

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE BARRAS
DE MANÍ SACHA INCHI (PLUKENETIA VOLUBILIS) Y MIEL, PRODUCIDAS
POR RED DE PRODUCTORES AGROECOLÓGICOS DEL PUTUMAYO AL
MERCADO SUECO

PROYECTO DE GRADO

NOTA: 3.0 PTS

PRESENTADO POR:

DAVID GASSAN MATALLANA Código:1711023485

LUDY PATRICIA BERNAL MORENO Código:1621024537

Asesorado por: María Gabriela Ramos Barrera

PROGRAMA: NEGOCIOS INTERNACIONALES

POLITECNICO GRANCOLOMBIANO

2019

Resumen

El plan de negocios, es un documento que sintetiza los recursos, las estrategias, los actores y los resultados esperados de cualquier negocio, el presente trabajo pretende abordar la formulación de una propuesta de plan de negocios para la exportación de barras de maní sachá inchi (*plukenetia volubilis*) y miel, producidas por red de productores agroecológicos del putumayo al mercado sueco, buscando con esto generar estrategias desde la sociedad civil que ayuden a la superación de la pobreza y al fortalecimiento de la paz en el territorio nacional colombiano.

Este documento entonces servirá como referencia para futuros trabajos en el campo de los negocios, que aborden propuestas con sentido social y que propendan por el mejoramiento de la calidad de vida de los stakeholders, se seguirá la metodología de Montoya, L, Portilla, L, & Acevedo, C (2008), de igual forma se tomara en cuenta los aportes de DeThomas. A, Gresing, L (2001) y, Hernandez, J. Artunduaga, G. (2009), a su vez esta investigación se realizara en dos partes la primera una fase explorativa y la segunda una fase cuantitativa, con esto se buscara encontrar los mejores destinos del mercado europeo para incursionar con barras energéticas agroecológicas, para concluir con un análisis financiero que muestre la viabilidad del proyecto permitiéndole ser atractivo para futuros inversionistas.

Palabras clave

Plan de negocio, Mercado Europeo, Agroecología, Sentido Social, Exportación

Abstract

The business plan, is a document that synthesizes the resources, strategies, actors and expected results of any business, this paper aims to address the formulation of a business plan proposal for the export of mani sacha inchi bars (*plukenetia volubilis*) and honey, produced by a network of agroecological producers from Putumayo to the European market, seeking to generate strategies from civil society that help to overcome poverty and strengthen peace in the Colombian national territory.

This document will then serve as a reference for future work in the field of business, which deals with proposals with social meaning and that promotes the improvement of the quality of life of the stakeholders, the methodology of Montoya, L, Portilla, L, will be followed. & Acevedo, C (2008), the contributions of DeThomas will also be taken into account. A, Gresing, L (2001) and, Hernandez, J. Artunduaga, G. (2009), in turn this research will be carried out in two parts the first an exploratory phase and the second a quantitative phase, with this it will be sought to find the best destinations in the European market to enter with agroecological energy bars, to conclude with a financial analysis that shows the viability of the project allowing it to be attractive to future investors.

Keywords

Business plan, European Market, Agroecology, Social Sense, Export

Tabla de Contenidos

iv

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
OBJETIVOS	3
Objetivo General	3
Objetivos específicos	3
PLAN DE NEGOCIOS.....	4
Generalidades del producto.....	4
Condiciones Nutricionales	5
ANÁLISIS DOFA DE BARRAS DE MANÍ SACHA INCHI	6
MARCO TEORICO.....	8
MARCO METODOLÓGICO.....	10
Tipos de investigación	10
Población y muestra.....	10
Diagnostico	¡Error! Marcador no definido.
REQUISITOS AMBIENTALES DEL PROYECTO	12
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	13
OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	13
METODOLOGÍA	13
VALOR AGREGADO PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN	21
PRODUCTO	21
CONCLUSIONES	25
LISTA DE REFERENCIAS	26
ANEXOS	29

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El proceso de paz entre el gobierno Colombiano y la guerrilla de las FARC (Fuerza Armada revolucionarias de Colombia), que obtuvo como resultado la firma del acuerdo de paz el 24 de noviembre de 2016, y cuyos compromisos incluyen estrategias para el fin del conflicto, a través de estrategias en términos de políticas de desarrollo agrario, solución para el problema de drogas ilícitas, participación política, reparación a víctimas y participación política, y cuya implementación y ejecución está en cabeza del estado, ha generado retos no solo al aparato institucional si no que ha creado escenarios que la sociedad civil debe aprovechar y dinamizar.

En este sentido y siendo uno de los ejes principales del acuerdo la solución para el problema de drogas ilícitas, se establecen como estrategias para la erradicación de cultivos ilícitos el uso de métodos manuales y sustitución de cultivos, para esto se establece el programa nacional de sustitución de cultivos ilícitos (PNIS), en el marco de las acciones de los actores políticos regionales se destaca el accionar de las organizaciones campesinas del Putumayo, quienes movidos por una historia marcada por la guerra han decidido aportar a la paz del país con la sustitución de cultivos de coca por cultivos de Sacha Inchi, este es un fruto amazónico con altos contenidos grasos, proteína y aceites esenciales lo que lo convierte en lo que se conoce como un súper alimento. Y debido a que la tasa de rentabilidad ofrecida puede competir con la tasa de rentabilidad ofrecida por el cultivo de hectárea de hoja de coca está siendo usado para la sustitución de cultivos.

