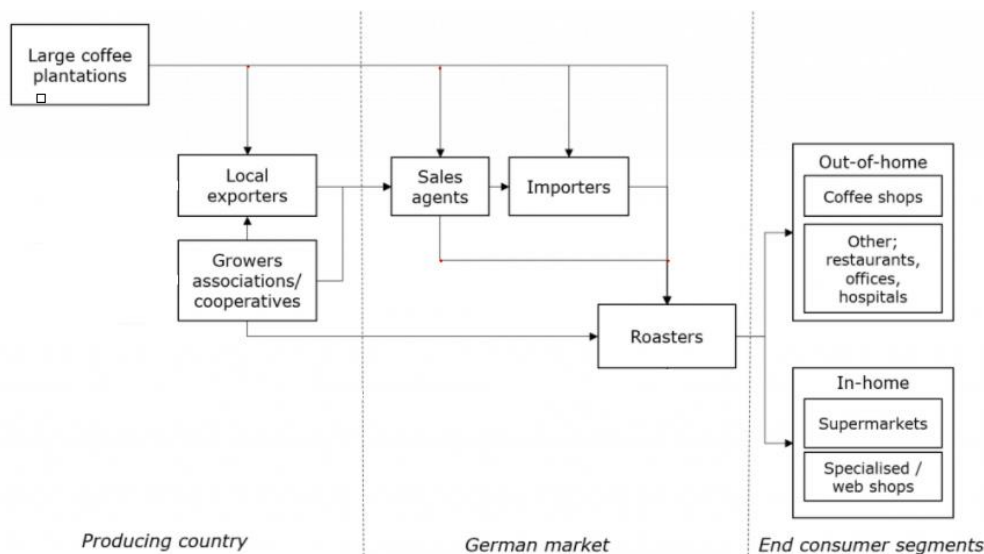
Rewe: Rewe es una cadena de supermercados en Alemania y la marca principal de Rewe Group. Con aproximadamente 3,300 tiendas es la segunda cadena minorista de alimentos más grande en Alemania después de Edeka.

El proceso va hasta la exportación hacia los principales puertos donde será transportado por nuestro socio que como hipermercado de Alemania cuenta con una red de logística y transporte bien elaborada donde ellos se encargan de la distribución como parte de la negociación.

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
Hamburgo	Cartagena	Directo	16
	Barranquilla	Cartagena-Colombia	20
	Santa Marta	Directo	14
	Buenaventura	Posorja-Ecuador	26
Bremerhaven	Cartagena	London Gateway-Reino Unido	18
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	23
	Santa Marta	Amberes-Bélgica	19
	Buenaventura	Balboa-Manzanillo-Panamá	28
Bremen	Cartagena	Hamburgo-Alemania	19
	Barranquilla	Santa Marta-Colombia, Hamburgo-Alemania	21
	Santa Marta	Hamburgo-Alemania	14
	Buenaventura	Balboa-Panamá, Rotterdam-Países Bajos	26

Fuente: Líneas Marítimas. Información procesada por la Coordinación de Logística y Competitividad – ProColombia.

El modelo esta simple del modo que Colcafe como empresa constituida con experiencia y presencia en varios países manejaría el mismo modelo en la distribución de sus productos en las cadenas grandes.



3.3. 4. Promoción:

Gracias al equipo de promoción que tiene Colcafe se pueden realizar campañas de publicidad en las principales estaciones de transporte publico como parada de autobuses con mensajes referentes al origen de nuestro producto ya que el solo hecho de origen representa una ventaja competitiva frente a nuestros competidores.



Publicidad: Los medios digitales representa el nuevo y más importante medio masivo para los anuncios y publicidad de todo tipo desde paginas oficiales en las principales redes sociales hasta los anuncios en los sitios web como toda empresa esta puede reciclar las campañas de publicidad que se convierten en nuevas cuando se entrega a un nuevo canal o mercado.

-Promoción de ventas: Como la mayoría de los productos nuevos en los mercados estos deben ganarse la confianza del consumidor para que puedan probar nuevos productos y salir de los convencionales y cotidianos, esto se puede lograr a través de los impulsores en los puntos de los supermercados REWE y claramente el producto que será usado como degustación será por parte de Colcafe como promoción en la venta del producto.

