



Plan De Negocios
Exportación de Snacks de platanitos

NOTA: 3.3 PTS

Presentado Por:

Daniela Perdomo Roldán

Erica Enith Rivera Santana

María Fernanda Martínez Pachón

Karen Daniela Morales Villanueva

Presentado A:

María Gabriela Ramos Barrera

Universidad Politécnica Gran Colombiano

Opción de Grado Negocios Internacionales

2019



Resumen

Con este proyecto se busca exaltar los productos típicos colombianos de alta calidad, moda e innovación para resaltar la importancia y la diversidad en el uso de la variedad de productos que surge en el territorio colombiano y que son elaborados cuidadosamente a mano por artesanos oriundos de las regiones que los ofrecen, este producto se basa en snacks de platanitos, ya que hoy en día el mercado apunta al consumo de productos nutritivos y naturales se busca comercializar un producto cubierto de un endulzante natural como es la panela, esto con el fin de dar a conocer los productos tradicionales de Colombia y así lograr que los mercados de otros países presenten gran interés por nuestra cultura y la producción de diversos productos típicos.

El proyecto presentara una serie de criterios que serán la base para realizar la apertura de comercio entre los dos países con este producto que entrara a uno de los más grandes mercados del medio oriente y con los más altos estándares de calidad, por lo tanto, se pretende presentar un producto de exportación que tendrá como país de destino Emiratos Árabes Unidos.

Los emiratos árabes son países costeros, llanos y con enormes desiertos que cubren el 90% de su territorio. Actualmente el país tiene un alto índice de desarrollo humano para el continente asiático, situándose en el puesto 39 a nivel mundial.

Palabras Clave: Exportación, Platanitos, Panela, Acuerdos Comerciales, Snaks, Estudio de Mercados, Mercado Objetivo.



Abstract

This project seeks to exalt the typical Colombian products of high quality, fashion and innovation to highlight the importance and diversity in the use of the variety of products that arises in the Colombian territory and that are handmade by artisans from the regions that offer them, this product is based on snacks of bananas, since today the market aims at the consumption of nutritious and natural products, it is sought to commercialize a product covered with a natural sweetener such as panela, this in order to give Get to know the traditional products of Colombia and thus make the markets of other countries present great interest in our culture and the production of various typical products.

The project presents a series of criteria that will be the basis for opening trade between the two countries with this product that will enter one of the largest markets in the Middle East and with the highest levels of quality, therefore, it intends to present an export product that will have as destination country United Arab Emirates.

The Arab Emirates are coastal, flat countries with huge deserts that cover 90% of their territory. The country currently has a high human development index for the Asian continent, ranking 39th worldwide.

Keywords: Export, Banana, raw cane sugar, Trade Agreements, Snacks, Market Study, Target Market.



Palabras Clave

- ✓ **Exportación:** Salida de mercancía del territorio aduanero nacional con destino a otro país para su aprovechamiento
- ✓ **Platanitos:** fruto comestible, fruto más consumido en el mundo y de diversas formas de consumir
- ✓ **Panela:** Azúcar sin refinar obtenido de la caña de azúcar, que se comercializa de forma rectangular, redonda o prismática, según las regiones.
- ✓ **Snacks:** conocidos también como aperitivos, los cuales son alimentos ligeros y en ocasiones saludables.

Keywords

- ✓ **Export:** Dispatch of merchandise from the national customs territory to another country for its use
- ✓ **Banana:** edible fruit, most consumed fruit in the world and various ways of consuming
- ✓ **raw cane sugar:** Unrefined sugar obtained from sugar cane, which is marketed rectangular, round or prismatic, depending on the region.
- ✓ **Snacks:** which are light and sometimes healthy foods.



Planteamiento del Problema

La economía de los Emiratos Árabes es sustentada principalmente por el petróleo, la agricultura no tiene gran peso en el PIB, solo el 5,7% de su superficie está dedicada a la agricultura, eso unido a los suelos salinos y arenosos, el clima desértico, las mínimas precipitaciones y las escasas reservas de agua dulce, hacen que la superficie agrícola no sea lo suficientemente capaz de satisfacer todas las necesidades de una población aproximada de 9,6 millones de habitantes. Por estas razones recurren a los sistemas de explotaciones cubiertas con sofisticados sistemas de riego, pero aun así no suplen su necesidad.

Las exportaciones de Colombia a Emiratos Árabes han incrementado, un claro ejemplo fue del 2007 a 2008, las importaciones mostraron un crecimiento de 843,1%, al pasar de US\$1,6 millones FOB (US\$1,9 millones CIF) a US\$15,4 millones FOB (US\$16,8 millones CIF). En 2009 las compras alcanzaron US\$8,6 millones FOB (US\$9,3 millones CIF), 44,4% menos de lo registrado en 2008. Procolombia da a conocer que dentro de las posibles oportunidades de exportación hacia los Emiratos Árabes están la frutas, en el 2009 se exportaron US\$124,9 mil, 22,4% más que en 2008. Procolombia dio a conocer que los productos con mayor potencial para exportar a dicho país son el banano y frutas exóticas, de esta manera vemos oportunidad de exportar nuestro producto derivado del plátano. Aunque Ecuador es uno de los principales exportadores de plátano de este país, a raíz de lo sucedido en Ecuador de las protestas de los conductores por el alza de valor del combustible se han afectado los procesos cotidianos de comercio y ha disminuido la oferta de plátano y no satisface la demanda de sus compradores, aquí, es donde podemos tener oportunidad



de competir aprovechando que nuestra moneda (pesos colombianos) está más devaluada que el dólar y podemos entrar a competir en precios.

