



LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Plan de Exportación
para obtener la “Doble Titulación” BUAP/USTA

Presenta: Laura Ximena Torres Camaño

Directora del Plan de exportación: Elisa Perroni Reyes.

Puebla, México a 30 de noviembre de 2023.

LICENCIATURA DE COMERCIO INTERNACIONAL

Plan de Exportación para Obtener la “Doble titulación” BUAP/USTA

Crema de Cacahuete de México a Colombia Cooperativa Cacaloxúchitl Unido para el Desarrollo

SC de RL de CV.

Presenta: Laura Ximena Torres Camaño

Director del Plan Exportador Elisa Perroni Reyes.

Puebla, México 28 de noviembre de 2023

Resumen

El presente proyecto analiza la exportación de crema de cacahuete 100% natural de la marca Kanut en México a Colombia, explorando las oportunidades y desafíos asociados con la introducción de este producto en el mercado colombiano. Se examinan factores clave como las preferencias del consumidor, regulaciones comerciales, estrategias de marketing y la respuesta del mercado. El estudio también aborda aspectos de sostenibilidad, responsabilidad social y adaptación a las tendencias del mercado. El objetivo es proporcionar una comprensión profunda de los elementos que influyen en el éxito de la exportación y destacar el potencial de esta iniciativa para impulsar la economía, promover la diversidad cultural y fortalecer la colaboración entre México y Colombia.

Palabras clave: Exportación, crema de cacahuete, mercado colombiano, preferencias del consumidor, regulaciones comerciales, estrategias de marketing, sostenibilidad, responsabilidad social, tendencias del mercado, colaboración internacional.

Abstract

This project analyzes the export of Kanut brand 100% natural peanut butter from Mexico to Colombia, exploring the opportunities and challenges associated with the introduction of this product in the Colombian market. Key factors such as consumer preferences, trade regulations, marketing strategies, and market response are examined. The study also addresses aspects of sustainability, social responsibility and adaptation to market trends. The objective is to provide an in-depth understanding of the elements that influence export success and to highlight the potential of this initiative to boost the economy, promote cultural diversity and strengthen collaboration between Mexico and Colombia.

Key words: Export, peanut butter, Colombia market, consumer preferences, trade regulations, marketing strategies, sustainability, social responsibility, market trends, international collaboration.

Tabla de Contenido

1	Introducción	7
2	Estado de la empresa.....	9
2.1	Antecedentes	9
2.2	Misión, visión y objetivos de la cooperativa	10
2.2.1	Misión	10
2.2.2	Visión	10
2.2.3	Objetivos de la cooperativa.....	11
2.3	Organigrama kanut.....	12
2.4	Matriz FODA, MEFI y MEFE.....	12
2.5	Matriz CAME	15
2.6	Objetivos y metas de internacionalización de la cooperativa	17
2.6.1	Metas.....	17
3	Producto para internacionalizar	18
3.1	Características del producto sin procesar (cacahuate)	18
3.1.1	Características alimenticias.....	18
3.1.2	Ficha técnica	18
3.2	Características del producto seleccionado para la exportación.....	18
3.2.1	Valor agregado:	19
3.2.2	Modo de uso.....	19
3.2.3	Presentación:	19
3.2.4	Diagrama de flujos general de los procesos (crema de cacahuate).....	20
3.2.5	Ficha técnica de la crema de cacahuate	21
3.3	fracción arancelaria.....	23

4	Aspecto técnico	24
4.1	Capacidad de producción	24
4.2	Cantidad de producto disponible para la venta internacional.	24
4.3	Control de calidad	24
4.4	Diseños (Envase, Etiquetado, Embalaje)	24
4.5	Proveedores	25
5	MERCADO.....	26
5.1	Segmentación de mercado	26
5.1.1	Geográfica.....	26
5.1.2	Demográfica.....	26
5.1.3	Socioeconómica	26
5.1.4	Psicográfico.....	27
5.1.5	Conductual	28
5.2	Competencia del producto:	28
5.3	Potencial de venta	30
5.4	Potencial del mercado	31
5.5	Análisis PESTEL	32
6	Estrategias de Comercialización	38
6.1	Producto	38
6.1.1	Adaptación del producto para el mercado colombiano.....	38
6.2	Plaza.....	43
6.2.1	Plan logístico.....	43
6.3	Precio	47

6.3.1	Precio de modificación del producto.	47
6.3.2	Costos logísticos	49
6.3.3	Precio de venta óptimo.....	51
6.4	Promoción.....	52
6.4.1	Relaciones públicas (Ferias comerciales).....	52
6.4.2	Marketing directo.....	53
6.4.3	Regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias.....	53
6.5	Financiero	54
7	Conclusiones.....	55
8	Referencias.....	57

1 Introducción

En un mundo cada vez más conectado y globalizado, el comercio internacional ofrece oportunidades muy grandes para expandir horizontes y aprovechar los recursos únicos que cada país tiene para ofrecer. Este proyecto se centra en la exportación de un producto mexicano, la crema de cacahuete 100% natural, hacia el mercado colombiano. Este esfuerzo no solo busca capitalizar las cualidades únicas de la crema de cacahuete, sino también fomentar la colaboración entre ambos países, promoviendo la diversidad culinaria y fortaleciendo los lazos comerciales.

La empresa Cacaloxúchitl Unido para el Desarrollo SC de RL de CV, la cual se dedica a la fabricación de productos a base de cacahuete con su producto estrella la crema de cacahuete, es una mezcla irresistible de sabor auténtico y nutrientes esenciales, representa un producto de alta calidad que refleja la riqueza agrícola y la tradición culinaria de México. En el contexto de la exportación a Colombia, nos enfrentamos a un mercado dinámico y diverso que valora la autenticidad y la calidad en sus productos alimenticios. Este proyecto tiene como objetivo explorar las oportunidades y desafíos asociados con la introducción de la crema de cacahuete mexicana en el mercado colombiano, considerando aspectos como preferencias del consumidor, regulaciones comerciales y estrategias de marketing.

A lo largo de esta investigación, se examinaron detalladamente los factores que influyen en el éxito de la exportación, desde la producción y calidad del producto hasta la estrategia de entrada al mercado y la respuesta del consumidor. Además, se abordaron cuestiones relacionadas con la sostenibilidad, la responsabilidad social y la adaptación a las tendencias del mercado, todo con el objetivo de ofrecer una propuesta de exportación sólida y exitosa.

En resumen, este proyecto aspira a proporcionar una comprensión profunda de los aspectos clave involucrados en la exportación de crema de cacahuete 100% natural de México a Colombia, destacando el potencial de esta iniciativa para impulsar la economía, promover la diversidad cultural y crear una asociación fructífera entre ambos países.

2 Estado de la empresa

2.1 Antecedentes

La empresa Cacaloxúchitl Unido para el Desarrollo SC de RL de CV, inicia como un sueño de cinco personas que quieren crear una empresa conjunta para el desarrollo de los cultivos de cacahuate de la localidad de Cacaloxúchitl. Esta empresa se constituye legalmente como una Cooperativa de Producción que inicia el 26 de agosto de 2009 y simultáneamente registra la marca KANUT con el objetivo de la producción y comercialización de alimentos a base de cacahuate que sean sanos para la alimentación de la población mexicana.

El nombre de la marca surge de saber que el cacahuate es nutritivo es por esto por lo que se unen estas dos palabras para crearlo y como resultado se crea KANUT que se deriva de las primeras dos letras de cacahuate y se cambia la “C” por la “K” y las tres primeras letras de nutritivo.

A través de los años que esta empresa lleva en el mercado ha pasado por muchos retos, y es así en los primeros años de creada no reciben remuneración económica, fue hasta el año cinco que lograron pagarse un porcentaje de su trabajo, y así hasta año 10 logran recibir el 100% del pago, al atravesar estos retos es cómo esta cooperativa ha logrado incursionar en el mercados durante 14 años y se han educado para lograr cumplir con los procesos y los cambios que se presentan día a día en una empresa y en un mercado cambiante.

Kanut a lo largo de su trayectoria en el mercado ha ido perfeccionando el proceso de compraventa de sus productos, y es así como hoy en día tienen un proceso claro para que sus clientes logren comprar sus productos de manera efectiva y que se lleven la mejor experiencia de compra. El proceso de compra está en el siguiente diagrama.