Sin embargo, es necesario generar mecanismos efectivos de comercialización que correspondan y den respuesta a los retos generados en el acuerdo de paz, y que a su vez resulten beneficiosos para los campesinos cultivadores y demás stakeholders. Por otro lado se observa como el mercado de productos agroecológicos procesados destinados a la alimentación humana es una ola creciente en países europeos, esta ha tomado fuerza en los últimos años, esto plantea una oportunidad de negocio para la creación de valor agregado y permite darle sentido a la presente investigación, dado que esta busca generar una propuesta de plan de negocio para la exportación de barras de cereal de sachá inchi con miel, producidos por una red de productores agroecológicos del Putumayo, de forma tal que sea esta una oportunidad para el desarrollo social y sirva como referente para la mejora de la calidad de vida de los campesinos colombianos, dando nuevo valor al mismo y aportando a la paz del país.

Para el cumplimiento de dicho objetivo se seguirá las metodologías propuestas por Montoya, L, Portilla, L, & Acevedo, C (2008) , esta consiste en desarrollar el plan de negocios en ocho pasos estos son: presentación de Resumen ejecutivo, Alineación Estratégica del Negocio, Identificación de Producto, Análisis de Mercado y Competencia, Cronograma de Implementación y Planeación Financiera, así pues esta investigación se enmarca en la siguiente pregunta de investigación

¿Cómo crear un plan de negocios para la exportación de barras de maní sachá inchi (*Plukenetia volubilis*) y miel, producidas por red de productores agroecológicos del putumayo al mercado europeo?

OBJETIVOS

Objetivo General

Proponer un plan de negocios para la exportación de barras de maní sachá inchi (*plukenetia volubilis*) y miel, producidas por red de productores agroecológicos del putumayo al mercado sueco.

Objetivos específicos

Definir un estudio administrativo con el propósito de generar un plan estratégico de negocios.

Realizar un estudio de mercado, analizando fuentes secundarias de información para esbozar un plan de mercadeo para el proceso de exportación de barras de maní sachá inchi al mercado europeo.

Efectuar evaluación financiera y social del proyecto determinando la viabilidad del mismo.

PLAN DE NEGOCIOS

Generalidades del producto

El producto a comercializar son barras de maní sachá inchi y miel cultivadas por organizaciones campesinas del putumayo, estas a su vez se encuentran articuladas con el gobierno departamental a través de la mesa técnica sobre sachá inchi departamental Agronet (2019) y la asociación de apicultores de putumayo Ica (2018), es importante resaltar que el proceso de comercialización consolida acciones desde la sociedad civil para el fortalecimiento de la paz en el territorio nacional, siendo esta última la propuesta de valor del producto sumado a las condiciones nutricionales que más adelante se evidenciarán.

El sachá inchi es una planta perenne cuyos frutos alcanzan su completo desarrollo a los cuatro meses desde la floración de la planta, siendo su periodo de cosecha de 8 meses aproximadamente con producción continua afirma Chirinos, O (2009), Castaño, D. (2012) señala que el sachá inchi es una fuente significativa de aceites y oligoelementos compitiendo con los aportados por el aceite de oliva, con efectos antioxidantes evitando el daño oxidativo de las macromoléculas.

La miel por su parte es creada por abejas nativas, generando a través de buenas prácticas apícolas productos inocuos y de buena calidad Minagricultura (2013), este proceso productivo se ha fortalecido por las apuestas de comunidades de Mocoa, Puerto Guzman, Puerto Asis y Villagarzon Dinero (2019), la miel es una sustancia natural cuyo uso remonta a los antiguos egipcios, asirios, chinos y romanos, como un poderoso antiséptico, Ulloa, J (2010) señala que el consumo de miel ha incrementado

considerablemente en los últimos años, debido a las propiedades físico químicas de esta, sin embargo su inserción en el mercado europeo esta mediado por el cumplimiento de requisitos fitosanitarios, dado que es necesario un producto de calidad certificada.

Condiciones Nutricionales

La almendra de sasha inchi es una semilla que se caracteriza por su alto contenido de grasas y proteínas como se observa en la Tabla 1, el nivel de grasas alcanza el 51.23%, según Hamaker. (1992) esta es una de las semillas que posee mayores niveles de ácidos grasos omega 3 y 6, siendo estos aproximadamente 48.6% de la parte consumible

Tabla 1: Valor Nutricional de Almendra De Mani Sacha Inchi, por cada 100gr de parte consumible.

Componentes	Contenido promedio
Proteínas	28.92 g
Grasas	51.23 g
Carbohidratos	6.32 g
Fibra	5.08 g
Cenizas	2.54 g
Húmeda	5.91 g

Nota: Recuperado en línea de oficina comercial de Perú en Taipéi

Tabla 2: Características comparativas de semillas oleaginosas (valores aproximados)

Nutrientes	Sacha inchi	Oliva	Soya	Lino	Canola	Maní	Girasol
Proteínas	33	1,6	28	26	21	23	24
Aceite total	54	22	19	35	49	45	48
Palmítico saturado	3,85	13	10,7	6,3	4	12	7,5
Esteárico saturado	2,54	3	3,3	2,5	2	2,2	5,3
Total de saturados	6	16	14	8,8	6	14	13
Oleico mono insaturado	8,28	71	22,3	19	56	43,3	29,3
Linoleico omega 6	36,8	10	54,5	14	15	36,8	57,9
Linoleico omega 3	48,6	1	8,3	58	10	0	0

Ácidos grasos esenciales	84,86	11	62,8	0	48,55	36	57,9
Total de insaturados	93,6	83	85,1	91	92,6	80,1	87,72

Nota: Recuperado de Ochirinos, O (2009), p.25

En el mismo sentido y como se observa en la Tabla 2, el sachá inchi es una semilla oleaginosa que en contraste con otras posee mayores niveles de ácidos grasos insaturados, lo que lo convierte en una fuente importante de estos, estas características nutricionales permiten entender las posibilidades de comercialización del producto y su inserción en el mercado sueco.