Adicional, podemos evidenciar de que además de las oportunidades de negocio que tiene Colombia con Europa y Estados Unidos, por Colombia tener tan amplio portafolio de productos en los cuales nos especializamos y somos fuertes competidores tenemos aval en otros países como lo son los Países Árabes esto con el fin de promover a los emprendedores, pequeñas, medianas y grandes empresas para fortalecer dichas relaciones comerciales.

Pregunta Problema

¿Cuál es la viabilidad de exportar snacks de platanitos a Emiratos Árabes?

Objetivo General

Indagar y evaluar la viabilidad en los procesos logísticos y económicos para la exportación de snacks de platanitos desde el territorio nacional colombiano hacia Emiratos Árabes Unidos.

Objetivos Específicos

- ✓ Identificar las características que se requieren para el empaque y el embalaje del producto, para su correcta exportación
- ✓ Determinar el nicho y el sector al cual va dirigido el producto
- ✓ Realizar una investigación de mercado para conocer la viabilidad del producto
- ✓ Conocer y establecer las herramientas para el proceso logístico para la distribución física internacional de los snacks de platanitos



Hipótesis

“Establecer un análisis para conocer la viabilidad de la exportación de snacks desde Colombia”.

Hipótesis 1

El producto para comercializar aporta un valor agregado a los diferentes clientes que deseen adquirirlos, ya que se ofrecen snacks saludables, por los cuales las personas estarán dispuestas a pagar, puesto que es un producto no tradicional que por condiciones del terreno en el país de destino no se puede producir.

Hipótesis 2

El plan de negocios no puede llegar a ser válido, si no se soportan las estructuras de los costos del producto y los costos logísticos son costosos, pero por otro lado se puede evaluar si el nivel de adquisición del producto es favorable, por medio del porcentaje de personas que consuman snacks, que tipo de snack prefieren, bien sea saludable o chatarra y con qué frecuencia es consumido.

Hipótesis 3

Emiratos Árabes Unidos es uno de los países más dinámicos en cuanto a comercio exterior, pues según datos del banco mundial su comercio representa el 172,8 % del PIB, por lo tanto al ser un país con buena economía, puede ser un país que desee adquirir productos colombianos tradicionales y adicionalmente saludables.



Marco Teórico

(Análisis del negocio – Análisis del nicho – Acuerdos- Datos Macroeconómicos)

Para ilustrar de una forma detallada el producto que se comercializara, requerimos de conocer el enfoque de nuestra investigación, la cual se basa en el enfoque cuantitativo ya que evalúa las variables y se estudian estas mismas por medio de métodos estadísticos y así basándonos en investigaciones y cifras previas llegar a tener una orientación para la operación de exportación, por lo tanto nuestra investigación se inicia como descriptiva ya que esta herramienta nos permitirá reunir información cuantificable y así analizar las estadísticas para llevar a cabo el estudio de mercado.

Esta investigación tiene como fin de recopilar información de exportar como lo es snacks de platanitos a Emiratos Árabes Unidos, uno de los propósitos es ver el comportamiento de la exportación durante los últimos años y la participación del mercado de snacks de platanitos. Adicional se investiga que el sector agropecuario ha sido una de los principales motores del desarrollo económico colombiano, es un escenario de gran atractivo mundial para la inversión extranjera directa. Otros factores en nuestra investigación es la tendencia a nivel mundial que se debe seguir en los procesos que se generan en el cuidado del medio ambiente con requisitos técnicos y sanitarios, esto comprende la utilización de productos amigables con el medio ambiente. También se comprende la exportación de Colombia a Emiratos Árabes Unidos del cual se analiza usar como puerto de desembarque, el puerto de Khron Fakkan ya que las rutas de las empresas de transporte de mercancías que realizan salida desde el puerto de Buenaventura en Colombia. De igual manera se estudia las ventajas y desventajas que se tienen para el transporte del producto y



que en cada uno de los medios de transporte serán necesarios para la llegada del producto al puerto de Khorn Fakkan.

Se estudia las reglas de embalaje y etiquetado ya que para Emiratos Árabes Unidos el embalaje no hay reglas pero para el etiquetado la información debe ser legible y fácil de leer, debe contener una traducción árabe. Puede tratarse de una etiqueta adhesiva a árabe. Es obligatorio indicar el origen del producto, el nombre y dirección del fabricante y empaquetador.

Marco Metodológico

El presente proyecto teniendo en cuenta las 8 clases de tipos de método de investigación se enfocara en el cuantitativo ; en la investigación y su aplicabilidad para generar información acertada y crítica en cuanto al tema principal, se buscará información precisa en cuanto al nicho del producto partiendo de la descripción general adicional nos basaremos en una investigación empírico-analista. Nos basaremos en números, estadísticas para comprobar las hipótesis y la participación de los snacks de platanitos dulces en las exportaciones Colombianas, teniendo pruebas objetivas, instrumentos de medición, estadísticas en cuanto a los competidores en el mercado y analizaremos todos los factores; políticos, climáticos, sociales, tecnológicos, generales de Emiratos Árabes para determinar la factibilidad del proyecto y poderlo llevar a cabo.

DOFA

Con esta herramienta queremos obtener un diagnóstico del plan de negocios en el que nos estamos enfocando, por lo tanto se identifica las fortalezas y debilidades del plan de negocios y de este modo en el desarrollo del proyecto diseñar estrategias que permitan neutralizar la debilidades, ya que estas debilidades van dirigidas más que todo a los pocos canales de distribución, por otro lado las amenazas externas que se ven presentes en el plan de negocios, es como anteriormente se había mencionado, Ecuador como el principal proveedor de este producto; los factores económicos, que actualmente se encuentra en variación y no es estable y demás factores que se presentan en el gráfico, por lo tanto este diagnóstico nos permite adquirir una visión clara y global sobre la capacidad y visualización del proyecto.