-Relaciones públicas: Crear relaciones con los principales entes de caficultura en Alemania como sus asociaciones donde podamos ser miembros para participar de los foros, congresos y encuentros que se realizan cada año y ayudan al desarrollo del sector del país.

At the German Coffee Association's high profile events - such as our well-attended New Year Reception, the annual Coffee Congress, the Speciality Roasters' Conference, the "Coffee in the Out-of-House Market" conference as well as our numerous other congresses and conferences - you can meet representatives of our member companies as well as other coffee industry experts.

<https://www.kaffeeverband.de/en/events/#>



Fase 4. Estrategia de Inversión

Para la estrategia de internacionalización de nuestro producto decidimos el mercado de exportación, con esta estrategia nos enfocaremos en vender nuestro producto el “café” para que con esta pueda ser distribuido en las diferentes tiendas de Alemania. Se tiene en cuenta a la hora de escoger esta estrategia que es la mejor opción, aunque el café es uno de los productos de mayor reconocimiento de nuestro país, vemos que Alemania tiene varios productos de café, pero no encontramos uno de mayor innovación como lo tenemos nosotros en el Colcafe 3 en 1. No vemos factible con este producto tener una franquicia porque hay que invertir bastante dinero para tener un posicionamiento de nuestro producto y un reconocimiento como marca donde es un país donde Colcafe no tiene un reconocimiento de marca y es una cultura total mente diferente. Para la propuesta de exportar café lo primero es crear una alianza con uno de los mayores hipermercados de Alemania con presencia en todo el país que seria REWE que distribuya el café y de esta manera empezar a darnos conocer como marca y como producto para que así después de un tiempo la empresa tenga cierto poder y reconocimiento en el país y facilitar acceso a ser parte de una franquicia y así poder llegar a implementar otro tipo de estrategia de internacionalización una vez la empresa tenga cierto poder y reconocimiento en el país.

Fase 5. Logística y Distribución Física Internacional

5.1 Cantidades a Exportar

Comercio bilateral	Exportadores	Valor importado en 2019 (miles de USD)▼	Saldo comercial en 2019 (miles de USD) ¿	Participación de las importaciones para Alemania (%) ¿	Cantidad importada en 2019	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) ¿
	Mundo	3.231.828	-854.252	100	1.221.680	Toneladas	2.645
+	Brasil	808.780	-806.096	25	382.806	Toneladas	2.113
+	Viet Nam	400.376	-400.270	12,4	247.820	Toneladas	1.616
+	Honduras	258.315	-258.311	8	103.894	Toneladas	2.486
+	Suiza	213.016	-165.477	6,6	11.577	Toneladas	18.400
+	Italia	212.757	-142.252	6,6	42.314	Toneladas	5.028
+	Colombia	190.859	-190.833	5,9	62.919	Toneladas	3.033

[https://www.trademap.org/\(X\(1\)S\(ymqf3w55jzvf0syyqva5mb45\)\)/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c276%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c2%7c1%7c%7c1](https://www.trademap.org/(X(1)S(ymqf3w55jzvf0syyqva5mb45))/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c276%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c2%7c1%7c%7c1)

Alemania esta en el top 3 de países con mayor importación de café a nivel mundial con un total de cantidades importadas de 1´121.680 toneladas de café.

“Alemania es el tercer mayor consumidor de café después de los Estados Unidos y el Brasil. Se consumen alrededor de nueve millones y medio de sacos de sesenta kilos de café verde, equivalente a 570.000 toneladas. Es más, o menos el 6% del consumo mundial de café. Per cápita, el alemán consume alrededor de siete kilos al año, equivalente a 162 litros de bebida, más que de agua embotellada o de cerveza. El café es la bebida preferida por los alemanes”.

Consumo Aparente

Comercio bilateral	Exportadores					
		Valor importado en 2019 (miles de USD)▼	Saldo comercial en 2019 (miles de USD) ¿	Participación de las importaciones para Alemania (%) ¿	Cantidad importada en 2019	Unidad de medida
	Mundo	638.484	750.089	100	83.577	Toneladas

https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c090121%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Según cifras oficiales de Trade Map para el año 2019 las importaciones realizadas por Alemania son de 83.577 toneladas, siendo Alemania el tercer mayor importador de café a nivel mundial.