ANÁLISIS DOFA DE BARRAS DE MANÍ SACHA INCHI

En la tabla 3 se presenta el análisis DOFA, para el producto objeto de la presente investigación, en este se identifican y se describen las debilidades, oportunidades fortalezas y amenazas que tiene el producto.

Tabla 3: Matriz DOFA Para Barras de Mani Sacha Inchi y Miel

Fortalezas.	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. la propuesta es innovadora, es un producto socialmente responsable, dado que impacta positivamente a los stakeholders. 2. el uso de materias primas de origen campesino y agroecológico, van alineadas con el reglamento de la unión europea sobre producción orgánica Europar (2018) 3. la propuesta reúne organizaciones campesinas de base, fortaleciendo las relaciones institucionales y mejorando las condiciones laborales de los campesinos. 4. la propuesta se enfoca en la 	<ol style="list-style-type: none"> 1. la inserción de nuevos productos al mercado europeo se ve mediado por el cumplimiento de altos estándares de producción. 2. la capacidad de articulación institucional depende plenamente de la intención de los campesinos. 3. la producción nacional de sachá inchi es un mercado naciente, puede existir desinterés por parte de los campesinos en su producción. 4. se requiere voluntad inversora para la puesta en marcha del proyecto. 5. los mercados son heterogéneos y difíciles de pronosticar.

<p>innovación de productos, a través del uso de materias primas acordes a los requerimientos nutricionales de la población en general.</p> <p>5. las materias primas provienen de la misma zona geográfica, permitiendo así minimizar costos de transporte y permitiendo generar mayores impactos en la comunidad.</p>	<p>6. no se cuenta con certificaciones de origen de las materias primas.</p>
<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. el mercado europeo ha venido formalizando el consumo de productos orgánicos y agroecológicos, alineados a una legislación fuerte que busca cambios en los consumos y que permite la inserción de nuevos productos. 2. el mercado europeo muestra mayor empatía hacia empresas y productos socialmente responsables. 3. el producto es innovador y posee un alto contenido social. 4. la existencia de tratados comerciales entre Colombia y la Unión Europea facilita el proceso de exportación. 5. existe la posibilidad de ampliar las zonas de producción al Perú, Ecuador, Brasil y Venezuela dada las condiciones similares del suelo y pues que el maní Sacha Inchi es una planta endémica amazónica. 6. la producción de materias primas dadas las condiciones geográficas no es estacional, lo que permite tener producción constante durante todo el año. 7. el producto por su parte dado sus condiciones nutricionales es adecuado para su consumo en cualquier estación. 	<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. falta de interés por las organizaciones campesinas en el proceso exportador. 2. capacidad de producción reducida 3. luchas por el aparato productivo con grupos al margen de la ley. 4. falta de voluntad política para la restitución de cultivos y la erradicación manual. 5. falta de certificaciones internacionales como producción orgánica y/o agroecológica que dificulten el ingreso al mercado europeo. 6. falta de capacidad financiera para la materialización del plan de negocio 7. poca adaptación al cambio por parte de los campesinos, dificultad para el cambio de cultivos. 8. cambios climáticos.

MARCO TEORICO

El proyecto de cultivo de la semilla de Sacha Inchi inició con una misión exploratoria financiada por APC-Colombia en la que delegados de la gobernación de Putumayo realizaron un intercambio de conocimientos con expertos peruanos.

Luego de dicho intercambio y gracias a la cooperación entre Perú y Colombia se tiene prevista la realización de un proyecto de cultivo de sacha inchi que servirá para el proceso de sustitución de cultivos en Putumayo, y que tendría repercusiones positivas en la oferta agrícola y la productividad de esta zona del país.

Conocida como el “maní de los incas”, la semilla de sacha inchi cuenta con diversas propiedades nutricionales gracias a su alto contenido de Omega 3, convirtiéndola en ingrediente indispensable de la dieta de familias enteras. Perú es experto en el cultivo y transformación de dicha semilla, por lo que es un referente mundial para los países que quieran aprender a usarla correctamente.

Por esta razón, la Agencia Presidencial de Cooperación, APC-Colombia apoyó un intercambio de conocimientos dentro de la Cooperación Sur-Sur, y financiará la asistencia de los delegados de la gobernación de Putumayo y de los cultivadores del departamento al país Inca. Así mismo, la **Cancillería de Colombia** actúa en la fase exploratoria de este proyecto como facilitadora y puente primordial entre los dos países.

Las experiencias que se intercambien durante la misión serán fundamentales en los procesos de sustitución de cultivos ilícitos, ya que Putumayo se encuentra en fase de recuperación dentro del posconflicto en todos los ámbitos. Gracias a la cooperación entre

Perú y Colombia se tiene prevista la realización de un proyecto de cultivo de sachá inchi, que a largo plazo tendría repercusiones positivas en la oferta agrícola y la productividad de esta zona del país.