2.2 Misión, visión y objetivos de la cooperativa

2.2.1 Misión

La misión de una empresa es definir cuál es su propósito y alcance en el producto y mercado, esta define el papel en la sociedad y constituye su razón de ser, esta también define la satisfacción de alguna necesidad de ambiente externo lo que hace que la empresa no ofrezca un simple producto o servicio. (Chiavenato, 2011, pág. 17)

Misión: Somos una cooperativa autónoma que elabora productos de cacahuate 100% naturales la cual trabaja solidariamente en equipo, comprometida con el ambiente, campesinos y sus integrantes. En búsqueda del desarrollo personal y comunitario.

2.2.2 Visión

La visión de una empresa es aquella que indica lo que la organización quiere ser en el futuro, en esta se explica por qué las personas de la organización dedican su tiempo al éxito de esta. Cuando la visión está vinculada a los intereses de los socios es más probable que puedan cumplir con sus propósitos. (Chiavenato, 2011, pág. 18)

Visión: Organizar agricultores productores de cacahuate, migrantes y sus familiares, para formar parte de nuestra cooperativa, donde puedan generarse iniciativas de empleo rural, adoptando nuevas tecnologías para el proceso del cacahuate, transformándolo en productos diferentes, implicando la autosuficiencia para los habitantes y el desarrollo socioeconómico cultural del lugar.

Las cooperativas son organizaciones que se centran en las personas, que pertenece a sus miembros, que controlan y dirigen para poder dar respuesta a las necesidades en aspectos económicos, social y cultural comunes. Estas organizaciones se basan en los valores y sus objetivos no se basan en solo crear riqueza, es por esto que contienen una serie de principios que

son acordados internacionalmente para la construcción de un mundo mejor por medio de la cooperación para lograr la equidad, igualdad y justicia social, estas permiten que la gente trabaje conjuntamente para crear empresas sostenibles que logran prosperidad y puestos de trabajos a largo plazo. (Alianza cooperativa Internacional , s.f.)

2.2.3 Objetivos de la cooperativa

Una empresa tiene un conjunto de elementos cuya finalidad es cumplir el objetivo de la organización mediante un plan, para hacer esto se deben tener en cuenta tres puntos. Primero, hay un propósito u objetivo para el que se proyecta el sistema; segundo, hay un proyecto o conjunto establecido de elementos; tercero, las entradas de información, energía y materiales se emplean para que el sistema funcione. (Chiavenato, 2011, pág. 19)

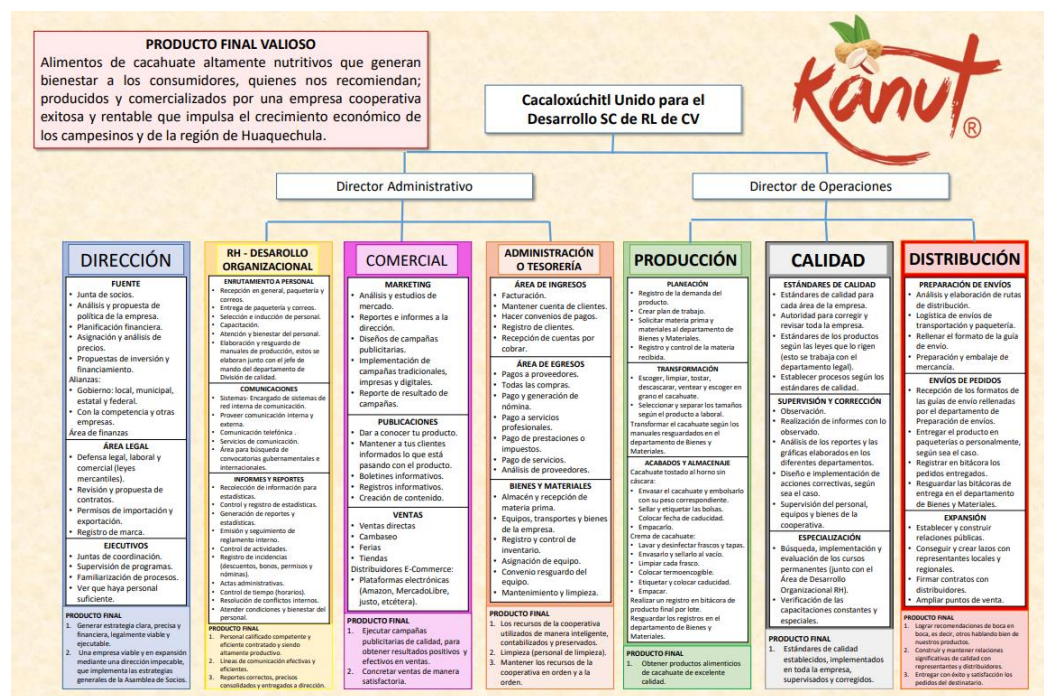
Objetivo Principal: Incrementar el bienestar social, educacional, económico, ambiental y de consumo responsable en las familias de los socios, por medio de la producción y comercialización de la Crema de Cacahuete, siendo este último un producto alimenticio de calidad que ayude al mejoramiento de la salud, gracias al alto valor nutrimental, la desincorporación de conservadores y saborizantes artificiales en la ingesta diaria de la población que lo adquiera.

Objetivo Secundario: crear fuentes de empleo para aumentar el arraigo de las familias en su lugar de origen, ayudando a disminuir la expulsión de mano de obra a los Estados Unidos de América.

2.3 Organigrama kanut

Figura 1

Organigrama de la empresa.



Nota. Fuente: Cooperativa Kanut.

2.4 Matriz FODA, MEFI y MEFE.

El análisis de la matriz FODA, proviene de las siglas SWOT, (strengths, weaknesses, opportunities, threats) lo que significa en español fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Esta se basa en hacer una evaluación de ciertos factores débiles y fuertes que juntos logran identificar la situación interna y externa de la empresa, esta matriz es la base para la realización o formulación de otras matrices como lo son: MEFI, MEFE Y CAME.

En la matriz MEFI se tiene en cuenta los factores internos y externos de la matriz FODA que llegan a influir en el desempeño de la empresa y se evalúan para poder determinar el peso de

las fortalezas y debilidades, para poder comparar el peso ponderado total de estos factores y así determinar si las fuerzas internas en conjunto de la empresa son negativas o positivas.

Por otra parte, la matriz MEFE se evalúa los valores externos de la empresa, donde se establece un análisis cuantitativo simple de estos factores, es decir oportunidades y amenazas, la clave de esta matriz es el peso ponderado de las oportunidades sea mayor que el de las amenazas, si es al contrario significaría que la empresa debe aprovechar las oportunidades externas y evitar las amenazas externas. (Ponce Talacón, 2007)

A continuación de muestra la tabla 1 en donde se hace la evaluación de factores externos e internos.

Tabla 1

Matriz EFE y EFI

FACTORES EXTERNOS E INTERNOS
(Matriz EFE y EFI)

<u>Factor</u>	<u>Elementos</u>
<u>Fortalezas</u>	<p>Sabor y calidad del cacahuate. Marca registrada. Legalmente constituidos, emiten facturas. Cooperativa compuesta por mujeres. Productos 100% naturales sin químicos ni saborizantes o conservantes. Amplia variedad de productos. Apoyan a la economía local, creando empleos</p>

Página de internet y redes sociales.

Cuenta con años de experiencia.

Dificultad para concientizar a los socios desde la perspectiva de que otro mundo es posible con otras prácticas.

No contar con la cantidad de socios necesarios para la expansión de la cooperativa.

Falta de financiamiento y apoyo para mejoras en maquinaria y equipo.

No posee tanta presencia en el mercado.

Falta de certificaciones.

No contar con todo el equipo necesario para la producción hecho en acero inoxidable grado alimenticio.

Poca publicidad.

Poca presencia en tiendas de distribución

Lejanía de la comunidad a la ciudad

Fomento de alianzas con uniones de cooperativas,

organizaciones y empresas de la Economía Social y Solidaria

Tendencia y fácil acceso a cursos y ventas por internet.

Debilidades

Oportunidades

	Mejora en la percepción del mercado en las cualidades nutritivas y saludables del cacahuate.
	Aumento del interés por parte del mercado en productos saludables.
	Disponibilidad de espacios en cadenas de supermercados que vendan productos nutritivos y saludables.
	Competencia con marcas nacionales.
	Fluctuaciones en los costos.
<u>Amenazas</u>	Restricciones del mercado colombiano.
	Costo del producto final en exportación.

Nota. Fuente: Cooperativa Kanut.

2.5 Matriz CAME

El análisis CAME es una matriz que sirve para desarrollar estrategias, basadas en los datos que se obtuvieron en el análisis FODA, estos datos se relacionan con las acciones y estrategias que queremos llevar a cabo en la empresa, para esto se tiene en cuenta: corregir debilidades, afrontar amenazas, mantener fortalezas y explotar oportunidades. (Amazon business, 2022), esta matriz se presenta en la tabla 2.