Comercio bilateral	Importadores					
		Valor exportado en 2019 (miles de USD)▼	Saldo comercial en 2019 (miles de USD) ¿	Participación de las exportaciones para Alemania (%) ¿	Cantidad exportada en 2019	Unidad de medida
	Mundo	1.388.573	750.089	100	226.661	Toneladas

[https://www.trademap.org/\(X\(1\)S\(vmqf3w55jzvf0svyqva5mb45\)\)/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c276%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/(X(1)S(vmqf3w55jzvf0svyqva5mb45))/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c276%7c%7c%7c%7c0901%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c2%7c1%7c1%7c1)

En cuanto a las exportaciones de Alemania con respecto al café, tiene un total de exportación de 226.661 toneladas para el año 2019, está exportando mucho más café tostado sin descafeinar que de lo que importa.

Consumo Aparente = 83.577 (importaciones) + 158.000 toneladas (producción) – 226.661 toneladas (exportaciones) = **14.916**

Para nuestro producto en Alemania que es más Exportador, pero es muy consumido por la población alemana por datos ya dados anteriormente que es un país el cual está en el top 3 de importadores a nivel mundial y que importa 1'121.680 toneladas de café, y que es de los mayores consumidores de café a nivel mundial, pensamos suplir la cantidad de 68.400 kilogramos

5.2 Frecuencia de la Operación

En Alemania es altamente consumido el café y tienen demanda constante durante todo el año es por esto por lo que decidimos que 68.400 kilogramos y las distribuiríamos en envíos durante todo el año en 6 exportaciones cada 2 meses, estos envíos constaran de 11.400 kilogramos cada dos meses.



5.3 Costeo de la Operación

Cartagena de Indias, Bolívar, Colombia	Hamburgo, Hamburgo, Alemania		
	25/04/2021	1 USD \$ = \$ 3.623 COP	1 EUR € = 4.383 COP
Concepto	COP	USD	EUR
Precio unitario (Envase)	\$ 6.340	\$ 1,74	€ 1,44
Número de unidades dentro de 1 caja primaria	16	16	16
Numero de cajas primarias dentro de 1 caja secundaria	4	4	4
Número de cajas secundarias a enviar	469	469	469
Total envases a enviar por flete	30.000	30.000	30.000
Precio total	\$ 190'200.000	\$ 52.497,9	€ 43.394,9
Embalaje, pallet y etiquetado	\$ 14'400.000	\$ 3.974,6	€ 3.285,4
EXW	\$ 204'600.000	\$ 56.472,5	€ 46.680,3
Flete interno (Colombia)	\$ 4'500.677	\$ 1.242,2	€ 1.026,8
Seguro de transporte interno (8%)	\$ 360.054	\$ 99,3	€ 82,1
Costos de operación portuaria	\$ 413.022	\$ 114,0	€ 94,2
Documentos de exportación	\$ 8.800	\$ 2,4	€ 2,0
FAS	\$ 209'882.553	\$ 57.930,4	€ 47.885,4
Carga de la mercancía	\$ 126.805	\$ 35,0	€ 28,9
Subtotal	\$ 210'009.358	\$ 57.965,5	€ 47.914,5
Sociedad Intermediación Aduanera (SIA 3% Total Valor FAS)	\$ 6'296.476	\$ 1.737,9	€ 1.436,5
FOB	\$ 216'305.834	\$ 59.703,4	€ 49.351,3
Flete internacional	\$ 6'890.946	\$ 1.902,0	€ 1.572,1
CFR	\$ 223'196.780	\$ 61.605,4	€ 50.923,4

