



CAFÉ GURME SÚPER DE ALIMENTOS

JULIE ALEJANDRA RODRIGUEZ TORRES





super
CAFE GURME

Caramelo duro
con relleno sabor a café

PRESENTACION 24 Bolsas X 100 Unidades		Codigo SAP: 210000175	
	CODIGO DE BARRAS	DIMENSIONES (cm)	PESO
BOLSA	770-2993-01512-4	18/ 28	400 g
CORRUGADO	1-770-2993-01512-1	38/ 23/ 30	10,6 Kg
N° CAJAS	20" 1008	REGISTRO SANITARIO	
X CONTENEDOR	40" 1650	RSAM 16/11207	

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	1704.90.10.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Azúcares y artículos de confitería Artículos de confitería sin cacao (incluido el chocolate blanco). - Los demás: - - Bombones, caramelos, confites y pastillas			01-ene-2007	...	
Unidad fisica	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	

PRODUCTO A EXPORTAR

Súper de alimentos cuenta con exportaciones a 26 países, su cobertura es de aproximadamente el 70% en América y el otro 30% al resto del mundo, por esta razón es importante penetrar en nuevos mercados dónde no halla presencia comercial y donde sea usual el consumo de café, ya que el caramelo de café es inusual en otros países; a su vez las personas que se encuentren viviendo en el exterior querrán un producto característico de su región.

JUSTIFICACIÓN

Identificar oportunidades de internacionalización en nuevos mercados del caramelo Café gurma de la empresa Súper de Alimentos.

Seleccionar el mercado potencial utilizando diferentes fuentes de información secundarias.

Analizar la viabilidad financiera del plan de internacionalización del caramelo Café gurma.

Diseñar una estrategia logística que permita facilitar el ingreso del caramelo Café gurma al mercado seleccionado.

OBJETIVOS

CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

Las compañías de alimentos procesados se han fortalecido a través de compras en el exterior para incrementar sus mercados y compras locales para diversificar sus portafolios de productos o materializar oportunidades de integración vertical.

Otra fortaleza que tiene el sector es la diversidad de insumos disponible para las compañías en el mercado local.

Se deben tener en cuenta las oportunidades que se presentan para el sector, dentro de las cuales se encuentra la diversificación de productos asociada al alcance de economías de escala y que permitiría a los productores optimizar las sinergias propias de operar diferentes actividades de negocio.

Durante el último año se observaron importantes incrementos en los costos de las materias primas del sector, como es el caso del cacao y sus derivados, así como el precio del azúcar, lo que afecta notoriamente al sector.

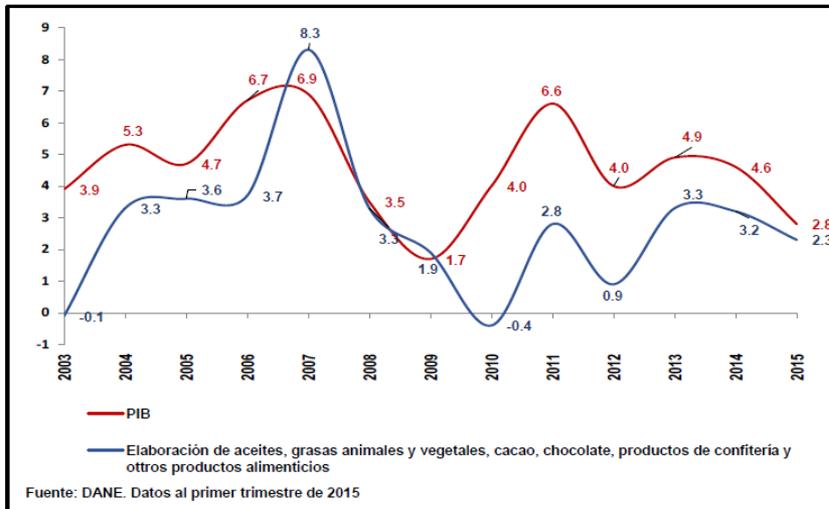
Otro aspecto a tener en cuenta es que el mercado venezolano redujo su demanda sobre algunos de los productos del sector, lo cual ha obligado a algunas de las principales compañías exportadoras de confitería a buscar nuevos mercados en América del Norte y el Caribe.

DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

VARIABLES ECONÓMICAS

Tendencia del producto interno del sector

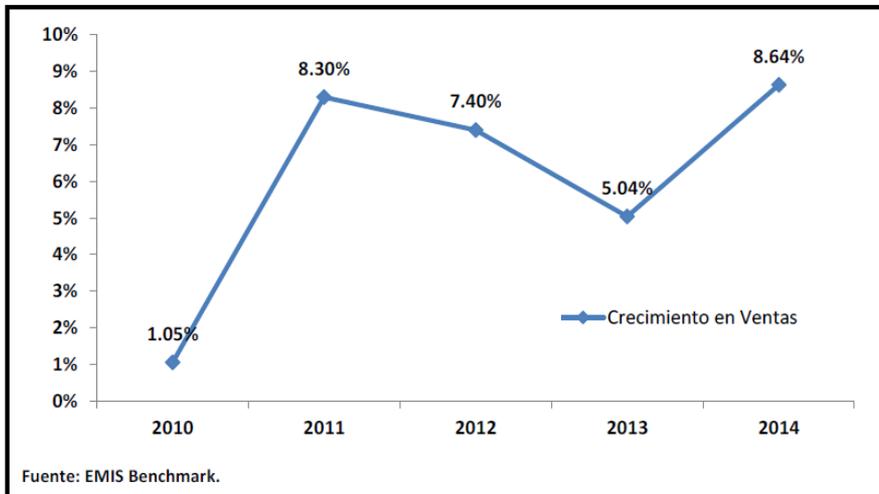


El sector de alimentos procesados mantuvo una dinámica de **crecimiento**, impulsada por factores como: el impulso público y privado, la demanda interna, la consolidación de los principales grupos productores locales, con el objetivo de fortalecer el mercado interno e incentivar la exportación de sus productos.

DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

VARIABLES ECONÓMICAS

Tasa de crecimiento de ventas



En cuanto a los ingresos de las compañías del sector, los resultados son buenos. En 2014, terminó con una de 8,64%, lo que significa que a 2014 las ventas reflejaron un **comportamiento sólido**, influenciado por las empresas enfocadas en la producción de alimentos.

DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

VARIABLES ECONÓMICAS

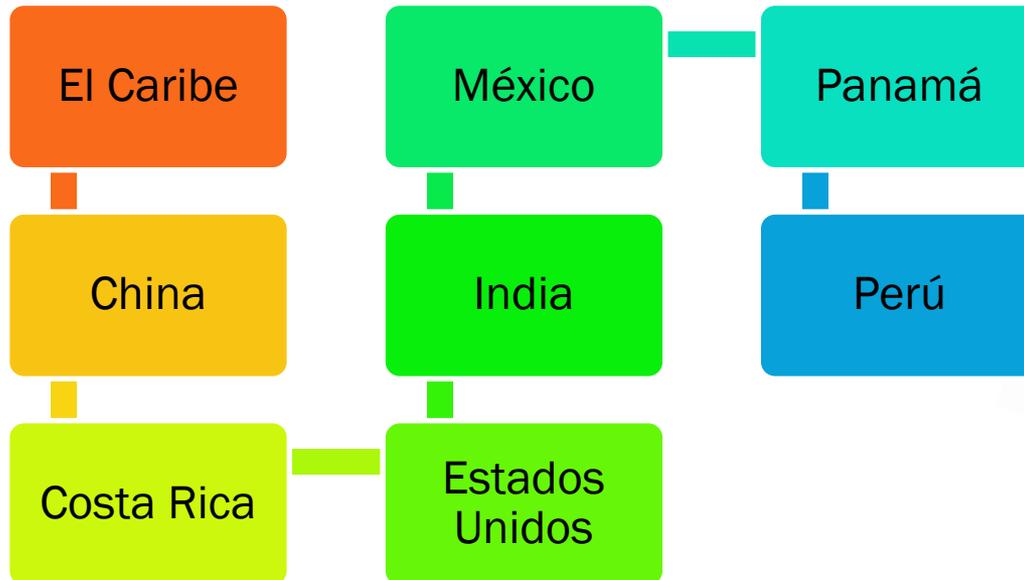
Comercio Exterior

Las exportaciones de azúcares y productos de confitería representan un rubro relevante dentro del sector agroindustrial y de alimentos procesados. A noviembre de 2014, las exportaciones de confites se habían **expandido a una tasa anual del 38.9%** totalizando US\$ 394.67 millones en ventas a mercados externos.

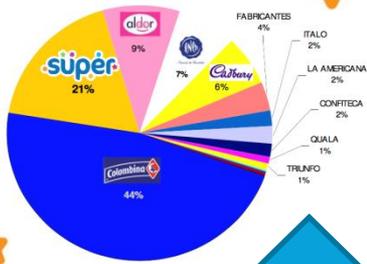


TENDENCIAS MUNDIALES

OPORTUNIDAD DE CONFITERÍA EN:



FUERZAS DE PORTER



Rivalidad entre competidores existentes

Poder de negociación de los clientes

25 desarrollos de producto en promedio al año
6 lanzamientos promedio anual
el 30% de las ventas son generadas por innovaciones

Poder de negociación de los proveedores

Maneja una producción de economías a escala lo que le permite tener una ventaja en publicidad, distribución y sobretodo materia prima.

Amenaza de productos sustitutos

Amenaza de nuevos competidores

Se destaca por la calidad de sus productos, los colores y diseños de los productos llaman la atención del consumidor y esto hace que tengan altas barreras de ingreso.



DIAMANTE DE PORTER

Los confites tienen una participación significativa en la industria nacional, son grandes consumidores de materias primas del agro y de servicios asociados a la producción industrial, lo que lo convierte en una locomotora de este importante sector de la economía.

Producción local positiva
Mayor poder adquisitivo de los países de la región

Estrategia, estructura y rivalidad empresarial

Condiciones de Demanda

Los compradores se inclinan por confites sin chocolate y por los chicles.

Hay que apostarle a los dulces premium.

Condiciones de Factores

PTP: Programa de transformación productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

Sectores de Apoyo



INDICADORES FINANCIEROS

Millones (COP)	2014	2013
Indicadores		
Tamaño		
Ventas	168.952	150.548
Activos	159.734	163.276
Utilidad	735	45
Patrimonio	60714	62077
Crecimiento		
Crecimiento en Ventas %	12,22%	-14,88%
Crecimiento / Disminución en Activos	-2,17%	3,77%
Crecimiento / Disminución en Utilidad Neta	1547,40%	-98,04%
Crecimiento (Disminución) del Patrimonio	-2,20%	-1,83%
Rentabilidad		
Utilidad Neta / Ventas	0,44%	0,03%
Rentabilidad de Activos	0,46%	0,03%
Utilidad Neta / Patrimonio	1,21%	0,07%
Utilidad Operacional / Ventas	2,99%	4,30%
Endeudamiento		
Endeudamiento	61,99%	61,98%
Apalancamiento	163,09%	163,02%
Pasivo Total / Ventas	58,61%	67,02%
Pasivo Corriente / Pasivo Total	50,34%	48,43%
Eficiencia		
Rotación de Cobro	62	57
Rotación de Inventario	80	103
Rotación de Proveedores	51	41
Ciclo Operativo	141	159
Liquidez		
Ratio Corriente	1,38	1,29
Prueba Acida	0,8	0,68
Capital de Trabajo	18740	14437
Otros		
Utilidad Bruta	24,13%	29,89%
Otros Ingresos/Utilidad Neta	229,80	3373,39