Beneficios

Cada vez más crece una tendencia por alimentarnos mejor y con productos naturales, lo que está impulsando la producción y el cultivo de plantas como el **Sachá Inchi**, cuya nuez es muy apetecida por sus buenas características nutricionales.

De acuerdo a **Juan Sebastián Galindo Gaitán, un administrador de empresas que hoy es cultivador de esta planta** en el municipio de **Sasaima**, en el departamento de **Cundinamarca**.

Sachá Inchi es una planta amazónica que se ha adaptado de manera positiva para su cultivo en otras zonas del país como los **Llanos Orientales, Antioquia, Chocó** o **Cundinamarca**. En este último departamento hay proyectos de producción en **Silvania, Fusagasugá, Madrid, La Peña** o **Anolaima**. Su producción también es importante en **Perú**, donde hay interesantes cadenas productivas, además de **Ecuador** y algunas zonas de **Bolivia**.

Según el productor, “**es una planta revelación**. Tiene un **contenido increíble de proteínas**: un 30 a 35% de proteínas de alta digestibilidad en nuez tostada. Se trata de una nuez en la que también se va a encontrar 90% de grasas no saturadas y antioxidantes como **Omega 3, 6 y 9**. Además, tiene **vitamina A y E**. Con ese contenido nutricional se ha utilizado como insumo para múltiples productos en la **industria farmacéutica y cosmética**. En la parte medicinal, es **útil para reducir el colesterol**”.

Galindo explicó que para su producción se requiere **una buena selección de semillas y preparación del suelo**, además de una adecuada distribución en cuanto a la densidad de siembra porque necesita espacio para su desarrollo.

Para el cultivador, **Sacha Inchi es un producto con muchas posibilidades**. Sin embargo, explica que el agricultor tiene que buscarle un valor agregado y la manera de asociarse para ofrecer un producto final, así se convierte en una producción más rentable.

MARCO METODOLÓGICO

Tipos de investigación

La investigación realizada es de tipo exploratorio y descriptivo, ya que con la información obtenida, se determinó las zonas del país donde se produce la semilla de Sacha Inchi para el proyecto de compra y exportación al mercado Europeo. Razón por la cual se dotara de una guía de procedimientos de control interno y de un sistema productivo, logístico y de mercadeo internacional.

Población y muestra

El marco metodológico del estudio, se basó en la revisión de la información bibliográfica disponible sobre el cultivo y en el trabajo de campo, que consistió en investigar y seguir a los Productores más representativos de algunas zonas como los **Llanos Orientales, Antioquia, Chocó o Cundinamarca**.

Diagnóstico

En Colombia se está impulsando el cultivo de semilla de Sacha Inchi traída desde Perú, esto debido a los beneficios que trae al consumidor (factores nutricionales y proteínicos entre otros). Razón por la cual la producción y comercialización del mismo está en una etapa embrionaria, se están cultivando las semillas en algunas zonas del País, aprendiendo de la experiencia de cultivadores Peruanos.

El aporte de la organización es incentivar la producción y el cultivo al comprar las semillas a un valor más elevado teniendo en cuenta que los recursos internacionales traen un valor agregado a la nación. La organización busca obtener productos eficientes, con un bajo costo y un sistema logístico que permita cumplir los estándares internacionales y más específicamente europeos.

Actualmente se están realizando las investigaciones pre operativas y de capacidad para poder producir las barras energéticas involucrando factores como (activos físicos, logísticos, capacidad humana entre otros) para determinar la financiación que se debe buscar en gran medida con recursos de terceros (bancarios, gubernamentales, inversores calificados).

En la medida que el negocio sea conocido se puede buscar una sinergia con los cultivadores para poder invertir en estos cultivos y también incentivando la cosecha de estas semillas.

REQUISITOS AMBIENTALES DEL PROYECTO

Todos los ambientes de la planta en operación deben cumplir los requisitos ambientales de recirculación, acondicionamiento, espacio adecuado para la función de las respectivas áreas para la circulación de trabajadores, materia prima y productos terminados.

- Estricto cumplimiento de normas de seguridad para el personal asignado, especialmente las referidas a la eliminación de desechos sólidos y líquidos generados.
- Los desechos sólidos deberán ser botados a un relleno sanitario.
- Los residuos líquidos serán derivados a la planta de tratamiento de efluentes.
- En la etapa pre operativo se debe evitar polvaceras y elementos particulados en el ambiente del establecimiento, ocasionados por el acarreo del material de desmonte.
- Eliminación total de escombros en la etapa de término de obra y excedentes de materiales de construcción

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

En esta sección se busca recolectar información para analizar las condiciones del mercado con el propósito de validar estrategias, potenciales clientes y en general la viabilidad de la propuesta de exportación, es por eso que se ha planteado la posibilidad de realizar la exportación de las barras de maní sachá inchi al mercado sueco, ya que es un país con déficit en productos agrícolas, lo cual quiere decir que gran parte de su producción vegetal debe ser importada de países productores fuertes en el área agropecuaria.

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Establecer mercado objetivo de exportación, brinda una noción de la oferta y la demanda en el mercado sueco.

METODOLOGÍA

La investigación de mercado que se desarrolla a continuación posee dos etapas una primera exploratoria que da cuenta de la situación actual del mercado, en esta se desarrollaran las herramientas cualitativas y cuantitativas que den cuenta de la situación de la oferta y demanda para el mercado de interés, la segunda pretende esbozar un plan de mercadeo acorde a lo evidenciado en la fase anterior.