Valor agregado en el proceso de internacionalización

Marketing MIX:

Analizaremos de manera estratégica teniendo en cuenta 4 variables fundamentales para lanzar el producto al mercado, es necesario tener en cuenta las medidas de marketing que se afiancen con el país en destino, analizando cultura, hábitos, nivel económico de manera que sea completamente factible la distribución del producto, y con ayuda de las encuestas calificaremos la satisfacción del cliente y si estamos cubriendo sus necesidades.

Producto:

Siendo un producto gourmet, y netamente colombiano el empaque es diseñado de forma que se distinga de los demás snacks tradicionales con colores que resaltan la alegría del país, resaltando el dulce de la panela en el producto destacando los productos nacionales.

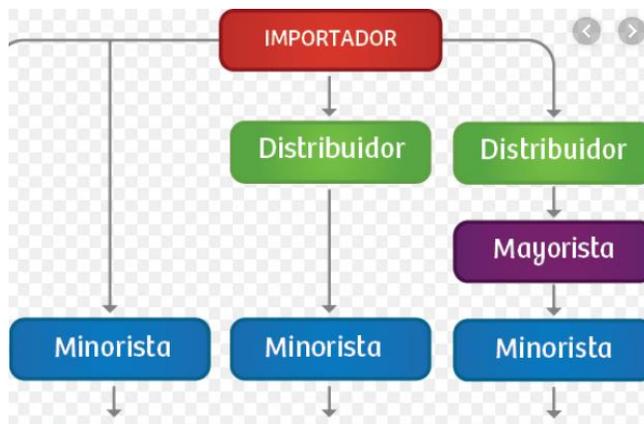
Precio:

El precio del producto el cual tiene un valor agregado de ser saludables, es determinado tomando en cuenta a precios referenciales del mercado Colombiano como una estrategia de comercialización hacia el país de destino, así como también del análisis de precios dentro del mercado Colombiano en snacks, También se toma en cuenta los costos que conlleva producirlo y exportarlo; dando como resultado de un precio justo, en el cual ambos países ganan.

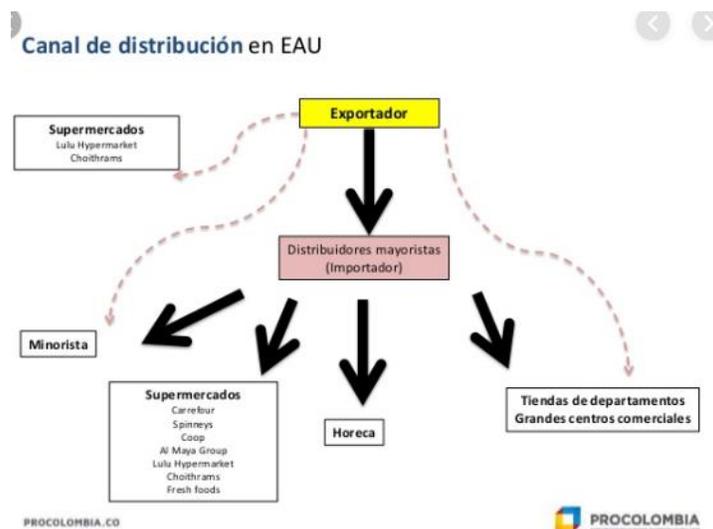
Plaza o canales de distribución:

Se realizó un estudio en el cual se concluyó que el mayor canal de distribución se hará por medio de importadores, distribuidores y tiendas gourmet sean estos grandes, medianos o pequeños ya que son los que tienen mayor acercamiento con los clientes al tener varias tiendas y locales comerciales.

Canales de distribución en Colombia:



Canales de distribución en Emiratos Árabes Unidos:



Para el caso de distribución directa a grandes supermercados, es necesario tener primero mayor experiencia de comercialización con importadores o distribuidores, debido a que grandes cadenas de supermercados son muy exigentes en cuanto a las cláusulas y se deben tener claras las condiciones de pago, créditos etc.

Promoción:

La promoción es de las estrategias más utilizadas en el mundo ya que por medio de esta las empresas se dan a conocer, la marca, especificaciones del producto, colores, sabores y beneficios que otorga al consumidor, por esta razón es necesario tener en cuenta que la tecnología publicitaria ha cambiado y que no se pueden tener las mismas estrategias de antes, porque ya no generan el mismo impacto en el consumidor, existen diversas maneras de dar a conocer el producto sin necesidad de invertir mucho dinero, como lo son: Internet, redes sociales, degustaciones y presentaciones en diferentes puntos de la ciudad con material de merchandising, Ferias nacionales - internacionales y conferencias de alimentos saludables. Para el caso de internet y redes sociales en donde la población pasa mucho tiempo se deberá crear una página web en donde las personas interesadas, puedan encontrar información rápidamente, a su vez se utiliza una campaña agresiva principalmente en Instagram, donde la mercadotecnia se ha adueñado de esta red social.