Seguro internacional (6% Valor CFR)	\$ 13'391.807	\$ 3.696,3	€ 3.055,3
CIF	\$ 236'588.587	\$ 65.301,7	€ 53.978,7
Descargue de la mercancía	\$ 329.693	\$ 91,0	€ 75,2
DPU	\$ 236'918.280	\$ 65.392,7	€ 54.053,9
Arancel (0% Alemania)	\$ 0.0	\$ 0.0	€ 0.0
Gastos de aduana, despacho y destino	\$ 615.910	\$ 170,0	€ 140,5
Otros costos	\$ 380.000	\$ 104,8	€ 86,6
DAP	\$ 237'914.190	\$ 65.667,5	€ 54.281,0
Flete interno (Alemania)	\$ 350.640	\$ 96,7	€ 80,0
Seguro de transporte interno (8%)	\$ 280.512	\$ 7,7	€ 6,4
DDP	\$ 238'545.342	\$ 65.771,9	€ 54.367,4

Fuente: Elaboración propia

5.4 Precio de venta internacional

Precio Unitario			
Concepto	COP	USD	EUR
Costo del CIF	\$ 236.588.587	\$ 65.301,85	\$ 48.902,15
Costo unit CIF	\$ 7.886	\$ 2,18	\$ 1,63
Gastos Bancarios 2%	\$ 4.731.772	\$ 1.306,04	\$ 978,04
Margen 35%	\$ 82.806.005	\$ 22.855,65	\$ 17.115,75
Costo total CIF	\$ 324.126.364	\$ 89.463,53	\$ 66.995,94
Costo total unit CIF	\$ 10.804	\$ 2,98	\$ 2,47

Fuente: Elaboración propia

Se decidió determinar el costo de CIF para identificar el precio de la venta donde el producto puesto en el puerto del comprador queda por los € 2,47 donde el comprador se encargará del todo el proceso de levantamiento aduanero y distribución y como la habíamos mencionado que iba entrar como producto de gama media en su sector todavía se encuentra por debajo de €2,50 un

buen margen que cubre todos los costos de operación del comprador y margen de utilidad para nuestro socio REWE.

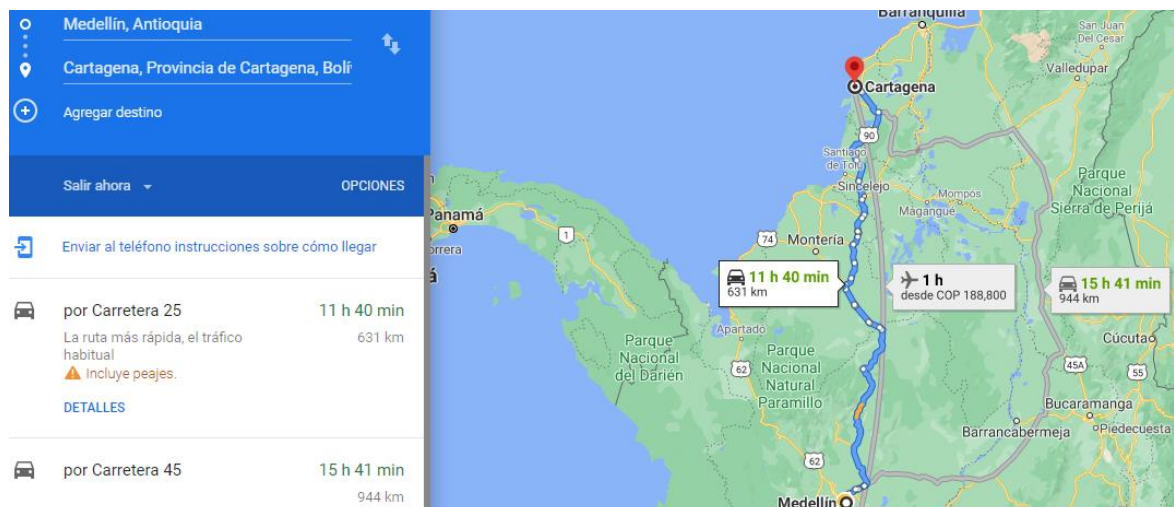
5.5 Terminos incoterm a negociar

Para la negociación se decidió escoger el termino **CIF** ya que este es el que se acomoda mejor a todas las necesidades de la negociación desde el punto de vista del producto es un producto que puede ser contenerizado por periodos largos gracias a su garantía en su proceso de vencimiento tampoco requiere llegar fresco así que el transporte marítimo que viene siendo el más económico para medio de transporte resulta óptimo, gracias a sus dimensiones y envase este se adapta perfectamente a un contenedor y por último este termino nos permite entregar el producto en el puerto de destino hacia nuestro socio donde este se encargara de los tramites aduaneros, proceso de descarga, levantamiento y transporte local dentro del país objetivo ambas partes de la negociación quedan en una posición bastante cómoda donde tienen la suficiente experiencia para el óptimo desarrollo de la operación.