Análisis de posicionamiento en el mercado nacional e internacional

Movilidad de Factores Inversión

Posicionamiento

El **posicionamiento**, es una estrategia comercial que pretende conseguir que un producto ocupe un lugar distintivo, relativo a la competencia, en la mente del consumidor. Se entiende el concepto de “producto” de forma amplia: puede tratarse de un elemento físico, en nuestro caso que vamos a exportar barras de sachá inchi debemos buscar una recordación en nuestros clientes, de allí que el posicionamiento hoy se encuentre estrechamente vinculado al concepto rector de propuesta de valor, que considera el diseño integral de la oferta, a fin de hacer la demanda sostenible en horizontes de tiempo más amplios.

Factores claves

Destacar

Es necesario que el producto sobre salga a nivel internacional y pueda ser reconocido fácilmente por el consumidor, por lo cual nuestro producto está enfocado en la innovación de la barra energética con estas semillas que son tan apreciadas en Europa.

Comunicar

La comunicación es quizás una de las partes más importantes al dar a conocer un nuevo producto. En nuestro caso vamos a tener una comunicación indirecta con el cliente apoyándonos digitalmente. Por lo cual se van a usar los siguientes elementos.

- A) Páginas Web, la cual debe ser acoplada en idioma sueco e inglés, ya que este último prima como idioma universal.
- B) Dominio: se debe usar un subdominio terminando en Sueco ya que la percepción del cliente es que tiene más familiaridad con los productos de la compañía.
- C) Respeto marca comercial: Podemos buscar una asociación con grandes superficies o empresarios, pero vamos a tener como filosofía el respeto por la marca.

Atraer

Vamos a tener elementos que nos permitan atraer más clientes como lo son:

- 1) Producto único, tanto en la hechura como también en los materiales propuestos.
- 2) Diseños Web: Este deber ser muy creativo y diferenciador, impactar es el objetivo ya que Suecia es un país con muchos lectores de revistas y periódicos. Cerca de 70% de la población adulta del país leen al menos un periódico al día, lo que convierte a Suecia en uno de los líderes mundiales en consumo de prensa.
- 3) Tal vez pensar en muchas animaciones, vídeos, colores llamativos, etc.

- 4) Impactar con diseño no es saturar al usuario con un montón de elementos, esto lo único que hará es despistarlo y que no siga la llamada a la acción, el objetivo principal de la web, cautivar.

Punto de compra

Vamos a buscar un empresario independiente o una persona jurídica que tenga la capacidad de introducir nuestro producto y distribuirlo en los almacenes de cadena y tiendas especializadas en Suecia.

Sostenibilidad

El desempeño del producto en el mercado va a depender mucho de la calidad de este y el gusto que el consumidor le encuentre, al igual que la lealtad hacia la marca, por lo cual se debe garantizar un sistema de mercadeo y comunicación con nuestros clientes, en los cuales se innove en los sabores y presentación del producto.

TLC con la unión Europea

El Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea constituye un paso significativo para alcanzar una mayor internacionalización de la economía colombiana, requisito fundamental para lograr un mayor crecimiento económico. La importancia del TLC con

la Unión Europea para Colombia no es sólo económica. En lo corrido de este siglo las relaciones internacionales de Colombia vivieron un proceso de transformación respecto a lo que había sido la tradición de la política exterior colombiana durante varias décadas. Ese viraje de las relaciones internacionales tuvo tres rasgos , Julio de 2011, Colombia y el TLC con la Unión Europea característicos: el gran impacto sobre la política internacional de la agenda doméstica (dominada por la lucha del Estado contra los actores ilegales), la priorización de la seguridad como tema dominante en las relaciones externas del país, y la concentración relativa de los vínculos internacionales con Estados Unidos, en detrimento de las relaciones con otros actores importantes del escenario global.

SUECIA

Suecia es un país relativamente pequeño cuenta con una de las mejores economías del mundo visto desde el punto de su alto desarrollo en tecnologías de vanguardia, sin embargo, un análisis económico de este país en 2016, indica que el sector agrícola representa menos del 1% de su producto interno bruto, este índice denota carencia en sus producciones emanadas de las actividades que tienen origen vegetal y que de ésta se pueda obtener materia prima que será o no elaborada dentro de un determinado tiempo. Gracias a esto se puede deducir que al no tener producción nacional necesita realizar labores de importación de aquellos productos, asimismo cabe resaltar el alto poder adquisitivo del país en mención; Colombia por su parte es un país altamente agrícola y agropecuario, debido a la gran capacidad de producción de nuestro país, actualmente, el país cuenta con una red de carreteras de 572.900 kilómetros, de los cuales 1.855

corresponde a autopistas, lo que convierte a Suecia en el cuarto país europeo en extensión de la red vial. La infraestructura terrestre se complementa con un sistema ferroviario compuesto por 11.633 kilómetros de vías, prácticamente todas de propiedad privada de éstas el 65,4% están electrificadas, en términos de vías fluviales, Suecia cuenta con 2.052 km de vías navegables, la estructura de transporte por este medio se soporta en el uso de canales, entre los cuales se destaca el canal de Göta, que conecta la costa oriental y occidental de Suecia usando 58 esclusas y 47 puentes y el Canal Dalsland, que conecta un sistema de 240 km de vías navegables que conectan parte del territorio sueco.