Tabla 2*Matriz CAME*

	<u>FA</u>	<u>DA</u>
<u>Análisis externo</u>	<p>1. Mantener la calidad y autenticidad de los productos naturales y sin químicos que son la marca distintiva de la cooperativa.</p> <p>2. Continuar apoyando la economía local y fomentando el cooperativismo en la región.</p> <p>3. Mantener y mejorar la presencia en línea a través de la página web y las redes sociales.</p> <p>4. Conservar las relaciones saludables con el SAT y la emisión de facturas comerciales.</p>	<p>1. Afrontar la competencia mediante la mejora de la calidad y la diferenciación de productos, resaltando la autenticidad y la producción artesanal.</p> <p>2. Abordar la lejanía de la comunidad mediante la expansión de puntos de distribución.</p> <p>3. Aumentar la publicidad y la visibilidad de la cooperativa a través de estrategias de marketing.</p> <p>4. Buscar certificaciones relevantes para los productos y el proceso de producción.</p>
<u>Análisis interno</u>	<p>1. Utilizar las alianzas con uniones de cooperativas, organizaciones y empresas de la Economía Social y Solidaria para así lograr expandir la red de distribución.</p> <p>2. Aprovechar las oportunidades de crecimiento personal de las socias y organizacional mediante la educación continua y la actualización en ventas por medios webs.</p> <p>3. Emplear la consolidación como cooperativa social a nivel regional y estatal, promoviendo los valores y objetivos.</p>	<p>1. Implementar programas de formación y desarrollo personal, para ayudar a la reeducación y concienciación entre los miembros de la cooperativa.</p> <p>2. A través de estrategias de integración y orientación abordar la pérdida de los socios, y la entrada de nuevos.</p> <p>3. Trabajar en la concienciación sobre formas de convivencia tradicionales y cooperativismo entre la comunidad.</p>

4. Concientizar el trabajo detrás de la elaboración artesanal de los productos para aumentar el reconocimiento de la empresa por parte de autoridades y consumidores.	4. Obtener financiamiento y apoyo para mejorar la maquinaria y el equipo, especialmente para cumplir con los estándares de acero inoxidable grado alimenticio.
---	--

Nota. Fuente: Elaboración propia.

2.6 Objetivos y metas de internacionalización de la cooperativa

Los objetivos de exportación por los cuales la marca Kanut quiere internacionalizarse van en el sentido de impulsar los objetivos originales de la empresa para así traspasar fronteras con la calidad de productos que se elaboran así se dará a conocer esta marca a nivel internacional, esto ayudaría de manera positiva tanto a la empresa como a sus socios, es así como podrán establecer una economía nivel escala, lo que implica la creación de empleos y concientizar a la personas a nivel internacional del consumo de productos saludables.

Para comenzar se quiere exportar al mercado colombiano, el producto estrella de la empresa el cual es la Crema de Cacahuete Kanut que contiene alto valor nutritivo esto beneficiara los consumidores colombianos.

2.6.1 Metas

- Incursionar en el mercado colombiano con el producto estrella, la crema de cacahuete.
- Que la marca Kanut sea reconocida a nivel internacional para así expandir su mercado a Colombia y otros países.
- Que Kanut se posicione entre las marcas conocidas en mercado colombiano.
- Que la cooperativa tenga un crecimiento para poder lograr sus objetivos y ayudar a la economía social.

3 Producto para internacionalizar

3.1 Características del producto sin procesar (cacahuete)

3.1.1 Características alimenticias

El cacahuete es originario de América del Sur que llegó a México en la época prehispánica, lo descubrieron los españoles en el mercado de Tenochtitlán, este producto contiene un gran valor nutricional gracias a que contiene grandes cantidades de magnesio, ácido fólico, cobre, vitamina E y arginina, el consumo de este logra ayudar al sistema nervioso central, previene enfermedades del corazón, ayuda a la pérdida de peso y la salud de la piel. (Gobierno de México, 2018)

3.1.2 Ficha técnica

La ficha técnica se mostrará en la tabla 3:

Tabla 3

Ficha Técnica del Cacahuete

FICHA TÉCNICA DEL CACAHUATE	
Nombre popular:	Cacahuete, cacahuete, maní
Nombre científico:	Arachis Hypogaea
Familia:	Leguminosae
Subfamilia:	Papilionoideae
Variedad:	Virginia
Altura:	De 20 cm a 60 cm
Brote Principal:	Recto, laterales, extendidos y rastreros
Particularidad:	Fruto maduro dentro de la tierra
Climatología:	Tropical, subtropical, árido

Nota. Fuente: Cooperativa Kanut

3.2 Características del producto seleccionado para la exportación

La crema de cacahuete es una pasta elaborada de cacahuates tostados o molidos, puede ser salada o endulzada, adicionalmente la crema de cacahuete de Kanut es auténtica libre de químicos, conservadores y saborizantes artificiales.

3.2.1 Valor agregado:

El valor agregado que tienen cada uno de nuestros productos es que son 100% naturales, libre de químicos, de conservadores, de saborizantes artificiales y además el cultivo se realiza de manera agroecológica, por ende, en el caso de nuestro producto estrella estamos ofreciendo únicamente cacahuete con su propio aceite que también es elaborado dentro de nuestra empresa.

3.2.2 Modo de uso

El modo de empleo de la crema de cacahuete es a nivel culinario, este aporta propiedades para añadir sabor y textura usualmente se disfruta untado en sobre un pan o sándwich, manzana, apio, en licuados energizantes, también al ser crema de cacahuete pura es recomendado por nutriólogos para personas sobrepeso, diabéticos, deportistas o personas fitness.

3.2.3 Presentación:

Auténtica: Sin azúcar, aporta únicamente 31 kilocalorías, contiene 0.4 gramos de fibra dietética. Está disponible en frasco de vidrio de 250 gramos y 850 gramos y cubeta de 4kg.

Esta presentación se puede evidenciar en la imagen 1.

Imagen 1

Presentación Auténtica




Nota. Presentación de la crema de cacahuete auténtica. Tomado de (KANUT, 2023)

3.2.5 Ficha técnica de la crema de cacahuete

En la siguiente tabla 4 se presenta la información de la ficha técnica

Tabla 4*Ficha Técnica del Cacahuete*

Nombre comercial del producto	Crema de Cacahuete Auténtica KANUT®
Descripción del producto	<p>La Crema de Cacahuete Auténtica KANUT® es una pasta elaborada a base del cacahuete escogido con la mejor calidad, tostado y molido.</p> <p>Sin azúcar añadida, aporta únicamente 241.56kcal, contiene 0.42g de fibra dietética e incluye trocitos de cacahuete.</p>
Presentaciones	<p>Frasco de vidrio de 250g</p> <p>Frasco de vidrio de 850g</p>  <p>Cubeta de 4kg</p>


	Colesterol	0.0mg	
	Carbohidratos (Hidratos de Carbono)	7.21g	
	Fibra dietética	0.42g	
Tipo de conservación	No necesita refrigeración, se debe mantener bien cerrada, en un lugar alejado de los rayos solares, fresco y seco, a una temperatura no mayor de 27°.		
Caducidad	Dos años.		

Nota. Fuente: Cooperativa Kanut

3.3 fracción arancelaria

Imagen 3

Fracción arancelaria de la crema de cacahuete

Sección	IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados			
Capítulo	20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas			
Partida	2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte.			
	2008.10	- Frutos de cáscara, maníes (cacahuets, cacahuets) y demás semillas, incluso mezclados entre sí:			
	2008.11	-- Maníes (cacahuets, cacahuets):			
	2008.11.90	--- Los demás			
Código	Comp	Supl	Designación de mercancías	Perfil	Notas
2008.11.90.00			--- Los demás		

Nota. Clasificación correspondiente a la crema de cacahuete. Tomado de (Dian, 2023)

4 Aspecto técnico

4.1 Capacidad de producción

La capacidad de producción de Kanut de crema de cacahuete es de 1100 frascos de vidrio de 8.81 o mensuales, esta producción puede ser constante y es lo máximo que pueden llegar a producir mensualmente en este momento, pero estos productos se elaboran sobre demanda al ser 100% naturales.

No se suministraron los costos de la producción de la crema de cacahuete.

4.2 Cantidad de producto disponible para la venta internacional.

La oferta exportable de crema de cacahuete se maneja con la producción mensual del producto es por esto que se determinó exportar 1100 frascos de crema de cacahuete mensualmente hacia Colombia; orientando toda su producción hacia el mercado extranjero, siendo esta una oportunidad de revalorizar el producto.