Costos de producción

Costos Materia Prima						
Material	Cantidad	Medida	Costo	Q Unidad	Medida	C. Unitario
Plátano	\$ 500	gr	\$ 1.400	40	gr	\$ 112
Panela	\$ 1.000	gr	\$ 8.000	10	gr	\$ 80
Empaque	\$ 1	bolsa	\$ 1.000	1	bolsa	\$ 1.000
TOTAL						\$ 1.192

COSTO MANO DE OBRA			
COSTO TRABAJADOR			VALOR HORA
	\$1.556.466	MAXIMO	\$ 1.556.466
TOTAL	\$ 1.556.466		\$ 6.485

Costos Indirectos	
DETALLE	VALOR
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 1.500.000
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	\$ 1.000.000
PERSONAL EXTERNO	\$ 2.259.549
TOTAL	\$4.759.549

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
M.P	\$ 1.192
M.O. D	\$ 1.556.466
C.I	\$ 4.759.549
TOTAL	\$ 6.317.207

Para determinar el costo de producción es necesario saber el costo de la materia prima requerida, para esto se realiza un promedio de la cantidad necesaria para producir un paquete de snacks de platanitos, es por esto por lo que el total en pesos colombianos invertidos para la producción de un paquete es de \$1.192. Por otro lado, en los costos de mano de obra directo, se tiene en cuenta el salario de un operador de producción, considerando aspectos como días trabajados (30), auxilio de transporte, prestaciones sociales (salud, pensión, cesantías, prima, vacaciones) y, por último, parafiscales para un total de mano de obra de 1.556.466. En el caso de los costos indirectos se realiza un promedio de los costos de servicios públicos y costos de personal que no

tienen contacto directo con la producción. Todos estos segmentos se suman para tener un total de costos de producción de \$ 6.317.207.

Importaciones y exportaciones del producto

Emiratos Árabes Unidos presenta crecimiento en sus importaciones en los últimos años, aunque en 2017 decreció un 2% necesita importar casi todo del extranjero debido a las condiciones de la tierra, el clima y su escasa industria manufacturera, es por esto que se presenta como una gran oportunidad de negocio, además parte de sus ingresos son procedentes de la reexportación, un factor clave para las empresas que exportan mercancía a este país puesto que sus productos estarán llegando también a los países vecinos.

AÑO	EMIRATOS ARABES UNIDOS		ESTADOS UNIDOS DE AMERICA		MEXICO	
	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES
2015	USD 12.190	USD 1.046	USD 1.024.255	USD 199.759	USD 22.965	USD 169.571
2016	USD 13.658	USD 968	USD 1.074.193	USD 189.621	USD 30.002	USD 180.962
2017	USD 13.403	USD 626	USD 1.262.467	USD 195.214	USD 34.848	USD 244.608

Nuestro producto

Producto: Platanitos Dulces





El mercado es favorable para la exportación del platanitos debido a la apertura de mercados, los tratados y acuerdos que ha firmado Colombia con muchos países y regiones, también nos favorece la diversidad de climas que poseemos para la producción, se considera una gran oportunidad realizar exportaciones a Emiratos Árabes Unidos ya que los suelos de Colombia ofrecen plátanos de muy buena calidad y lo que esperamos con nuestro producto es la aceptación en el mercado ya que se ofrece como un aperitivo en cualquier momento del día, su mayor ventaja es el complemento de la Panela de muy buena calidad y bien procesada. El componente central del producto de platanitos gourmet es que son 100% endulzados con panela colombiana.

Ingredientes

1. Plátano Fresco Maduro
2. Aceite Vegetal
3. Sabor Natural de Panela
4. Dióxido de Silicio
5. Azúcar

Información nutricional

Información Nutrimental	
Porción: 100 g	
NOM-051-SCFI/SSA1-2010	
Cantidad por Porción	
Cont. Energético 1750 kJ (418 kcal)	
Grasa (De los cuales)	20.4 g
Grasa saturada	14.6 g
Ácidos grasos trans	0.0 g
Carbohidratos (Hidratos de Carbono)	55.4 g
Azúcares	46.4 g
Proteína	3.2 g
Sodio	2.2 mg
Fibra dietética	18.0 g
Potasio	609 mg

Resumen Nutricional:			
Cals 519	Grasa 33,6g	Carbh 58,4g	Prot 2,3g
Hay 519 calorías en Platanitos (100 g).			
Desglose de Calorías: 55% grasa , 43% carbh , 2% prot .			

Proceso de producción

- 1. Selección:** Se seleccionan los plátanos verdes que posean las características mencionadas en el acápite 3.1, tales como: frescos y con cáscara verdes, sin daños físicos y un largo entre 13 a 15 centímetros. Una persona será la encargada de realizar la selección, los plátanos verdes que presenten daños físicos como magulladura, color oscuro son descartados y separados de los demás.
- 2. Lavado:** Para procesar el plátano y convertirlo en alimento, es indispensable lavarlos con abundante agua y una baja concentración de cloro, evitando de esta manera que se contamine la pulpa, por el contacto de las manos con la cáscara y deje residuos provocando una contaminación cruzada en el producto. Por ello, el plátano pasa por una etapa de lavado.
- 3. Escaldado:** La cáscara del plátano verde se encuentra fuertemente adherida a la pulpa, para evitar la complejidad en el pelado manual el plátano se somete a un escaldado. Consiste en sumergir los plátanos en agua caliente durante un tiempo predeterminado; con el objetivo de facilitar el desprendimiento de la cáscara de los plátanos
- 4. Pelado:** Los plátanos se trasladan a una mesa con superficie de acero inoxidable, con dimensiones 32x72 pulgadas. Dos personas proceden a retirar la cáscara de los plátanos verdes, utilizando cuchillos de acero inoxidable de 10 pulgadas de largo.



5. Corte: Para formar tajadas de los plátanos, estos deben ser cortados de manera longitudinal, se utiliza una cortadora manual con cuchillas, la distancia de las cuchillas a la superficie de la cortadora debe de ser de 1.5 milímetros.

Posterior al pelado, dos personas se encargan de cortar la pulpa de manera longitudinal en forma de tajadas de 1.5 milímetros de grosor y de 13 a 15 centímetros de largo.