Tomando como base la infraestructura de transporte del país, las relaciones comerciales se desarrollan con países cercanos a los puntos de acceso comercial. Dichas relaciones se basan en la exportación de vehículos a motor, productos a base de papel, pulpa o madera y algunos químicos, y en la importación de maquinaria, derivados del petróleo, vehículos a motor, hierro y acero, resinas y ropa.

Los factores que mencionan previamente ¿cómo pueden incidir sobre la internacionalización?

Mercadeo internacional

La exportación indirecta, Estrategia de penetración en un mercado exterior que consiste en que el exportador vende sus productos en un mercado exterior a través de intermediarios. De esta forma su implicación y también el costo de la actividad de exportación es menor que en la exportación directa, si bien los márgenes comerciales que se obtienen son menores. Entre las formas de exportación indirecta más utilizadas están

los usos de importadores y distribuidores, agentes comerciales y representantes, así como compañías de trading, sin embargo, se mantienen las siguientes políticas corporativas:

- 1) Logo publicitario, que se incluye en cualquier comunicación de la organización.
- 2) Página web que incluirá desarrollos un menú en inglés, donde se cuenta sobre los beneficios, características, componentes y toda la información sobre el producto.
- 3) Se harán pautas en web especializadas y en redes sociales.

Logística de uno de sus productos o servicios para ser enviados al exterior

Transporte Local

Se contempla valor de rodamiento y servicio de transporte local para llevar los insumos de las barras energéticas a Bogotá, se tiene en cuenta que la mercancía se llevara a las instalaciones para su tratamiento, embalaje y pruebas de producción.

Transporte Internacional

Se contemplan los gastos al aeropuerto el dorado, lugar en el cual se exportará las barras energéticas a su lugar de destino, por esta razón no se contemplan gastos de transporte, embalaje y seguros internacionales.



Modalidad	Embalaje y verificación	Carga	Transporte interior (origen)	Formalidades aduana (exportación)	Costes de manipulación (exportación)
Multimodal	Vendedor	Vendedor	Vendedor	Vendedor	Comprador
Transporte principal	Costes de manipulación (importación)	Formalidades aduana (importación)	Transporte interior (destino)	Descarga y recepción	Seguro
Comprador	Comprador	Comprador	Comprador	Comprador	Comprador

INCONTERMS

El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen, que pueden ser los locales de un transitario, una estación ferroviaria... (este lugar convenido para entregar la mercancía suele estar relacionado con los espacios del transportista). Se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido.

VALOR AGREGADO PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN

PRODUCTO

La barra de mani sachá inchi, consta de un relleno de turrón de ajonjolí con una cobertura de miel y maní troceados. Se presenta comercialmente en sobres individuales con etiquetas plastificadas, permitiendo su conservación adecuada, de esta deliciosa y nutritiva mezcla.

¿Cómo incluyen los factores vistos dentro del módulo?

PRECIO

Debido a que se está comprando el producto a nivel nacional y se incurren en gastos de producción y un empaque más detallado, el precio del producto es manejable, se debe tener presente que este tipo de productos se vende en el mercado sueco casi quintuplicando el valor de producción Nacional.

COSTOS ACTIVOS FIJOS						
----------------------	--	--	--	--	--	--

años de depreciación	item	unidades	cantidad	costo/unidad	depreciación anual	total
10	MAQUINA PARA BARRAS DE CE	unidad	1	51.000.000	\$ 5.100.000,00	\$ 51.000.000,
10	MAQUINA EMPAQUE	unidad	1	\$ 25.000.000,00	\$ 2.500.000,00	\$ 25.000.000,
5	EQUIPOS DE OFICINA	bloque	1	\$ 35.000.000,00	\$ 7.000.000,00	\$ 35.000.000,
5	FLOTA TRASPORTE	unidad	1	\$ 100.000.000,00	\$ 20.000.000,00	\$ 100.000.000,

total propiedad \$ 211.000.000,

amort anual	amortizables	unidades	cantidad	costo/unidad	amort/anual	total
10	adaptacion	m2	8500	53000,00	45050000,00	\$ 450.500.000,
5	repotenciacion de equipos	unidades	0	2500000,00	0,00	\$ -

total amortizables \$ 450.500.000,

financiacion

fuentes	monto	part(%)	costo(ea%)	K*(1-T)
socios	269.209.500,00	40%	25%	25,00%
banco	403.814.250,00	60%	17%	11,39%

DISTRIBUCIÓN (PLACE)

La alternativa es crear un sistema de franquicia para aprovechar una estructura existente y el conocimiento del mercado por parte del franquiciado para reducir los costes de penetración en el nuevo país. Las ventajas son las siguientes:

Rapidez del crecimiento, menor necesidad de personal, menor inversión, Reducción de riesgo comercial y financiero, obtención de economías de escala, mejor gestión del punto de venta, menos sistemas de control y mayor involucración en el negocio por parte del franquiciador.

COMUNICACIÓN (PROMOTION)

Se debe crear una estrategia de publicidad y mercadeo que proteja la marca del producto, pero se acople a las costumbres de los compradores internacionales suecos.