4.3 Control de calidad

EL control de calidad que se maneja es estandarizando el proceso de producción con manuales de producción y de bitácora de incidentes e implementando una lista de comprobación antes, durante y después del proceso. Este se hace de manera visual y palpable, es decir se revisa que todo este conforme al manual que se tiene establecido.

4.4 Diseños (Envase, Etiquetado, Embalaje)

- Características químicas y características físicas: Debido al tipo de envasado al vacío, su tiempo de vida es de 1 año (ver fecha de consumo preferente impreso en la etiqueta), no necesita refrigeración, se recomienda mantener en un lugar fresco, seco y oscuro. Búsquela por la etiqueta color verde.

- Sin azúcar, aporta únicamente 31 kilocalorías, contiene 0.4 gramos de fibra.
- Acorde a la Norma Oficial Mexicana sobre etiquetado NOM-051 “este producto no contiene sellos, ni leyendas”.

Detalles de su embalaje: caja de cartón con 20 frascos de vidrio de 8.81 oz cada una.

Dimensiones de la caja: 37cm X 28 cm X 14 cm de 13.21 lb cada caja.

- Pallet medidas: 1mt X 1mt X 80cm, contiene 30 cajas de cartón (37cm X 28 cm X 14 cm de 13.21 lb cada caja) con 20 frascos de vidrio de 8.81 oz cada una, en total

contiene 600 frascos, el peso total del producto sobre el pallet es: 418.50lb (190 kg)

4.5 Proveedores

Los proveedores de Kanut son campesinos productores de cacahuate socios y no socios de la cooperativa que se ubican dentro de la comunidad y la región, proveedor de frascos y botellas, de piloncillo, chile, ajo y bolsas de celofán.

En total se cuenta actualmente con 5 productores de cacahuate, la cantidad que estos proveen es de 1 tonelada máximo a 800 kg mínimo al año, sin embargo, hay más productores en el resto de la comunidad, así como de la región, las compras se hacen en la temporada de cosecha del cacahuate entre noviembre y diciembre y a mitad de año junio o julio. Por lo que si la producción llegara aumentar se podría aumentar el número de proveedores.

5 MERCADO

5.1 Segmentación de mercado

5.1.1 Geográfica

Continente: América

País: Colombia

Religión: Indistinta

Ciudad: Principales ciudades del país; Bogotá, Medellín, Cartagena y Cali

5.1.2 Demográfica

Edad: Adultos jóvenes (25 a 44 años)

Generación:

Millennials y generación Y, nacidos entre 1981 y 1993.

Centennials o generación Z, nacidos entre 1997 y 2010.

Nacionalidad: Indistinta, residentes en Colombia.

Oficio o profesión: Indistinta

5.1.3 Socioeconómica

El poder adquisitivo para consumidores de crema de cacahuete es de población de ingresos y medio altos y alto o que quiere decir que pertenecen al estrato socioeconómico 5 y 6, estos corresponden a los más altos que se encuentran en el país, se encuentran los usuarios

con mayores recursos económicos, estos pagan sobrecostos (contribución) sobre el valor de los servicios públicos domiciliarios. (DANE, 2023)

Los consumidores de ingresos altos buscan y valoran la calidad, autenticidad, valor agregado de los productos por esto están dispuestos a pagar por productos importados que tengan las características que buscan en este.

Los consumidores con ingresos medios van en busca de productos de buena calidad, pero con precios razonables, a esto se le suma la población que su estilo de vida es saludable, por lo que se puede atraer esta categoría por ser una crema de cacahuete natural sin químicos.

5.1.4 Psicográfico

Estilo de vida:

- Consientes por la salud: Buscan productos que aporten a su bienestar, porque buscan productos que sean buenos para su salud, porque están dispuestos a pagar más con tal que estos no tengan azúcares, aditivos y bajos en grasa.
- Orgánico y natural: buscan alimentos y productos que sean orgánicos y naturales, buscan productos no contengan químicos, por lo que esta crema de cacahuete es la ideal.
- Vegetarianos y veganos: Personas que siguen una dieta vegetariana o vegana buscan productos que se ajusten a su estilo de vida.
- Entusiasma del fitness y deporte: Aquellos que hacen ejercicio regularmente buscan opciones de alimentos saludables para apoyar su estilo de vida activo. La crema de cacahuete puede ser una fuente de proteínas y energía para ellos.

Aun cuando los consumidores colombianos, están menos dispuestos que el promedio de los latinoamericanos a cambiar su dieta diaria se ve un aumento cada vez más en el carrito de mercado de la familia colombiana, cada vez hay más productos saludables y personas con diferentes rasgos que apuestan por ellos, lo que haciendo de este segmento una oportunidad de crecimiento para fabricantes. (Nielsen, 2018)

Rasgos de personalidad: Son personas motivadas, perseverantes, preocupadas por su salud.

5.1.5 Conductual

Ocasión de compra: Salud y dietas.

Beneficios buscados: alimentos que sean naturales y que no contengan azúcares, químicos y alto en grasas

5.2 Competencia del producto:

Las marcas que se consiguen de mantequilla de maní sin azúcares y químicos en Colombia, en los grandes supermercados de cadena y tiendas saludables son:

Marcas:

WAKEUP: Empresa colombiana, que se especializa en alimentación funcional y saludable.

ARACHIS: Pequeña marca colombiana que hace mantequilla de maní natural.



TOSH: Marca tradicional colombiana, dirigida al cuidado personal sin sacrificios de los consumidores.


Estás marcas las podemos encontrar en los principales supermercados de cadena en Colombia como: Éxito, olímpica y jumbo y una tienda natural ubicada en la ciudad Medellín llamada

lacteastería by mercaviva o por medio de la página web. A continuación, se muestra la comparativa de precios de las marcas en la tabla 5

Tabla 5

Comparativo de precios con la competencia

PRECIO 360 gramos	JUMBO	ÉXITO	OLIMPICA	MERCAVIVA
<p>WAKEUP</p> 	<p>COP 32.190</p> <p>MXN 138,54</p> <p>USD 7,63</p>	<p>COP 36.800</p> <p>MXN 158,38</p> <p>USD 8,72</p>	<p>COP 36.650</p> <p>MXN 157,74</p> <p>USD 8,69</p>	<p>COP 22.900</p> <p>MXN 98,56</p> <p>USD 5,43</p>
<p>ARACHIS</p> 	-	-	-	<p>COP 22.000</p> <p>MXN 94,68</p> <p>USD 5,22</p>
TOSH	<p>COP 15.590</p> <p>MXN 67,10</p>	<p>COP 14.100</p> <p>MXN 60,68</p>	<p>COP 16.900</p> <p>MXN 72,73</p>	-

	USD 3,70	USD 3,34	USD 4,01	
---	----------	----------	----------	--

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Tipo de cambio del 24 de octubre de 2023

COP a MXN

1 COP= 0.0043 MXN (Banco de la Republica de Colombia , 2023)

COP a USD

1 COP=0.00024 USD (Banco de la Republica de Colombia , 2023)

5.3 Potencial de venta

Perfil y comportamiento del consumidor: En Colombia, este año la alimentación saludable ha estado en tendencia ya que la conciencia sobre los beneficios de los alimentos. Por lo que cada vez más los consumidores están en la busca de productos que le puedan ofrecer mantener este estilo de vida, que contenga bajo niveles de azúcar, que no tengan químicos, que tengan grandes fuentes de proteína, por lo que la crema de cacahuete es ideal para este tipo de consumidores como lo son: las personas fitness, personas con enfermedades que tienen que cambiar su vida a la saludable y personas mayores que tienen más conciencia por su salud. (Nielsen, 2018)

5.4 Potencial del mercado

Tendencia de consumo de productos saludables en Colombia

El auge de la comida saludable en Colombia, se vio en aumento tras la pandemia del Covid-19, pero empezaron en el año 2017 esto dio a paso al fortalecimiento de productores, distribuidores y comerciantes de productos que contengan bajo azúcares, grasas saturadas, gluten o conservantes, se ha estipulado que es una industria emergente que ha crecido y continuará creciendo, estas compras por parte de los consumidores no solo se han evidenciado en tiendas minoristas que los comercializan, si no ha impulsado a las empresas que se dedican a la producción y fabricación de alimentos saludables en todo el país.