Formulaciones CIF	Charges	Risks
Embalaje	V	V
Antes de la entrega de la mercancía al transportista	V	V
Aduana exportación	V	V
Manutención transporte principal (carga)	V	V/C
Transporte principal	V	C
Seguro transporte	V	C
Manutención transporte principal (descarga)	C	C
Aduana importación	C	C
Al finalizar la ruta	C	C

https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/incoterms?url_de_la_page=%2Fes%2Fportal%2Fanalizar-mercados%2Fincoterms&&actualiser_id_banque=oui&id_banque=12&memoriser_choix=memoriser

5.6 Ruta Internacional de la Operación



Fuente: Google maps

La movilidad es de todos Mintransporte

INICIO RNDIC SICETAC ALIANZAS CORREDORES ESTADÍSTICAS PUBLICACIONES

Costos Eficientes

Cuál es la configuración de su vehículo? Tractocamión tres ejes - Tractomula con semiremolque de tre

Qué tipo de carga va a transportar? Contenedor

Qué tipo de unidad de transporte va a emplear? TRAYLER

Donde se origina el viaje? MEDELLÍN 5001000

Cual es el destino? CARTAGENA 13001000

Cual vía va a utilizar para el viaje? MEDELLÍN _ CARTAGENA

Horas acordadas para la actividad del cargue? 7 Horas acordadas para la actividad del descargue? 7

Horas de espera en el cargue? 7 Horas de espera en el descargue? 7

Cuánto es 25 + 49 60

CALCULAR

Ultima actualización: 2021/02/10

Los precios unitarios indicados en la herramienta son referencia de mercado y se encuentran avalados por la mesa técnica del observatorio de transporte de carga por carretera OTCC. El SiceTac no incluye un porcentaje de intermediación para las empresas de transporte.

Costos Operativos - Resumen

Tonelada x KM Movilización	\$83.57	Costo Tonelada Movilización	\$52,481.91	Costo Movilización Carga	\$1,784,385.08
Costo Hora Adicional	\$97,010	Horas de Espera	28	Costo Tiempos de Espera	\$2,716,292.03
Tonelada x KM del Viaje	\$210.79	Costo Tonelada del Viaje	\$132,372.86	Costo Total del Viaje	\$4,500,677.11
Costo x KM Movilización	\$2,841.42	Costo x KM del Viaje	\$7,166.80		

<https://plc.mintransporte.gov.co/Runtime/empresa/ctl/SiceTAC/mid/417>

Para la ruta nacional se escoge el envío de la ciudad de Medellín hasta el Puerto de Cartagena, se da origen en la ciudad de Medellín donde se encuentra el almacenamiento de Nutresa y con destino al puerto de Cartagena. Desde este lugar se realizará el tránsito marítimo de la operación, luego de 12 horas y 30 minutos que demora el recorrido de Medellín al Puerto de Cartagena y sumándole algunos minutos más por si se presenta algún inconveniente. Transporte nacional, tendrá un costo de 4'500.677 Cop,



Fuente: Google

El transporte se dará vía marítima que inicia desde el puerto de Cartagena y termina en el puerto de destino de Hamburgo en el mejor de los escenarios y de manera directa el tiempo de transporte podría tomar mínimo unos 14 días aunque este tramo directo puede llegar a tener costo más altos que otros que toman entre 20 y 21 días hábiles con normalmente una conexión hacia el destino para nuestra suerte el tiempo de transporte no nos afecta en la garantía del producto y el tiempo no es un factor que juegue en nuestra contra como es el caso de los productos frescos con alta frecuencia de biodegradación.