OPORTUNIDADES DE MERCADO

VARIABLE	CANADÁ	P	C	R	ALEMANIA	P	C	R	AUSTRALIA	P	C	R	HONG KONG	P	C	R
Importaciones USD	382.858 (miles de USD)	5,75%	4	0,23	717.428 (miles de USD)	5,75%	5	0,29	192.191 (miles de USD)	5,75%	2	0,12	193.713 (miles de USD)	5,75%	2	0,12
Crecimiento de las importaciones %	4%	5,75%	4	0,23	9%	5,75%	5	0,29	-5%	5,75%	1	0,06	3%	5,75%	2	0,12
Concentración de las importaciones (ppal proveedor) %	3,8%	5,58%	3	0,17	7,1%	5,58%	5	0,28	1,9%	5,58%	2	0,11	1,8%	5,58%	2	0,11
Importaciones per capita USD	7,369	5,56%	4	0,22	15,506	5,56%	5	0,28	2,849	5,56%	2	0,11	5,081	5,56%	3	0,17
Exportaciones Colombianas USD	1.618 (miles de USD)	5,56%	5	0,28	120 (miles de USD)	5,56%	3	0,17	43 (miles de USD)	5,56%	2	0,11	-	5,56%	1	0,06
Crecimiento de las exportaciones colombianas %	6,0%	5,56%	3	0,17	-	5,56%	1	0,06	-	5,56%	1	0,06	-	5,56%	1	0,06
Arancel General vs Arancel Preferencial Col	3,3% vs 0%	5,60%	5	0,28	5,5% vs 0%	5,60%	5	0,28	3,3% vs 5%	5,60%	2	0,11	0,0%	5,60%	5	0,28
Impuestos adicionales	IVA: 0%	5,56%	5	0,28	IVA: 0%	5,56%	5	0,28	IVA: 5%	5,56%	3	0,17	IVA: 0%	5,56%	5	0,28
Restricciones técnicas	El mercado canadiense establece restricciones al acceso de ciertos productos en sus fronteras como: textiles y prendas de vestir, productos agrícolas, productos de acero, armas y municiones; los cuales requieren permisos para su debida legalización, es importante que antes de enviar sus productos, consulten la lista de control de importación, allí encontrará la información sobre los productos que tienen restricciones. El importador deberá obtener una licencia para la importación ante la Oficina de Control de Exportación e Importación del Ministerio de Asuntos Exteriores Y Comercio Internacional de Canadá.	5,70%	3	0,17	Seguridad de los productos - Suministrar productos que cumplan con los requisitos generales de seguridad informar a los consumidores sobre los riesgos que puede suponer un producto y las precauciones que se deben tomar - Notificar a las autoridades nacionales pertinentes si descubren que un producto es peligroso y cooperar con ellas en las medidas que se adopten para proteger a los consumidores. Normalización técnica - Requisitos esenciales de salud y seguridad, aplicables a sectores o familias de productos, que los productos deben cumplir para poder ser comercializados en el mercado de la UE (como salud, seguridad, protección de los consumidores y protección medioambiental) - Especificaciones técnicas de productos específicos recogidas en normas armonizadas (voluntario), se entiende que los productos que se fabrican siguiendo estas normas cumplen los requisitos esenciales correspondientes	5,70%	4	0,23	Australia aplica la norma NIMF-1 desde enero de 2006. Esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca.	5,70%	4	0,23	Hong Kong, como Región Administrativa Especial de China aplica la norma NIMF-15 desde el 1 de enero de 2006. Esta medida reduce el riesgo de dispersión de plagas relacionadas con el embalaje de madera, la medida recae en: Pallets, Estibas, Bloques, Cajas y demás empaques y embalajes de madera. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca.	5,70%	4	0,23
Medio de transporte	Aeropuertos: 1467 Puertos y terminales: 11	5,65%	5	0,28	Aeropuertos: 539 Puertos y terminales: 10	5,65%	4	0,23	Aeropuertos: 480 Puertos y terminales: 17	5,65%	3	0,17	Aeropuertos: 2 Puertos y terminales: 1	5,65%	1	0,06
Frecuencias	Semanal	5,56%	5	0,28	Semanal	5,56%	5	0,28	Semanal	5,56%	5	0,28	Semanal	5,56%	5	0,28
Tarifas USD	975 BAF y 1250 BAF	5,56%	3	0,17	750 BAF y 1530 BAF	5,56%	4	0,22	150 BAF, 300 BAF, 1000 BAF, 1200 BAF	5,56%	4	0,22	75 BAF, 100 BAF, 150 BAF, 273 BAF, 450 BAF, 750 BAF y 1300 BAF	5,56%	5	0,28
PIB (US\$ millones)	1,827 billones	5,56%	5	0,28	3,73 billones	5,56%	5	0,28	1,56 billones	5,56%	4	0,22	274 miles de millones	5,56%	2	0,11
PIB per capita (US\$)	51.958,38	5,41%	4	0,22	46.268,64	5,41%	4	0,22	67.458,36	5,41%	5	0,27	38.123,52	5,41%	3	0,16
Inflación	1,90%	5,60%	3	0,17	0,90%	5,60%	3	0,17	2,50%	5,60%	3	0,17	4,40%	5,60%	4	0,22
Devaluación	0,80%	5,56%	4	0,22	-1,30%	5,56%	3	0,17	1,40%	5,56%	4	0,22	0,30%	5,56%	3	0,17
Sistema de gobierno	Monarquía constitucional y una democracia parlamentaria	5,15%	3	0,15	Sistema parlamentario	5,15%	3	0,15	Democracia representativa con un gobierno parlamentario	5,15%	3	0,15	Sistema capitalista	5,15%	4	0,21
Riesgo de no pago	AAA	5,56%	5	0,28	AAA	5,56%	5	0,28	AAA	5,56%	5	0,28	AA+	5,56%	5	0,28
TOTAL		100%		4,07		100%		4,13		100%		3,05		100%		3,17