Se estima que el 78% de los colombianos ha aumentado su conciencia en hábitos alimenticios a la hora de comprar alimentos, también se tiene en cuenta que el crecimiento de este sector está ligado también a las intolerancias de alimentos desde temprana edad, alergias alimenticias y las creencias de médicos funcionales (Semana, 2022)

Tendencia de importación del maní

Las importaciones de 2021 en Colombia alcanzaron los \$28'607.871 dólares (CIF), las 5 principales empresas importadoras fueron:

- 1. Compañía Nacional De Chocolates SAS:** Con \$9'038.257 dólares (CIF).
- 2. Manitoba SAS:** Con \$5'928.124 dólares (CIF).
- 3. PepsiCo Alimentos Colombia Ltda.:** Con \$2'979.365 dólares (CIF).
- 4. CI Semar-Comsemar SAS:** Con \$1'607.056 dólares (CIF).
- 5. Global Trading De Colombia SAS:** Con \$1'341.847 dólares (CIF). (Treid , 2022)

5.5 Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es un instrumento de trabajo estratégico que analiza las fuerzas externas que pueden llegar a afectar una empresa, esta palabra es acrónimo de los elementos que pueden predecir el futuro de una organización, este tiene en cuenta los siguientes factores: políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ecológicos, en la tabla 6 se muestra la matriz PESTEL para la exportación de crema de cacahuete a Colombia. (IEBS, 2023)

Tabla 6

Matriz de Análisis PESTEL

Factor	Descripción	Oportunidad	Amenaza
Político	<p>Tratado de libre comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia.</p> <p>Colombia y México han estado vinculados desde 1995, de este acuerdo también hacia parte Venezuela hasta el año 2006. Este tratado incluyó apertura de mercados para bienes y servicios y logro establecer reglas en materia de comercio exterior e inversión, implementando un programa de desgravación, donde quedo excluida la gran parte del sector agropecuario. Lista de desgravación (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2018)</p> <p>En el intercambio comercial que ha tenido Colombia y México 5.927.000 dólares, las exportaciones de México a Colombia han sido de 4.175.000 dólares y las importaciones de México desde Colombia son de 1.752.000 dólares, y se evidencia que la balanza comercial entra estos dos países tiene un superávit de 923.848 dólares. (Embajada de México en Colombia, 2023), este tratado ha beneficiado a muchos productos en desgravación arancelaria, para la fracción 2008119000 el arancel es del 0%.</p>	1	

	<p>Alianza del pacifico</p> <p>Otro acuerdo comercial entre estos países es la Alianza del pacifico que está conformado por Chile, Colombia, México y Perú entro en vigor mediante el acuerdo marco en el 2015 y su protocolo comercial en el 2016. Este es un mecanismo de integración económica y comercial que tiene un enfoque de integración económica y comercial que se sustenta en cuatro elementos fundamentales: la libre circulación de mercancías, servicios, inversiones y personas, junto con un elemento central de colaboración. Es una estrategia de integración novedosa y adaptable que se guía por objetivos concretos, realistas y que concuerdan con el enfoque de desarrollo y política exterior de Colombia. Es importante destacar que este enfoque no tiene como objetivo competir con otras iniciativas regionales. (GOV.CO, 2023)</p> <p>Gracias a esta alianza la crema de cacahuate se ve favorecida en la lista de desgravación arancelaria de Colombia para los países de la Alianza del Pacifico en su partida arancelaria 2008119000 la cual antes del 2014 era del 20% y quedo del 0%.</p>	1	
Económico	<p>Colombia ha mantenido una sólida gestión macroeconómica y fiscal a lo largo del tiempo, basada en la adopción de un régimen de inflación objetivo, la flexibilidad del tipo de cambio y la implementación de un marco fiscal moderno. Estos elementos proporcionan una base sólida para garantizar la estabilidad macroeconómica, un factor crucial para la reducción de la pobreza.</p>	1	

	<p>En el año 2022, el Producto Interno Bruto (PIB) experimentó un crecimiento significativo, alcanzando una tasa del 7,3%. Sin embargo, la economía comenzó a mostrar signos de sobrecalentamiento, con la actividad económica superando su capacidad máxima, un aumento en la inflación y un déficit alto en la cuenta corriente. (Banco Mundial, 2023)</p> <p>El consumo de mantequilla de maní en Colombia es bastante bajo, en promedio de consumo es de 5 gramos per cápita al año.</p> <p>Tasa de Cambio: 1 MXN = 231 COP (24 de octubre 2023)</p>		1
Socio - cultural	<p>Demografía:</p> <p>Población total 2023: 52.215.503</p> <p>Mujeres 51,2 %</p> <p>Hombres 48,8%</p> <p>Grupos de edad: 0-14 años = 22.6% 15-65 años: 68,2% 65 años y más = 9,1 % (DANE, 2023)</p>		1
	<p>Estilo de vida: Hábitos y tendencias</p> <p>A pesar de que los colombianos muestran una menor disposición que el promedio de los latinoamericanos para cambiar sus hábitos alimenticios y hacer ejercicio, se ha notado un aumento en la presencia de productos saludables en las compras de las familias en Colombia. Este crecimiento se ha convertido en una oportunidad para los fabricantes y minoristas en el país. En el 90% de los hogares colombianos, se encuentra al menos un producto de la Canasta Saludable Nielsen, que se compra semanalmente con un costo promedio de \$4.300. Se ha observado que los hogares de nivel socioeconómico medio alto y alto en Bogotá y Cartagena son los que consumen más alimentos saludables, y esta tendencia está en aumento.</p>		1

	<p>A pesar de que los productos de la Canasta Saludable son en promedio más costosos que los productos regulares, se ha observado un crecimiento constante en su demanda, lo que indica que la alimentación saludable está ganando importancia en la mente del consumidor colombiano. (NIQ, 2018)</p> <p>Costumbres</p> <p>En Colombia se tiene la creencia que comer maní, reduce la ansiedad de comer dulces.</p>		
	<p>Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vulnerables: dentro de esta categoría se incluyen quienes obtienen ingresos entre los \$420.676 y \$780.292. - Clase media: el rango de ingreso mensual per cápita es de \$780.292 a \$4'201.570. - Clase alta: el porcentaje de personas pertenecientes a esta división corresponde a aquellos con ingresos mayores a los \$4.201.570 COP. (Portafolio, 2023) 		1
Tecnológico	<p>Comercio electrónico</p> <p>El habito de comprar en Colombia por internet se ha acelerado debido al crecimiento acelerado que tuvo en la pandemia, para esto tienen en cuenta ciertos factores como que los productos cuentan con puntos físicos, posibilidad de pagar contra entrega, reembolsos y pasarelas de pago conocidas. Los productos que más compran en línea son tecnología, moda y accesorios, hogar y muebles, y electrodomésticos, y los que menos compran por las barreras que aún se tienen son: computadores, colchones y materiales de remodelación. (Gómez Guasca, 2022)</p>	1	

	<p>Infraestructura logística En Colombia la infraestructura logística se encuentra atrasada en carreteras, vías férreas, puertos y aeropuertos, lo que ocasiona que el país se posicione en niveles inferiores en comparación con otros países de Latinoamérica y el resto del mundo. Se ha identificado que estas barreasen afectan a los que se dedican a prestar el servicio de logística, uno de los mayores obstáculos es la falta de zonas de cargue y descargue de los productos, la carencia de infraestructura, congestión vial, falta de talento humano y alto precios en las bodegas. (Legiscomex, 2023)</p>		1
Ecológico	<p>Cambio climático Colombia es un país altamente vulnerable a los efectos del cambio climático, y considera el aumento de las emisiones como un riesgo directo para sus posibilidades de desarrollo sostenible. Para el Estado colombiano el cambio climático es un asunto primordial que debe ser atendido de manera urgente.</p>		1
	<p>Políticas medioambientales Las regulaciones ambientales en Colombia están destinadas a proteger y conservar el medio ambiente y los recursos naturales del país mediante diferentes leyes. Para la crema de cacahuate se debe tener en cuenta: Buenas prácticas manufactureras: Estas prácticas incluyen medidas para prevenir la contaminación y garantizar la seguridad del producto. Residuos y Contaminación Ambiental: Las empresas alimenticias también están sujetas a regulaciones ambientales generales en lo que respecta a la gestión de residuos y la prevención de la contaminación ambiental.</p>		1
	<p>Empaques Envases sostenibles: Los consumidores están cada vez más preocupados por los envases y buscan productos en envases respetuosos con el medio ambiente, como envases reciclables o biodegradables.</p>	1	

	<p>Leyes de protección del medio ambiente</p> <p>La ley general ambiental de Colombia es la ley 99 de 1993 esta fue creado por el Ministerio de Ambiente.</p> <p>Ley 2232 de 2022 en esta se establece tendientes a la reducción gradual de la producción y consumo de ciertos productos plásticos.</p> <p>Resolución 1407 de 2018, esta fomenta el aprovechamiento, la innovación y el ecodiseño de los envases y empaques que se ponen en el mercado.</p>	1	
	<p>Conciencia social ecológica</p> <p>las personas están tomando conciencia ambiental y buscando formas de reducir el impacto del calentamiento global. Cambiar los hábitos alimenticios es una forma importante de contribuir. Al reducir el consumo de carne y optar por cultivos biodiversos, se puede disminuir la huella de carbono y proteger la naturaleza, los recursos y los animales. (Institucional Colombia, 2021)</p>	1	
Legal	<p>Los requisitos necesarios para importar a Colombia son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tramitar Registro de importación, según lo establecido en el Decreto 925 de 2013, artículo 25, numeral 6. (Productos sometidos a control sanitario dirigido a preservar la salud humana). 2. Los productos deben contar con Registro, Permiso, Notificación o Autorización Sanitaria, según lo establecido en la normatividad sanitaria específica para cada producto. 3. Cumplir con el Rotulado, según lo establecido en la normatividad sanitaria específica para cada producto. 		1

Nota. Fuente: Elaboración propia.