Costos de producción y logísticos

CREDITO BANCARIO

MONTO 403814250,00 COPS
TASA 17% %EA
TIEMPO 5 AÑOS
CONDICIONES PAGOS IGUALES ANUALES

ITEM	0	1	2	3	4	5
SALDO INICIAL	\$ 403.814.250	\$ 403.814.250	\$ 346.244.930	\$ 278.888.826	\$ 200.082.184	\$ 107.878.412
INTERES	\$ -	\$ 68.648.423	\$ 58.861.638	\$ 47.411.100	\$ 34.013.971	\$ 18.339.330
PAGO	\$ -	\$ 126.217.742	\$ 126.217.742	\$ 126.217.742	\$ 126.217.742	\$ 126.217.742
ABONO CAPITAL	\$ -	\$ 57.569.920	\$ 67.356.104	\$ 78.806.642	\$ 92.203.771	\$ 107.878.412
SALDO FINAL	\$ 403.814.250	\$ 346.244.930	\$ 278.888.826	\$ 200.082.184	\$ 107.878.412	\$ -

OPERACIÓN

personal (admon y distrib)

SMMV 828116
Sub tporte 97030
dotacion 400000 anual

FACT PREST 0,5
1,1766

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	PRESTACIONES	SUB TRASPORTE	DOTACION	TOTAL MES	TOTAL ANUAL
operario	3,00	828.116,00	414.058,00	114.165,50	33.333,33	1.389.672,83	50.028.221,93
jefe de distribucion	1,00	1.500.000,00	750.000,00	114.165,50	33.333,33	2.397.498,83	28.769.985,98
almacenista	-	950.000,00	475.000,00	114.165,50	33.333,33	1.572.498,83	-
conductor	-	828.116,00	414.058,00	114.165,50	33.333,33	1.389.672,83	-
contador	-	2.500.000,00	1.250.000,00	114.165,50	33.333,33	3.897.498,83	-
secretaria	1,00	800.000,00	400.000,00	114.165,50	33.333,33	1.347.498,83	16.169.985,98
oficios varios	-	828.116,00	414.058,00	114.165,50	33.333,33	1.389.672,83	-
gerente	-	3.000.000,00	1.500.000,00	114.165,50	33.333,33	4.647.498,83	-

total personal distribucion

\$ 94.988.193,88

Ingresos y costos fijos

VENTAS (CALIDAD)						10800					
PRODUCTO			0	1	2	3	4	5			
BARRA ENERGETICA				35000	42000	52500	61950	68145			
				0	0	0	0	0			
				0	0	0	0	0			
TOTAL ANUAL			0	35000	42000	52500	61950	68145			
PRECIO											
PRODUCTO			0	1	2	3	4	5			
BARRA ENERGETICA				12.000,00	12.900,00	13.674,00	14.357,70	15.003,80			
				-	-	-	-	-			
				-	-	-	-	-			
Ingresos anuales			0	\$ 420.000.000,00	\$ 541.800.000,00	\$ 717.885.000,00	\$ 889.459.515,00	\$ 1.022.433.712,49			
COSTO VARIABLE											
PRODUCTO			0	1	2	3	4	5			
VR COMPRA BARRA				1502	1.614,65	1.711,53	1.797,11	1.877,98			
EMPAQUE				102	109,65	116,23	122,04	127,53			
EMBALAJE INTERNACIONAL				100,00	107,50	113,95	119,65	125,03			
costo variable anual			0	\$ 52.570.000,00	\$ 67.815.300,00	\$ 89.855.272,50	\$ 111.330.682,63	\$ 127.974.619,68			
COSTO FIJOS											
PRODUCTO			0	1	2	3	4	5			
arriendo				19.200.000,00	20.640.000,00	21.878.400,00	22.972.320,00	24.006.074,40			
mano de obra directo				94.968.193,88	102.090.808,42	108.216.256,93	113.627.069,77	118.740.287,91			
servicios publicos				6.000.000,00	6.450.000,00	6.837.000,00	7.178.850,00	7.501.889,25			
Gastos transporte intermo y aeropuerto				24000000	25.800.000,00	27.348.000,00	28.715.400,00	30.007.593,00			
costos fijos			0	\$ 144.168.193,88	\$ 154.980.808,42	\$ 164.279.656,93	\$ 172.493.639,77	\$ 180.255.853,56			
DEPRECIACION											
PRODUCTO			0	1	2	3	4	5			
MAQUINA PARA BARRAS DE CEREALES				5.100.000,00	5.100.000,00	5.100.000,00	5.100.000,00	5.100.000,00			
MAQUINA EMPAQUE				2.500.000,00	2.500.000,00	2.500.000,00	2.500.000,00	2.500.000,00			
EQUIPOS DE OFICINA				7.000.000,00	7.000.000,00	7.000.000,00	7.000.000,00	7.000.000,00			
FLOTA TRANSPORTE				20.000.000,00	20.000.000,00	20.000.000,00	20.000.000,00	20.000.000,00			
TOTAL ANUAL			0	34.600.000,00	34.600.000,00	34.600.000,00	34.600.000,00	34.600.000,00			
AMORTIZABLES											
PRODUCTO			0	1	2	3	4	5			
adaptacion				45.050.000,00	45.050.000,00	45.050.000,00	45.050.000,00	45.050.000,00			
reputenciacion de equipos											
TOTAL ANUAL			0	45.050.000,00	45.050.000,00	45.050.000,00	45.050.000,00	45.050.000,00			

Exportación evidencia

Los resultados del ejercicio son positivos y se evidencian los beneficios de las exportaciones basados en el incremento de precios de venta por cada barra energética vendida. Valor que se incrementó en un 50% aproximadamente contra las ventas de la barra a nivel Nacional.