MERCADO OBJETIVO

ALEMANIA

- Tiene gran crecimiento en las exportaciones del producto
- Sus importaciones per capita son las más elevadas (Respecto al resto)
- Cuenta con una logística superior

Es una economía consolidada, con bajos niveles de inflación



ANÁLISIS DEL MERCADO OBJETIVO

El consumo per cápita per cápita de los productos del sector del dulce se ha situado en Alemania en el año 2013 en 32,57 kg por un valor de 115,67 Euros

La confitería de chocolate es el grupo de productos que acumula un mayor consumo. En concreto el consumidor alemán consumió 10,10 kilos de estos por un valor monetario de 49,66 euros.

CONDICIONES DE ACCESO

Documentación requerida para la entrada del producto: Documento de importación

Documento de transporte

Factura comercial: Enviar una copia redactada en Inglés y en Alemán

Lista de empaque

Certificado de origen: Para identificar de dónde proviene la mercancía y así verificar los acuerdos comerciales con dicho país.

Declaración andina de valor

Certificado fitosanitario – Instituto Colombiano Agropecuario: Se necesita para el trámite de embarque y desembarque de la mercancía.

Documento Único Administrativo (DUA): Es necesario para la aduana de salida.

COMPETIDORES

Ritter Sport:

Ritter Sport es una marca de chocolate de Alemania.

Toffifee:

Toffifee es un dulce muy popular en Alemania. Es de la marca Augustus Storck. Consiste de 37% de una crema de nuez y praliné, 12% de chocolate y 41% de caramelo. También contiene una pepita de avellana.

Werthers Original:

Werther's Original son caramelos de nata con sabor de caramelo. Son muy famosos y parte de la empresa Augustus Storck.

Milka:

Milka es una marca de chocolate de la empresa Kraft Foods. No es una marca alemana. Viene de la Suiza.