En la matriz PESTEL se tuvieron en cuenta 15 elementos a calificar de los cuales 9 resultaron ser oportunidades, gracias a este resultado se evidencia un primer análisis externo positivo para que la empresa logre la exportación de la crema de cacahuete a Colombia

6 Estrategias de Comercialización

6.1 Producto

6.1.1 Adaptación del producto para el mercado colombiano.

Para introducir los productos Kanut al mercado colombiano se sugiere hacer modificaciones en la presentación adecuándose a las preferencias de percepción de los consumidores colombianos. Considerando que al nicho de mercado al que se dirige es un segmento exigente y el producto tendrá un costo considerable, se proponen adecuaciones en la imagen de marca y el envase, al mismo tiempo que si se compara con la competencia se evidencia que sus envases son más atractivos para el segmento elegido.

También se tiene que hacer modificaciones a la etiqueta, en primera instancia se debe adecuar a la norma colombiana y por otra parte es importante saber que la palabra “Cacahuete” no es conocida en este país, por lo que se sugiere reemplazar con la palabra “Maní”, es así como los consumidores podrán saber fácilmente la base e ingrediente principal del producto y lo podrán elegir respecto a la competencia.

Dentro de las principales recomendaciones, se propone:

Modificar el color del etiquetado para darle un toque más sofisticado, atractivo y en combinación con el producto se propone el color amarillo que, de acuerdo con el marketing, se asocia a la felicidad, alegría, estimula el apetito y combina perfecto con el color del producto, dando imagen más natural y orgánica al producto, características que destacan como valor agregado.

Mencionar que es un producto “artesanal” y “hecho en México”, logrando distinguir estos dos atributos que también, se pretende, logren posicionarse entre los consumidores más exigentes y curiosos por productos nuevos.

Adecuar la etiqueta según la norma colombiana;

Etiqueta actual

Figura 3

Etiqueta actual de KANUT



Nota. Fuente: Cooperativa Kanut.

Etiqueta adecuada al mercado colombiano

Figura 4

Etiqueta Adecuada para el Mercado Colombiano.



Nota. Fuente: Elaboración Propia.

Adecuación de la norma:

Figura 5

Etiqueta con norma colombiana.



Nota. Fuente: Elaboración Propia.

Mediante la resolución 810 de 2021 de la norma colombiana se tuvieron en cuenta los siguientes artículos los cuales especifican que debe llevar la etiqueta para el mercado colombiano:

- Artículo 5: Propósitos y características de etiquetado o rotulado nutricional.

Este artículo indica que contenidos nutricionales contiene el alimento en la etiqueta, lo que ayuda al consumidor para la toma de una decisión informada. Para esto no debe contener información falsa, no debe contener información cuantitativa exacta de lo que las personas deben comer para estar saludables, se deben presentar los principios nutricionales con evidencia científica, información completa y que la información presentada en la etiqueta no induzca hábitos alimenticios no saludables.

- Artículo 17: tipos de declaraciones de propiedades nutricionales
- Artículo 17. 3: declaración de propiedades de no adición: se entiende que cualquier declaración de propiedades de que no se ha añadido un ingrediente a un alimento, sea directa o indirecta.
- Artículo 22: términos o descriptores permitidos para las declaraciones tipo no adición

- Artículo 22.1: “sin azúcares añadidos” esta leyenda se puede proporcionar si se cumple con lo siguiente: cuando el producto no se le ha añadido ningún tipo de azúcares, no contiene ningún ingrediente que contenga azúcares y no se utiliza ningún medio que en el procesado pueda incrementar el contenido de azúcares.
- Artículo 33: Sello positivo
Este sello debe ir en el producto cuando cumple diferentes características, tamaños y ubicación definidos.
- Artículo 33.5 Dimensiones y ubicación del sello: se ubicará en la parte inferior de la cara frontal de la etiqueta.

Finalmente, se propone cambiar el envase de vidrio actual, por uno más moderno y minimalista que combine con la propuesta de un producto de alta gama, logrando una imagen integral y atractiva, destacando todos los elementos de valor relevantes para el mercado.

Envase actual de Kanut:

Imagen 4

Envase actual



Nota. Presentación actual de envase de la crema de cacahuete. Tomado de (KANUT, 2023)

El envase de vidrio que actualmente tiene Kanut, se recomienda cambiarle la forma de este y la tapa a de aluminio color dorado.

Figura 6

Sugerencia de envase con etiqueta.



Nota. Fuente: Elaboración Propia.

Dimensiones de envase

Tamaño:

Largo: 10.05 cm

Ancho: 6.3 cm

Profundidad: 10.05 cm

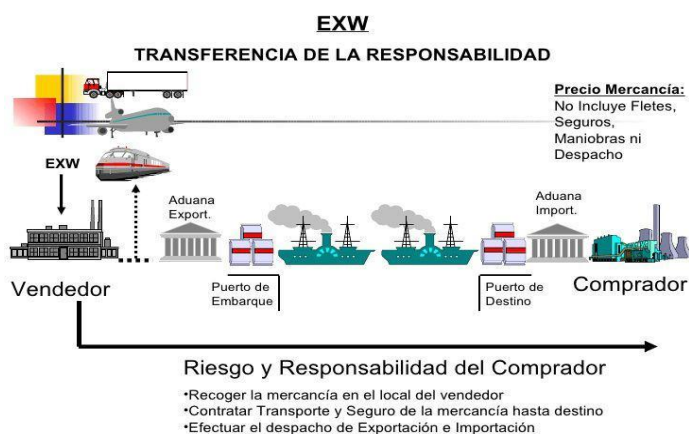
6.2 Plaza

6.2.1 Plan logístico

Incoterm: El incoterm que se escogió para esta exportación es Ex -Works, que significa puesto en fábrica, en este caso Kanut entrega las mercancías en sus instalaciones, mientras el comprador asume los riesgos y costos relacionados con el transporte de la carga y despacho de los productos, este incoterm es la opción más adecuada para aquellos exportadores que no tienen experiencia logística y que apenas están iniciando su trayectoria en exportaciones, ya que las responsabilidades del vendedor se limitan a la preparación de la mercancía y asegurarse que esté lista cuando se recoja la mercancía.

Imagen 5

Explicación del incoterm



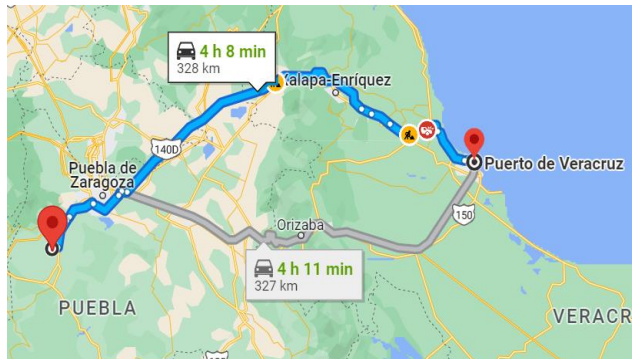
Nota. Explicación grafica del incoterm EXW. Tomado de (CST Grupo, 2023)

En cuanto al transporte que tendrá la exportación es multimodal ya que será por medio de vía terrestre para luego pasar a ser marítimo y regresar al terrestre para llegar a su destino final. El transporte de la mercancía desde el punto de la fábrica en Cacaloxúchitl, Puebla hasta el puerto de Veracruz se realizará por transporte de carga terrestre por medio de la empresa de carga

ED Forwarding, éste ofrece servicios de puerta y se encargan de transportar la carga con los protocolos y procedimientos necesarios para poder dar seguimiento a las mercancías.