 **Search information**

Date	 04/25/2021	
Origin	 Cartagena, Colombia	
Destination	 Hamburg, Germany	
Container type	 40' Standard Dry Container	
Currency	 USD	 More info

 **Ocean Freight and Surcharges**

Subtotal	USD 1,267.01	▼
----------	---------------------	---

Total estimated

USD 1,902.01

Important info (*)

<https://connectamericas.com/es/estimadora#!/app/results?fromId=139&toId=401&container=DR Y40>

Para la ruta internacional el desplazamiento tendrá un tiempo estimado de 16 días desde el puerto de Cartagena hasta el Puerto de Hamburgo en Alemania, el envío tiene un costo de 1.902 usd.

5.7. Empaque y Embalaje del producto

Embalaje:

Debe estar conforme a la legislación europea sobre prevención de riesgos para la salud de los consumidores y protección del medio ambiente;

Unidades de medida autorizadas:

Sistema métrico decimal.

Marcado de origen "Hecho en":

No es obligatorio, excepto para los productos alimentarios y las bebidas alcohólicas. En la práctica, el "made in" es un argumento comercial y está presente en la mayoría de los productos. El acuerdo de Madrid prevé sanciones en caso de información falsa sobre la procedencia del producto.

5.8. Documentos Bancarios

1. Factura Comercial
2. Lista de empaque
3. Vistos Buenos
4. Carta de Responsabilidad
5. Certificado de Origen
6. Documento número 5 del Banco de la Republica
7. DS 600 (Declaración de Exportación)

FASE 6 EVALUACION FINANCIERA

6.1 Tasa interna de retorno

INGRESOS Y EGRESOS DEL PROYECTO					
	Años				
	1	2	3	4	5
Precio Unitario	\$6.340	\$6.531	\$6.721	\$6.923	\$7.101
Cantidad	120.000	133.333	156.863	209.150	298.786
Costo Unitario	\$3.487	\$1.959	\$2.016	\$2.077	\$2.130
Ingresos	\$760.800.000	\$870.759.511	\$1.054.258.469	\$1.447.958.342	\$2.121.550.684
Egresos	\$418.440.000	\$261.227.853	\$316.277.541	\$434.387.503	\$636.465.205

Tabla: Ingresos y egresos del proyecto **Fuente:** Elaboración propia

En la table podemos ver los ingresos y egresos en la operación de Colcafe proyectada a 5 años con inicio de 120.000 unidades de nuestro tarro de Colcafe 3 en 1 y con un incremento del 10% el primer año y luego el 5% cada año transcurrido, vemos que en las proyecciones los egresos por la inversión van disminuyendo.

Inversión año 0	
Inversión fija	760.800.000
Gastos de Promoción y Contenidos	65.000.000
Presupuesto para (otros)	25.640.000
Total	851.440.000

Tabla: Inversión año 0 **Fuente:** Elaboración propia

Podemos ver la inversión de la operación para el inicio de nuestra operación de exportación donde la inversión fija son los costos totales que lleva la producción total de mercancía que vamos a llevar y el costo del proceso logístico que conlleva entre otros valores vemos los gastos de promoción en los que se contempla la entrada al mercado alemán donde se proveen algunas estrategias para la penetración del mercado y por ultimo se contempla un presupuesto de otros todo estos para ver que la inversión inicial del año 0 en el proceso de exportación seria un total de \$851.440.00.

	Años					Total	
	0	1	2	3	4		5
Ingresos		\$760.800.000	\$870.759.511	\$1.054.258.469	\$1.447.958.342	\$2.121.550.684	\$6.255.327.006
Egresos		\$418.440.000	\$261.227.853	\$316.277.541	\$434.387.503	\$636.465.205	\$2.066.798.102
Inversion	851.440.000						
Flujo de Caja Neto	-\$851.440.000	\$342.360.000	\$609.531.658	\$737.980.928	\$1.013.570.839	\$1.485.085.479	\$4.188.528.904

Tabla: Indicadores de la operación de exportación **Fuente:** Elaboración propia

En la grafica podemos ver que se contemplan los ingresos y egresos de la operación junto la inversión y de estos datos podemos concluir el flujo de caja neto donde habíamos vistos anteriormente que la inversión es de \$851.440.000 en el año 0 de la operación por ende su flujo vendría siendo el mismo valor para el siguiente año vemos que el flujo empieza a mostrar valores positivos y finalmente hasta el año 5 de la proyección podemos dar un total de los ingresos de \$6.255.327.006 y en los egresos \$2.066.798.102 resultados positivos para la empresa siendo que en la proyección total de los 5 años se espera un flujo de caja neto de \$4.188.528.904.