Kinder Schokolade:

Kinder es una marca y línea de productos italiana. Es parte de la empresa italiana Ferrero.

ESTRATEGIA DE INMERSIÓN

Segmentación:

- Nuestro producto está dirigido a personas entre 25 y 50 años, quienes desean consumir un snack diferente a la hora de compartir con sus amigos.

Localización del consumidor:

- Nuestro mercado objetivo está localizado en Berlin (Alemania Oriental), debido a que presenta características favorables para el producto.

Nuestro producto será distribuido en supermercados pequeños, ya que nuestros clientes prefieren comprar este tipo de productos en un almacén más pequeño, el cual se ubique cerca de sus residencias.

ANÁLISIS DE PRODUCTOS

Ventajas del producto en el mercado:

Creciente consumo dulces en Alemania

Interés por la gastronomía Colombiana, especialmente alimentos que contienen café

Disponibilidad de información comercial

Desventajas del producto en el mercado:

Producción dispersa, debido a los cambios climáticos

Falta de políticas agrarias

Competencia de las compañías Alemanas

ANÁLISIS DE FACTORES COMPETITIVOS

FORTALEZAS: La diversidad de productos que se ofrecen en el mercado, moderna red de distribución y experiencia, alta tecnología que garantiza que los productos se mantengan bajo control y amplia publicidad en diferentes medios

DEBILIDADES: Inconvenientes en cuanto a la distribución del producto en algunas zonas del país debido al poco conocimiento de las carreteras, poco reconocimiento de marca al existir producto como el coffee delight, el más conocido en el mercado.

AMENAZAS: Competencia a nivel nacional e internacional, nuevos productos similares en el mercado, la varianza en las tasas de cambio y las barreras de entrada

OPORTUNIDADES: La demanda que ejercen los consumidores sobre los productos, la expansión de nuevos mercados, la trayectoria y la experiencia, la calidad de sus productos, sus productos cumplen con las especificaciones técnicas establecidas por las normas nacionales, ampliar sus redes de distribución y expandir la marca a nuevos mercados

CADENA DE VALOR

INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA

Existe un sistema de gestión integral de alimentos, donde se encuentra la gestión del conocimiento, la gestión de los clientes y consumidores, la responsabilidad social y la competitividad, para así obtener un desempeño y un valor superior, con miras a continuar el proceso de innovación y aprendizaje para la satisfacción de los grupos de interés y a su vez para tener una organización económicamente socialmente sana.

ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

1400 colaboradores en Colombia, 150 en mercados internacionales

DESARROLLO TECNOLÓGICO

Existe una unidad de investigación del consumidor: 25 desarrollos de producto en promedio al año, 6 lanzamientos promedio al año, 30% de las ventas generadas son por innovaciones, desarrollo de conceptos exitosos en 4 de los sentidos: vista, gusto, tacto y olfato, nuevos empaques y presentaciones.

APROVISIONAMIENTO

Para el aprovisionamiento se encuentra un pensamiento organizacional que abarca la gestión de procesos, la formulación estratégica, el desarrollo del talento humano, planeación estratégica, lineamientos estratégicos, entre otros.

CADENA DE VALOR

LOGÍSTICA DE ENTRADA	OPERACIÓN	LOGÍSTICA DE SALIDA	COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS	SERVICIOS
30 productos en el mercado, 120 referencias de productos y 10 marcas líderes.	Todas las líneas de producción de Súper de alimentos se realizan bajo economías a escala, lo que hace que se generen notablemente la reducción de costos.	Los productos se dividen en tres comunidades de innovación, donde se encuentran: Lúdica y diversión, seguridad y vida sana, status y tradición.	Videos en youtube, propagandas en televisión, fotos en Facebook e Instagram.	Súper de Alimentos maneja el top of mind y el top of heart. Para generar recordación espontánea, un vínculo emocional y convertirse en amantes de las marcas.