Imagen 6

Tiempo de recorrido de Cacaloxúchitl a Puerto de Veracruz.

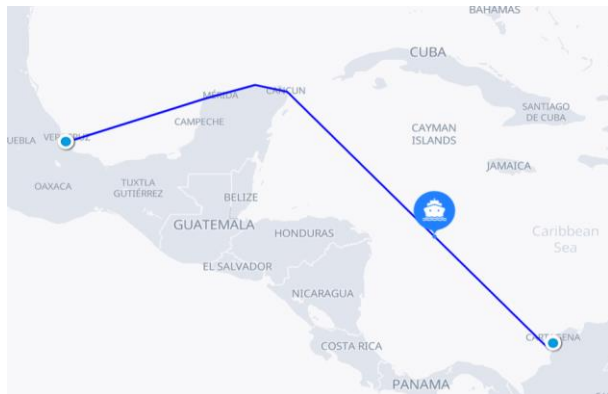


Nota. Recorrido y tiempo desde el punto de recolección de las mercancías hasta el puerto de Veracruz. Tomado de (Google Maps, 2023)

El transporte internacional se realizar por medio marítimo por medio de la empresa Hellman Worlwide Logistics, se debe tener en cuenta que por la cantidad de mercancía será por medio de LCL(Less than Container Load) esto implica que la mercancía ocupa menos espacio total de un contenedor completo, por esto se comparte el contenedor y viajaran distintas mercancías de varios proveedores, la distancia total entre en el puerto de Veracruz y el puerto de Cartagena es de 2.420 km y el tiempo de tránsito es de 25 a 5 días por medio de la naviera Hapag-Lloyd

Imagen 7

Ruta marítima del puerto de Veracruz al puerto de Cartagena



Nota. Recorrido marítimo de las mercancías desde el puerto de Veracruz al puerto de Cartagena.

Tomado de (SEARATES, 2023)

Imagen 8

Líneas navieras en el puerto de Veracruz

LINEAS NAVIERAS CON SERVICIO REGULAR EN EL PUERTO DE VERACRUZ (2020)

Nº	AGENCIA	LINEA NAVIERA	ROTA	TIEMPO DE TRANSITO	T. CARGA	FRECUENCIA
	 HAPAG-LLOYD MEXICO, S.A. DE C.V.	 Hapag-Lloyd Container Line	NBANTO TOMAS DE CASTILLA, PUERTO CORTES, HONDURAS, PUERTO LIMON, COSTA RICA, MANZANILLO, PANAMA, CARTAGENA, COLOMBIA, CAUCEDO, REPUBLICA DOMINICANA, SAN JUAN, PUERTO RICO, HOUSTON, TEXAS, E.E.U.U.	25	CONTENEDORES	SEMANAL
			ALTAMIRA, MEXICO, HOUSTON, TEXAS, E.E.U.U., NEW ORLEANS, LA., E.E.U.U., CARTAGENA, COLOMBIA, SUAPE, BRASIL, SANTIAGO, BRASIL, BUENOS AIRES, ARGENTINA, MONTEVIDEO, URUGUAY, RIO ORANGE DO SUL, BRASIL, NAVEGANTES, BRASIL, RIO DE JANEIRO, BRASIL, CARTAGENA, COLOMBIA.	35	CONTENEDORES	SEMANAL
			ALTAMIRA, MEXICO, HOUSTON, TEXAS, E.E.U.U., NEW ORLEANS, LA., E.E.U.U., CAUCEDO, REPUBLICA DOMINICANA, ALGERIAS, ESPAÑA, VALENCIA, ESPAÑA, PORTO, ITALIA, GENOVA, ITALIA, BARCELONA, ESPAÑA, VALENCIA, ESPAÑA, CARTAGENA, COLOMBIA	15	CONTENEDORES	SEMANAL
			ALTAMIRA, MEXICO, HOUSTON, TEXAS, E.E.U.U., NEW ORLEANS, LA., E.E.U.U., LE HAVRE, FRANCIA, LONDON GATEWAY PORT, INGLATERRA, AMBERES, BELGICA, HAMBURG, ALEMANIA, LE HAVRE, FRANCIA	35	CONTENEDORES	SEMANAL

Nota. Diferentes rutas navieras que salen del puerto de Veracruz con destino y tiempo que tarda.

Tomado de (ASIPONA, 2023).

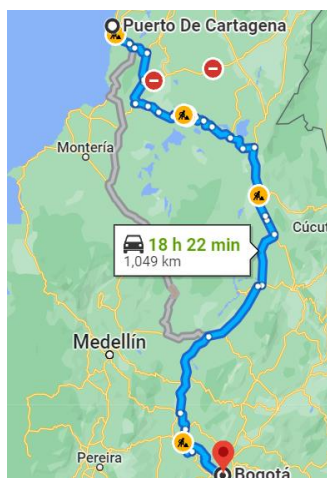
Llegado al puerto de Cartagena en Colombia la mercancía se volverá a utilizar el transporte terrestre para llevarlo a la ubicación final en la ciudad Bogotá, en donde se distribuirá al almacén principal del supermercado Éxito.

Éxito es una cadena colombiana de supermercados e hipermercados pertenecientes al Grupo Éxito que es una empresa multinacional de origen colombiano. Nació en 1905 con la marca Carulla y desde 2023 sus dueños son el Grupo Calleja de origen salvadoreño.

Ellos se encargarán de la distribución a otras sedes. Se ha decidido proponer esta estrategia, ya que, para los primeros procesos de exportación y con la cantidad de producto de oferta exportable con la que se cuenta actualmente resulta la opción más factible y económica para introducirse a nuevos mercados. Esta estrategia pretende servir también como aprendizaje para la empresa para siguientes exportaciones donde cada vez más, con la experiencia, puedan ir tomando más responsabilidades y aumentando su influencia en estos procesos de exportación.

Imagen 9

Ruta desde el puerto de Cartagena a la ciudad de Bogotá



Nota. Recorrido de las mercancías desde el puerto de Cartagena a la ciudad de destino final Bogotá. Tomado de (Google Maps, 2023)

6.3 Precio

6.3.1 Precio de modificación del producto.

Se realizó una cotización con la empresa ULINE, para la obtención de los nuevos costos que tiene el nuevo envase el producto, el resultado fue el siguiente.

Costos del envase

Cada unidad cuesta con tapa 41.80 MXN

Total: $41.80 \times 1200 = 50,160$ MXN

Cotización

Imagen 10

Cotización envase

ULINE .mx 800-295-5510

MI Cuenta | Contacto | Iniciar Sesión Español \$MXN

Buscar

Productos Productos Uline Cotización Express Catálogo Ofertas Especiales Acerca de Nosotros Empleos

Seguir Comprando

Carrito de Compras Vaciar Carrito | Enviar

Agregar Producto por No. de Modelo

Modelo No.	Descripción	Cant.	Precio	Totales	Quitar
S-17983M-GLD	Fracos Rectos de Vidrio Transparente - 8 oz, Tapa Metálica Dorada, 237 ml	1200	\$41.80/c/u	\$50,160.00	

× Productos Relacionados disponibles: [Nuestra Sugerencia](#)