PRODUCTO	1	2	3	4	5
BARRA ENERGETICA	12.000,00	12.900,00	13.674,00	14.357,70	15.003,80
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-

Los precios de producción se mantienen igual ya que no fue necesario hacer una planta en Suecia, y se asumieron los costos de embalaje y transporte a nivel Nacional, por lo cual se vende el producto a un precio más económico, pero se toma un riesgo conservador en la exportación.

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	
FLUJO DE CAJA	
TIO	20%
TIR	54%

VPN	339.039.807,15
-----	----------------

El flujo de caja el inversionista al igual que el flujo de caja del proyecto, a recuperación de la inversión se daría en un tiempo aproximado de 4 años. Para el ejercicio se tomó como participación de financiación un 60% de pago a bancos y un 40% como aportes sociales.

El 40% puesto por los socios podría disminuir si logramos tener un aporte de organizaciones como Ventures que incentivan la creación de empresas.

ROE		0,17	0,42	0,74	1,13	1,62
-----	--	------	------	------	------	------

Evidencia se deja el ROE positivo que presenta el proyecto para la compañía. Y los beneficios que trae la exportación.

CONCLUSIONES

Las semillas de Sacha Inchi está teniendo un gran impacto a nivel mundial, por sus beneficios, propiedad entre otros, debido a que el mercado sueco todavía está en etapa embrionaria lo que nos permite un crecimiento en esta nación. La compañía fabricante de las barras proteicas es la primera vez que incursionaría en el mercado extranjero, para lo

cual se va a realizar la exportación de manera indirecta con el apoyo de un asociado importador en Suecia. Sin embargo, la compañía seguirá manteniendo su imagen corporativa, y sus políticas de calidad en la elaboración de los mismos, se buscará ampliar los canales de comunicación incluyendo la plataforma en el lenguaje sueco y usando imágenes de la cultura de esa nación.

La razón de realizar esto es para que las personas puedan conocer la compañía, es decir una estrategia de marketing previamente analizado y estudiado obviamente y en caso que en el futuro la organización considere dentro de sus planes estratégicos planea una Franquicia en esa nación, se tenga más conocimiento del cliente y sus costumbres de compra, aprovechando los tratados de libre comercio con Europa se va a buscar acogerse a políticas gubernamentales como el envío de muestras comerciales sin valor comercial para concretar negocios más eficientemente.

LISTA DE REFERENCIAS

Tomado de :

<http://ue.procolombia.co/sites/default/files/Perfil%20log%C3%ADstico%20de%20Suecia.pdf>

<http://ciani.bucaramanga.upb.edu.co/wp-content/uploads/2017/10/SACHA-INCHI-PDF-1.pdf>

<http://ue.procolombia.co/sites/default/files/Perfil%20log%C3%ADstico%20de%20Suecia.pdf>

<https://www.google.com/search?q=productos+agroecologicos+procesados&oq=productos+agroecologicos+procesados&aqs=chrome..69i57.6471j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

<https://www.etnoteritorios.org/CentroDocumentacion.shtml?apc=x-xx-1-&x=1261>

<http://www.ideaspaz.org/publications/posts/1746>

http://ideaspaz.org/media/website/FIP_sustitucion_final.pdf

<https://revistas.um.es/agroecologia/article/view/160691/140561>

<http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/10317/5/T07947.pdf>

<http://red.uao.edu.co/handle/10614/10317>

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7233/Tesis256.pdf?sequen>

<https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Primera-mesa-t%C3%A9cnica-sobre-sacha-inchi-en-el-Putumayo.aspx>

<file:///D:/ivivsana2/Desktop/Tesis256.pdf>

Montoya, L, Portilla, L, & Acevedo, C (2008)

<http://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/3081/1731>

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/varela_b_r/capitulo2.pdf

agronet (2019)

<https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Primera-mesa-t%C3%A9cnica-sobre-sacha-inchi-en-el-Putumayo.aspx>

Chirinos, O., Adachi Kanashiro, L., Calderón, F., Díaz, R., Larrea, L., Mucha, G., & Roque, L. (2009). Exportación de sachá inchi al mercado de Estados Unidos.

Castaño, D. L., Valencia, M. D. P., Murillo, E., Mendez, J. J., & Eras Joli, J. (2012). Composición de ácidos grasos de sachá inchi (*Plukenetia volubilis* Linneo) y su relación con la bioactividad del vegetal. *Revista chilena de nutrición*, 39(1), 45-52.

Min agricultura(2013)

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Apicola/Documentos/2016-10-30%20Cifras%20sectoriales.pdf>

dinero(2019)

www.dinero.com/pais/articulo/como-funciona-el-negocio-de-la-miel-con-abejas-nativas/275729+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=co

Ulloa, J. A., MONDRAGON CORTEZ, P. E. D. R. O., RODRIGUEZ RODRIGUEZ, R. O. G. E. L. I. O., RESENDIZ VAZQUEZ, J. A., & ROSAS ULLOA, P. E. T. R. A. (2010). La miel de abeja y su importancia. *CONACYT*.

europar

<http://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/20180404STO00909/agricultura-ecologica-en-la-ue-nuevas-reglas-mas-estrictas-infografia>

ANEXOS

Documento Excel Proyección exportadora

<https://youtu.be/F5yHZU8a2MU>