6. Fritura: Finalizado el corte de la pulpa en tajadas, se procede a freírlas en agua con dulce de panela. Para ello se utiliza una freidora industrial. Una persona se encarga de freír las tajadas de plátanos verdes, teniendo en cuenta que la adición debe de ser de 1:6 (masa de pulpa por masa de aceite), para ello las tajadas se colocan sobre las canastillas antes de freírlas. La temperatura del aceite debe de oscilar entre los 150 °C a 160 °C y el tiempo de permanencia de las tajadas varía entre los 4 a 5 minutos.

7. Escurrido: Finalizado el proceso de fritura de las tajadas, éstas se trasladan a una mesa con superficie de acero inoxidable. Se cubre la parte superior de la mesa con papel absorbente (inodoro) para escurrir el aceite adherido en las tajadas fritas. Una persona esparce sobre la mesa las tajadas fritas, facilitando el escurrido y enfriamiento (a temperatura ambiente 27°C a 30 °C). Así mismo, se retiran aquellas tajadas fritas que no sean aptas para empacarlas tales como: adherencia de aceite, quemada, quebrada y color no atractivo para su comercialización.

Fuente: <https://cultivopalma.webcindario.com/esteriliza.htm>

Nuestra Competencia.



Kamlesh Yellow Banana
Chips 180g

each

Out of stock

[Add to wish list](#)

Marca

Es una marca percibida como de alto valor, ya que ofrece sus productos desde hace 10 años en el mercado de EAU, cumpliendo con los más altos estándares de calidad, tiene presencia en gran parte del mercado y cuenta con ubicaciones privilegiadas en las principales tiendas de retail, lo que facilita compra a cualquier tipo de consumidor. Teniendo en cuenta esto, se debe ingresar al mercado con una campaña de introducción bastante agresiva en la cual se comunique los beneficios y características orgánicas superiores.

Características

Es un producto regular, percibido como de alto valor gracias al tiempo que llevan en el mercado, preparado con aceites naturales y fortificados con calcio y vitaminas b1 b2 b3. El contenido es bastante, por este lado acaparan gran mercado debido a que trae bastante, el tiempo de vencimiento es de 2 meses, la utilización de conservantes artificiales pone por encima de ellos el producto ya que es 100% natural

Empaque

Es un empaque de primer nivel, metalizado en la parte interior pero satinado en la parte exterior, la parte interna metalizada ayuda a conservar la frescura del producto para que se mantenga fresco y crocante por mucho más tiempo.

Precios Competencia.

Los precios varían según diferentes variables como el canal de venta, la nacionalidad del producto, el empaque y la calidad de sus materias primas. Algunas de las referencias que logramos conseguir son:



Chips de plátano marca Seeberger: Chips de plátano bañados en aceite de coco.

Precio: 15.00 AED= 4 Dólares

Cantidad: 150g



Chips de plátano marca Fair: Chips de plátanos dulces tradicionales.

Precio: 3.70 AED= 1 Dólar

Cantidad: 200 g

Chips de plátano salados tradicional marca Kamlesh

Precio: 6.25 AED= 1.7 Dólares

Cantidad: 180g



Chips de plátano dulce y salado marca Cheddass.

Precio: 10 AED= 2.72 Dólares

Cantidad: 170g

Opinión: Hay una gran variedad de precios dentro de un mismo segmento sin embargo hay una carencia en la cantidad de productos a base de plátano gourmet y con especialización en el endulzado. Lo cual representa una oportunidad de negocio interesante tomando en cuenta la brecha entre la diferencia de precios de la competencia.

Canales de distribución Competencia.

- Página web propia, ofrecen carrito de mercados y pagos con múltiples medios
- Fuerza de ventas directa
- Canales de ventas digital tercerizados (supermercados online)



- Colegios
- Universidades
- Supermercados
- Canales de venta digital al por mayor (Alibaba, Amazon)
- Restaurantes
- Máquinas de vending

Tamaño del mercado

Ventas estimadas en la industria en la planificación anual

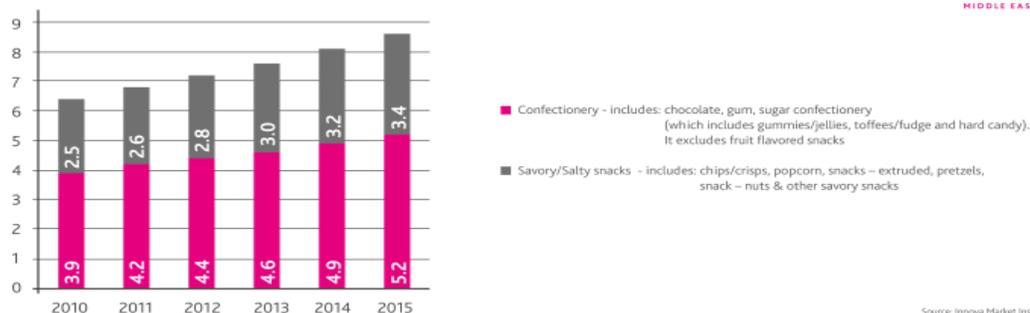
Según Yummex la convención más grande de proveedores, fabricantes y distribuidores de la industria de la confitería y snacks en todo el medio este, la industria de los snacks está proyectada a crecer alrededor del 24% para finales del 2018 en relación a sus ventas en el año 2015.

*Actualmente la industria está valorada con ventas anuales de 9 billones de USD.

Pero además está proyectado a crecer alrededor de 5% cada año. Así lo muestra el patrón desde el año 2010.