MATRIZ DE COSTEO

DESCRIPCIÓN	COP TOTAL	COP UNIDAD	USD TOTAL	USD UNIDAD
PV PRODUCTO	\$ 29.030.400,00	\$ 28.800,00	USD 8.781,13	USD 8,71
EMBALAJE	\$ 145.152,00	\$ 144,00	USD 43,91	USD 0,04
PRECIO EXW EN FABRICA	\$ 29.175.552,00	\$ 28.944,00	USD 8.825,03	USD 8,75
FLETE INTERNO DE CALI A CARTAGENA	\$ 133.706,00	\$ 132,64	USD 40,44	USD 0,04
SEGURO INTERNO	\$ 189.641,09	\$ 188,14	USD 57,36	USD 0,06
TRANSPORTE INTERNO	\$ 323.347,09	\$ 320,78	USD 97,81	USD 0,10
GASTOS AGENTE CARGA INTERNACIONAL	\$ 120.000,00	\$ 119,05	USD 36,30	USD 0,04
CARGUE CONTENEDOR - 20ft	\$ 302.114,43	\$ 299,72	USD 91,38	USD 0,09
BILL OF LANDING	\$ 40.000,00	\$ 39,68	USD 12,10	USD 0,01
DOC. FEE	\$ 30.000,00	\$ 29,76	USD 9,07	USD 0,01
GASTOS DE EXPORTACIÓN	\$ 492.114,43	\$ 488,21	USD 148,85	USD 0,15
FOB CARTAGENA	\$ 29.991.013,52	\$ 29.752,99	USD 9.071,69	USD 9,00
FLETE INTERNACIONAL	\$ 1.578.921,12	\$ 1.566,39	USD 477,59	USD 0,47
PRECIO CFR	\$ 31.569.934,64	\$ 31.319,38	USD 9.549,28	USD 9,47
SEGURO INTERNACIONAL	\$ 209.937,09	\$ 208,27	USD 63,50	USD 0,06
PRECIO CIF	\$ 31.779.871,73	\$ 31.527,65	USD 9.612,79	USD 9,54
DESCARGUE PUERTO DESTINO	\$ 661.200,00	\$ 655,95	USD 200,00	USD 0,20
PRECIO DAT TERMINAL HAMBURGO	\$ 32.441.071,73	\$ 32.183,60	USD 9.812,79	USD 9,73
USO DE INSTALACIONES PORTUARIAS DESTINO	\$ 504.000,00	\$ 500,00	USD 152,45	USD 0,15
BODEGAJE PUERTO (1 DIA)	\$ 593.712,00	\$ 589,00	USD 179,59	USD 0,18
AUTORIZACION ADUANA Y CONTROL TECNICO	\$ 1.653.000,00	\$ 1.639,88	USD 500,00	USD 0,50
TRANSPORTE INTERNO	\$ 3.306.000,00	\$ 3.279,76	USD 1.000,00	USD 0,99
PRECIO DAP	\$ 38.497.783,73	\$ 38.192,25	USD 11.644,82	USD 11,55

La empresa súper de Alimentos se encuentra en un momento importante ya que debido a sus niveles de innovación y sus planeaciones estratégicas han logrado abarcar gran parte del continente americano y se han posicionado en el mercado nacional.

Debido a sus grandes procesos se han encontrado falencias en sus estados financieros pero esto a futuro se ve reflejado en grandes utilidades.

El riesgo de afrontar un mercado como el Alemán es bastante grande, debido a que Alemania es reconocida por sus dulces, pero Café Gurme es especial para distribuirlo en este país ya que es un producto innovador y representa la calidad del café Colombiano.

Para Súper de Alimentos el desarrollo humano integral es la fuente fundamental del desarrollo y el crecimiento de su organización, a su vez el crecimiento de los colaboradores, su talento, compromiso y pasión hacen que la empresa cada vez más obtenga un desempeño superior.

El consumidor es la razón principal y la fuente de inspiración de la empresa, por tanto busca tener consumidores vitales, abiertos, apasionados, alegres, flexibles, con espíritu joven.

CONCLUSIONES