Costo Capital	17,00%
VPN	\$1.565.476.260
TIR	65%
B/C	2,84

Tabla: Variable de proyección financiera **Fuente:** Elaboración propia

Podemos ver en la grafica algunos de las variables que se han previsto como el costo del capital del 17% en donde puede verse alto con los datos anteriores de la inversión pero sabemos que la empresa cuenta con los recursos suficientes para cumplir con esta operación y que viendo las otras variables donde el VPN proyecta \$1.565.476.260 que viene siendo una cifra bastante favorable para la empresa que es algo razonable para la magnitud de la operación, ahora vemos que la TIR es del 65% que también viene siendo una dato bueno y por ultimo vemos el B/C nos muestra un 2,84 que esto significa en cuanto vamos a recibir el valor de retorno en ingresos de la operación.

Pay Back	Años					
	0	1	2	3	4	5
	\$ 851.440.000	\$ 292.615.385	\$ 445.271.136	\$ 460.773.563	\$ 540.892.127	\$ 677.364.049
		-\$ 558.824.615	-\$ 113.553.480	\$ 347.220.083	\$ 888.112.211	\$ 1.565.476.260
Período de Recuperación	2,4					

Tabla: Payback **Fuente:** Elaboración propia

En la grafica del Payback podemos ver el tiempo en que los años transcurren mientras que la inversión pueda retornar y generar utilidades para la empresa donde durante el año 0 vemos la inversión inicial de los \$851.440.00 después en el año 1 vemos que la deuda de la inversión todavía supera el 50% y finalmente en el año 2 vemos que la deuda ha reducido bastante siendo que a partir de este año empieza a verse que la inversión fue totalmente cubierta y ya presente una utilidad de \$347.220.083 y como habíamos visto en anteriores graficas obtener una gran suma que beneficia la empresa de \$1.565.476.260

Bibliografía

- <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/agroindustria/cafes-y-sus-derivados>
- <https://www.kaffeverband.de/en/events/#>
- <https://www.colombiatrade.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-alemania>
- <https://www.cbi.eu/market-information/coffee/germany/market-entry>
- <https://www.maro.com.co/>
- <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>
- <https://federaciondecafeteros.org/wp/estadisticas-cafeteras/>
- <https://co.usembassy.gov/es/embassy-es/bogota-es/sections-offices-es/economic-section-es/fta-es/#:~:text=El%20Tratado%20de%20Libre%20Comercio,y%20de%20consumo%20a%20Colombia.>
- <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/union-europea>
- <https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/alemania/empaques-y-nomas>
- <http://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/acuerdo-de-promocion-comercial-con-canada#:~:text=Acuerdo%20de%20Promoci%C3%B3n%20Comercial%20entre%20la%20Rep%C3%ABlica%20de%20Colombia%20y%20Canad%C3%A1&text=El%2021%20de%20noviembre%20de%202008%20se%20suscribi%C3%B3%20el%20Tratado,cabo%20desde%20julio%20de%202007.>

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefDocumentosPopUp.faces?nomenclatura=37408&codNomenclatura=0901212000&componente=10®imen=2&fechaConsulta=20111208&modoPresentacionSeleccionBO=dialogo>

<https://www.dw.com/es/el-caf%C3%A9-significa-v%C3%ADnculos-%C3%BAnicos-entre-alemania-y-am%C3%A9rica-latina/a-18817127>

<https://plc.mintransporte.gov.co/Runtime/empresa/ctl/SiceTAC/mid/417>

<https://connectamericas.com/es/estimadora#!/app/results?fromId=139&toId=401&container=DRY40>