Market Value*: Middle East

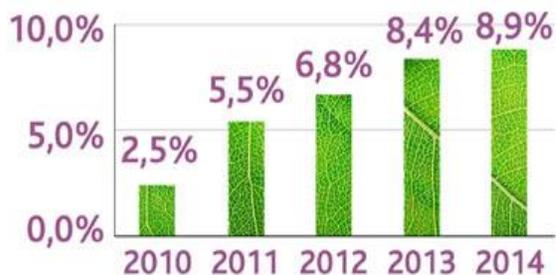
*retail sales in Billion US \$



Source: Innova Market Insights



Además de esta información, el 18% de los nuevos productos lanzados al mercado en la industria de los snacks salados tienen una “etiqueta verde” es decir que viene de un producto completamente natural y sin alteraciones químicas en su proceso, sin aditivos ni preservantes. A continuación, se muestra la gráfica que muestra el crecimiento entre los años 2010-2014 en productos de snacks con etiqueta verde.



Plan de marketing



Objetivos de marketing

- Alcanzar la satisfacción de los clientes y hacer que sus expectativas sean superadas.
- Para el año 2018 tener un 75% de reconocimiento de la marca en este país.
- Asegurar el crecimiento de la empresa de acuerdo con la realidad del mercado.
- Aumentar las ventas para el año 2020 un 0,5%.

Mercado o mercados seleccionados

El producto abarcará a los consumidores de los emiratos más poblados (Dubai, Abu Dhabi y Sharjah). El canal de venta retail, específicamente para productos alimentarios, se consideran los hipermercados, supermercados, cooperativas y tiendas pequeñas, la población local se abastece principalmente a través de este, por esta razón se busca abarcar estos canales de distribución para la venta del producto a exportar.

Expectativas de ventas

Se espera que mes a mes sea reconocido el producto gracias a medios de comunicación, publicidad y redes sociales. Aprovechando que en el mercado de este país se pueden encontrar



más de 435 establecimientos de cadenas de super-hipermercados, los cuales tienen una participación de mercado de un 50 % en el comercio minorista, por lo tanto, se quiere llegar a este mercado para ser reconocidos cada día por la calidad del producto.

Expectativas de ingresos

Para obtener grandes ingresos a futuro se espera dar a conocer el producto por medio de actividades de promoción, visitas a mercados diferentes, visita a ferias y misiones comerciales esto ayudara a ser cada vez más reconocidos y obtener más ingresos.

Penetración y cobertura del mercado

La penetración en el mercado del producto abarcara distintos puertos de venta para que haya una mayor cobertura y sea cada vez más reconocido, hacer énfasis en promociones y diferentes ofertas. La cobertura del mercado se realizará por medio de venta retail (hipermercados, supermercados, cooperativas y tiendas pequeñas).

¿Cuáles son los supuestos sobre los que se construyen estos análisis?

Costos Logísticos

MATRIZ DFI PARA EL CASO DE COSTOS:						
	Aéreo	Aéreo	Terrestre	Terrestre	Marítimo	Marítimo
	COP	USD	COP	USD	COP	USD
Valor EXW US \$	\$ 7.227.404	\$ 2.406	\$ 137.393.042	\$ 2.175	\$ 137.393.042	\$ 2.175
Empaque	\$ 80.000	\$ 145.08	\$ 123.508.055	\$ 39171.6	\$ 123.508.055	\$ 39171.6
Embalaje	\$ 19.600	\$ 6.22	\$ 5.292.000	\$ 1678.4	\$ 5.292.000	\$ 1678.4
Documentación	\$ 80.000	\$ 25.37	\$ 80.000	\$ 25.37	\$ 80.000	\$ 25.37
Unitarización	\$ 730.399	\$ 230.93	\$ 880.600	\$ 279.29	\$ 880.600	\$ 279.29
Manipuleo local	\$ 6.806	\$ 2.16	\$ 20.418	\$ 6.48	\$ 20.418	\$ 6.48
Manipuleo	\$ 6.844	\$ 2.16	\$ 13.687	\$ 2.16	\$ 13.687	\$ 2.16
Administrativos	\$ 6.224.092	\$ 1.974.02	\$ 6.224.092	\$ 1.974.02	\$ 6.224.092	\$ 1.974.02
Capital -Inventario	\$ 79.664	\$ 24,54	\$ 1.374.190	\$ 435,84	\$ 1.374.190	\$ 435,84
Valor FOB	\$ 7.227.404	\$ 2.406	\$ 137.393.042	\$ 2.175	\$ 138.340.171	\$ 2.235

En el caso de los costos logísticos, se tiene en cuenta la distribución física internacional, se toma en cuenta la cantidad de productos que se distribuyen en un contenedor de 40 pies, que sería un total de 88 cajas, con un volumen de 46,46 m² y un peso de 5,280 kg. El término de negociación determinado será FOB ya que permite más control sobre el flete, para el valor de la documentación se estima la contratación de los servicios de una agencia de aduanas que encargue de la documentación requerida en el país de destino y en el país de origen, para la unitarización, es el costo que tiene en juntar la carga en estibas y luego en los contenedores.

Empaque

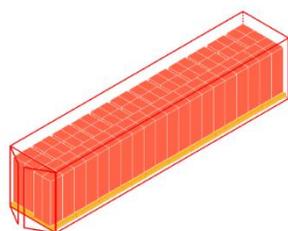
Para la elaboración del empaque se tiene en cuenta las necesidades de los clientes, pues es importante no solo tener su satisfacción en cuanto al producto si no también en cuanto al empaque y presentación que este tendrá, pues nos enfrentamos a los **millennials**, la generación del milenio, quienes se preocupan por el cuidado del medio ambiente, y su atención se enfoca en la invención y la creatividad, pues esta generación son selectivas a la hora de comprar cierto producto, pues tienen en cuenta la marca, el precio, y los componentes del producto, u otros simplemente son incentivados por la publicidad y la presentación del



producto, es por esto que el empaque es de características biodegradables, metalizado en la parte interna, lo cual ayuda a conservar la frescura del producto para que se mantenga fresco y crocante por mucho más tiempo. La presentación por unidad que se venderá es un empaque de 40g, que contendrá la marca, etiquetas, fechas de vencimiento y expedición del producto, marcas registradas, calidad y precio.

Embalaje

Se estiman cajas con una longitud de 2000mm, un ancho de 600 mm, altura de 440 mm y un peso estimado de 60 kg, que cumpla con los pictogramas y características requeridas para la exportación, por otro lado estas se posicionaran sobre pallets adecuados para la mercancía.



Logística

Length:	1000	mm
Width:	1200	mm
Height:	150	mm
Payload:	750	kg
Max loading height level:	2000	mm
Thickness of separating plate:	50	mm

Logística de transporte

PAIS	EMIRATOS ARABES UNIDOS	ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	MEXICO
MEDIO DE TRANSPORTE	MARÍTIMO	MARÍTIMO	MARÍTIMO
TARIFAS (USD)	1500	1625	1380
FRECUENCIAS (DIAS)	7	5	8

En este panorama de las tarifas se tomó como medio de transporte marítimo y una medida de un contenedor de 20', en el cual Emiratos Árabes Unidos tiene una tarifa de 1500 Usd.

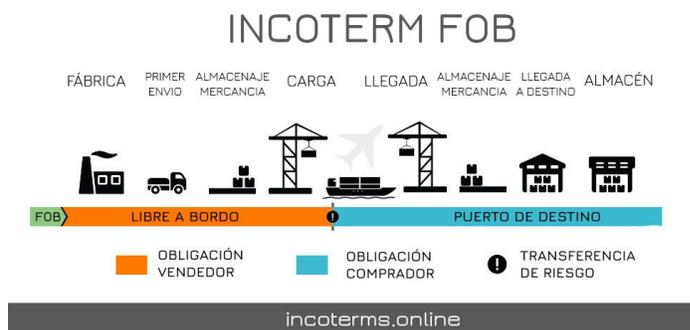
Medio de transporte

El tipo de modalidad que se toma para el transporte del producto es multimodal desde el punto de salida de fábrica hasta la llegada en almacenes de país destino. Por ello se crea el siguiente grafico de flujo:



Transporte terrestre de fábrica a puerto

Ya que la fábrica está ubicada en la ciudad de Envigado, es necesario realizar el transporte del producto a través de camiones que lleven la mercancía hasta el punto de embarque y/o puerto, el cual el escogido es Buenaventura. De allí, después de realizarse todo el proceso legal y de aduanas, se entrega el producto en el buque. Teniendo en cuenta que el tipo de incoterm generado fue FOB, la obligación de Banana Sweet SA, llega hasta la carga del container.



Los siguientes cuadros relacionan las ventajas y desventajas que se tienen presentes para el transporte del producto, en cada uno de medios de transporte que serán necesarios para la llegada del producto al puerto de KhornFakka

TERRESTRE	VENTAJAS
	VERSATILIDAD
	ACCESIBILIDAD
	PRONTITUD
	SEGURIDAD
	COSTE DE EMBALAJE
	FALENCIAS
	Es uno de los medios mas contaminantes
	En cuanto a capacidad no puede competir con los demás medios
	Congestión de tráfico
	Medio limitado por las restricciones que existen dentro de la carretera

FERROVIARIO	VENTAJAS
	Gran capacidad: permite el transporte de grandes cantidades de mercancías en largos recorridos.
	Los costes de la operación son, por lo general, bastante bajos.
	Flexibilidad: es posible transportar variedades de mercancías.
	Baja siniestralidad.
	Posibilidad de inter modalidad con otros métodos de transporte.
	FALENCIAS
	La mercancía solo podrá ser transportada hasta donde lleguen las vías, es decir, no puede llegar hasta almacenes o centros de producción específicos.
	Necesidad de utilizar otro transporte para trasbordar la carga hasta el sitio de almacenamiento o el lugar de operaciones.

MARÍTIMO	VENTAJAS	OBSERVACIONES
	Volumen y almacenaje de los buques	Los barcos o navíos son los medios de transporte que ofrecen una mayor capacidad a la hora de trasladar más cantidad de materiales. Especialmente en comparación con otros medios de transporte tales como el tren, camión o avión.
	Costo de Fletes	Los fletes marítimos son por norma general muy competitivos y económicos. La única dificultad que pudiera observarse respecto a este motivo son los cargos adicionales
	Cobertura y seguro	Gracias al hecho de que casi $\frac{3}{4}$ partes de la tierra están cubiertas de agua el nivel de alcance de este medio es casi absoluto. También merece la pena destacar el hecho de que es un medio muy seguro puesto que casi la práctica totalidad de las entregas son realizadas en tiempo y forma.
	Seguridad y estabilidad	Las condiciones climatológicas y meteorológicas retrasan en mayor número de ocasiones la salida o llegada de un avión, mientras que gracias a la robustez, resistencia y fiabilidad de los buques estos pueden desenvolverse con mayor facilidad en ambientes más complicados o inestables
	Mayor variedad de productos y materias transportables	Lo que ocurre en el transporte aéreo (donde en la mayoría de ocasiones no se permite carga líquida o peligrosa) el transporte marítimo es la única vía disponible para llevar a buen puerto esta serie de encargos basados en específicos materiales.
	FALENCIAS	OBSERVACIONES
Tramitología	Es relativamente extensa/complicada, aún cuando los servicios de agentes de aduana facilitan en gran medida el trabajo el número de permisos y formularios es superior a cualquier otro medio (aéreo/terrestre).	
Tiempo	El tiempo que requiere –especialmente en largas distancias– es por norma general más elevado que el transporte aéreo/terrestre.	

Puerto de Desembarque

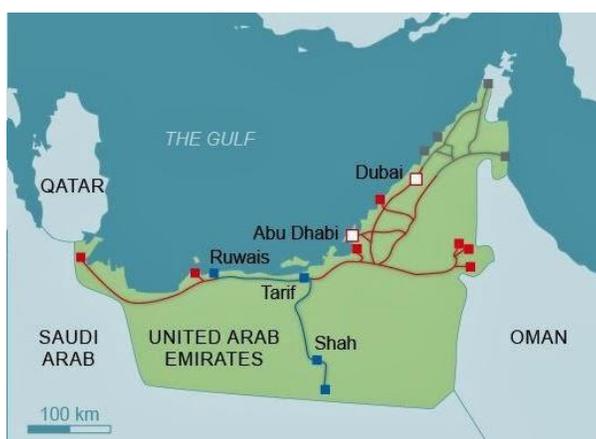
KhornFakkan



Se tomó la decisión de usar como puerto de desembarque, el puerto de KhronFakkan ya que las rutas navieras de las empresas de transporte de mercancías que realizan salida desde el puerto de Buenaventura en Colombia, únicamente tienen punto de llegada dicha ciudad. Por otro lado, se analizó los tiempos de distancia desde el puerto de llegada a las ciudades de penetración del producto y el sistema de transporte que facilita en mayor parte costo y tiempo de entrega es el ferroviario.



Las líneas ferroviarias de Emiratos Árabes Unidos, permite realizar la entrega del producto desde el puerto de KhorFakkan y de manera sistémica a las ciudades de Sarja, Dubai, y Abu Dabi.



(Matute, 2013)

Sistema de Información Comercial
 Logística de Exportación
 Reporte de Rutas de Transporte Marítimo



País Origen: Colombia Punto Embarque: Buenaventura

País Destino: Emiratos Árabes Unidos Punto Desembarque: Khor al fakkan

Agente Comercial	Línea Marítima	Punto de Embarque	Punto de Desembarque	Conexiones	Frec. (Días)	Tiempo Tránsito (Días)	Tipo de Carga	Observaciones	Fecha Actualización
Cma-cgm colombia	Cma-Cgm	Buenaventura	Khor al fakkan	Malta - Malta	7	55	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R, CONT 40' HC		22/09/2017
Maersk - line colombia s.a.	Maersk line	Buenaventura	Khor al fakkan	Balboa - Panamá, Algeciras - España, Jebel ali - Emiratos Arabes Unidos	7	38	CONT 20', CONT 40', CONT 40' R, CONT 40' HC		30/10/2017

Pago Flete (PP Prepagado, CC Al cobro), Tipo Carga (Carga Suelta - Rango 1 BB R1, Carga Suelta - Rango 2 BB R2, Carga Suelta - Rango 3 BB R3, Carga Suelta Mínima 68 Min, Contenedor de 20' Cont. 20', Contenedor de 20' Flat Rack Cont. 20' Flat Rack, Contenedor de 20' Open Top Cont. 20' Open Top, Contenedor de 20' Plataforma ont. 20' Plataforma, Contenedor de 20' Refrigerado Cont. 20R, Contenedor de 20' Tanque Cont. 20' Tanque, Contenedor de 20' Ventilado - Fintainer Cont. 20' FN,



Conclusiones

- * El trabajo en mención pretende resaltar y generar el impulso a la comercialización exportación de productos nacionales, la cual viene acompañada de un espíritu emprendedor el cual siempre está en búsqueda de generar nuevas oportunidades fuera de nuestra zona de confort y nuevos mercados a nivel Internacional, aprovechando el incremento que tuvo Colombia en las exportaciones.
- * Nuestro proyecto de grado no solo se encierra al campo del comercio exterior, sino que abarca diferentes ciencias a nivel de investigación, desarrollo, técnicas de producción e industrialización, estudios de mercado, marketing, ventas, administración, contabilidad, finanzas, recursos humanos y otras variantes las cuales permiten que sea un trabajo completo y viable de manera que pueda surgir en el mercado nacional e internacional un producto rico en sabores y experiencias de gustativas para el mercado internacional .
- *Nuestro producto puede estar muy bien recibido por diversos países ya que es viable su comercialización por la calidad y sabor del producto.
- *Se puede evidenciar que existen oportunidades reales para los exportadores colombianos en ambos países, y que USA y Europa no son los únicos posibles destinos de exportación para Colombia; a pesar de las diferencias regionales y culturales, se puede establecer un acercamiento cultural y de negocios entre estos países y efectuar transacciones de bienes y servicios que conlleven a beneficios económicos para los países.
- * Cabe resaltar que Colombia tiene una diversidad de productos , no solamente ricos en sabor sino también nutritivos los cuales deben ser explotados y exportados a países que no tienen este tipo de diversidad en frutas, caña, verduras, hortalizas, flores etc.



*De manera general se puede concluir que el proyecto de exportar los snacks de platanitos con panela es factible, puesto que el análisis de los resultados obtenidos en la investigación reflejan que el mercado de Emiratos Arabes degusta de los sabores Colombianos , con la implementación de la estrategia de marketing mix y la buena calidad del producto será positivo el impacto del producto en destino.

Referencias

<https://es.actualitix.com/pais/are/emiratos-arabes-unidos-platano-produccion.php>

http://www.procolombia.co/sites/default/files/emiratos_arabes.pdf

<https://www.proecuador.gob.ec/el-mercado-de-banano-en-emiratos-arabes-unidos-noviembre-2017/>

<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/3452/65811C355f.pdf;jsessionid=FACEAC2637F677ECD26385AD8E591D6A699?sequence=1>

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/285080533radAEDC1.pdf>

http://www.iberglobal.com/files/2015/emiratos_agroalimenario.pdf