SUBTOTAL = \$50,160.00

Nota. Fuente: Uline

Costos de la etiqueta

Cada unidad cuesta 3.32 MXN

Total: $3.32 \times 1.200 = 4.621$ MXN

Imagen 11

Cotización de etiqueta

MATERIAL		MEDIDA PULGADAS		TIEMPO		SERVICIOS INCLUIDOS		PRECIO		SUBTOTAL		IVA		TOTAL	
160 BLANCO BRILLANTE	7 X 6 cm - 1 al paso	8 días hábiles	Rollo de Etiquetas	1,200	MXN 3.32	MXN 3,984	MXN 637	MXN 4,621							
160 BLANCO BRILLANTE	7 X 6 cm - 1 al paso	8 días hábiles	Rollo de Etiquetas	100	MXN 14.78	MXN 1,478	MXN 237	MXN 1,715							
160 BLANCO BRILLANTE	7 X 6 cm - 1 al paso	8 días hábiles	Rollo de Etiquetas	200	MXN 9.53	MXN 1,907	MXN 305	MXN 2,212							
160 BLANCO BRILLANTE	7 X 6 cm - 1 al paso	8 días hábiles	Rollo de Etiquetas	300	MXN 7.78	MXN 2,335	MXN 374	MXN 2,708							
160 BLANCO BRILLANTE	7 X 6 cm - 1 al paso	8 días hábiles	Rollo de Etiquetas	400	MXN 6.91	MXN 2,763	MXN 442	MXN 3,205							
160 BLANCO BRILLANTE	7 X 6 cm - 1 al paso	8 días hábiles	Rollo de Etiquetas	500	MXN 6.38	MXN 3,191	MXN 511	MXN 3,702							
160 BLANCO BRILLANTE	7 X 6 cm - 1 al paso	8 días hábiles	Rollo de Etiquetas	600	MXN 6.03	MXN 3,620	MXN 579	MXN 4,199							
160 BLANCO BRILLANTE	7 X 6 cm - 1 al paso	8 días hábiles	Rollo de Etiquetas	700	MXN 5.78	MXN 4,048	MXN 648	MXN 4,696							
160 BLANCO BRILLANTE	7 X 6 cm - 1 al paso	8 días hábiles	Rollo de Etiquetas	800	MXN 5.60	MXN 4,476	MXN 716	MXN 5,193							
160 BLANCO BRILLANTE	7 X 6 cm - 1 al paso	8 días hábiles	Rollo de Etiquetas	900	MXN 5.45	MXN 4,905	MXN 785	MXN 5,689							
160 BLANCO BRILLANTE	7 X 6 cm - 1 al paso	8 días hábiles	Rollo de Etiquetas	1,000	MXN 3.56	MXN 3,555	MXN 569	MXN 4,124							
160 BLANCO BRILLANTE	7 X 6 cm - 1 al paso	8 días hábiles	Rollo de Etiquetas	5,000	MXN 3.20	MXN 15,999	MXN 2,560	MXN 18,559							
160 BLANCO BRILLANTE	7 X 6 cm - 1 al paso	8 días hábiles	Rollo de Etiquetas	10,000	MXN 2.67	MXN 26,665	MXN 4,266	MXN 30,931							

Nota. Fuente: Brand Watch SA de C.V.

El total de costos de modificación por producto es igual a:

Envase 41.80 + Etiqueta 3.32: 45.12

1.100 envase x 45.12: 49.632 MXN

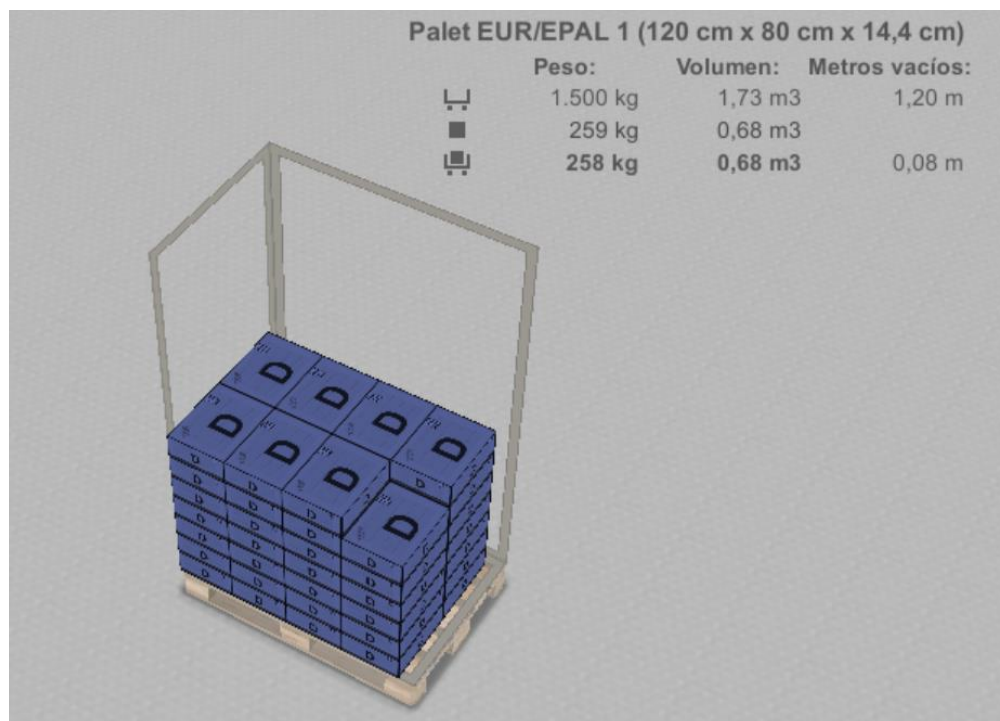
Se empacarán en cajas de cartón con 20 frascos de vidrio de 8 oz cada una. Dimensiones de la caja: 37cm X 28 cm X 12 cm con un peso total de 4.74 kilos

El precio por caja es de 7 con separadores x 55 cajas= 385 MXN

Se utilizarán 55 cajas para la exportación del producto. Estas cajas irán en un pallet europeo cuyas dimensiones son 120 cm x 80 cm x 14.4 cm, en la siguiente imagen se muestra la acomodación de la mercancía en el pallet.

Imagen 12

Acomodación de cajas en el Pallet.



Nota. Fuente: Elaboración Propia.

6.3.2 Costos logísticos

Se pidió una cotización para la exportación de 1.100 unidades de crema de cacahuete, el precio obtenido fue de 1.009 USD

Imagen 13

Cotización

Entrega estimada
jue, 14 de diciembre

Reserve el 23/11/2023 para una recolección estimada el 28/11/2023 confirmada por el servicio de atención al cliente después de la reservación.

Precio desde **USD 1,009.00 ***

[Continuar con la reserva](#)

Factura

[Detalles y complementos](#)

Nota. Fuente: DHL.

Tabla 7*Conversión de monedas*

CONVERSIÓN DE MONEDAS	
Equivalencia de 1,009 USD	Total, cotización
17.17 MXN =1 USD (BANXICO, 2023)	17.328 MXN
4.066 COP =1 USD (Banco de la Republica de Colombia , 2023)	4.103.108 COP
23 de noviembre de 2023	

Nota. Se hizo la conversión de moneda de la cotización de exportación.

Costo total de la exportación

Tabla 8*Costo total exportación*

Descripción	Costo por unidad (MXN)	Unidad por cantidad
Envase	41.8	45980
Etiqueta	3.32	3652
Caja	7	62
Transporte internacional.	1.009	1.009
Total, de costos de modificación y exportación en pesos mexicanos. (BANXICO, 2023)		49.695
Total, de costos de modificación y exportación en pesos colombianos. (Banco de la Republica de Colombia , 2023)		11.777.717
Total, de costos de modificación y exportación en dólares. (BANXICO, 2023)		2.904

Se debe tener en cuenta que es esta tabla no se cuenta con el precio de la producción de la crema de cacahuete, por lo que este no sería el precio final para determinar el valor del producto puesto en Colombia.

Nota. Fuente: Elaboración Propia.

6.3.3 Precio de venta óptimo

No es posible obtener el precio óptimo de la venta debido a que no se proporcionaron los datos correspondientes. Para calcular un precio adecuado, es necesario contar con información relevante, como costos de producción, demanda del mercado, competencia y otros factores que influyen en la fijación de precios. Sin estos datos, cualquier estimación sería especulativa y no estaría respaldada por una base sólida para determinar este precio sea óptimo en mercado colombiano.

En este caso solo se cuenta con los precios de la competencia del producto en el supermercado éxito, que se mostrara en la siguiente tabla 7.

Tabla 9

Precio de la competencia.

WAKEUP (360G)	COP 36.800 MXN 158,38 USD 8,72
TOSH	COP 14.100 MXN 60,68 USD 3,34

Nota. Referencia: Elaboración Propia.

Tipo de cambio del 24 de octubre de 2023

COP a MXN

1 COP= 0.0043 MXN (Banco de la Republica de Colombia , 2023)

COP a USD

1 COP=0.00024 USD (Banco de la Republica de Colombia , 2023)

6.4 Promoción

6.4.1 Relaciones públicas (Ferias comerciales)

Expo Alimentos: Esta feria busca reunir de manera presencial y virtual a los principales proveedores de la industria de alimentos y bebidas con el fin de vivir experiencias a través de distintas soluciones.

Uno de los puntos más importantes de esta feria es como la industria debe ir incorporando más productos saludables y naturales para dar poder dar respuesta a las exigencias del consumidor final el cual cada día se informa más en temas, que anteriormente eran irrelevantes en la toma de decisión para la compra, tales como la lectura del etiquetado, calidad, procedencia y origen de los ingredientes.

Esta feria se da cada año, en la ciudad de Bogotá, en el año 2023 fue el día 16 y 17 de agosto, para asistir a esta feria se registra por medio de la página virtual sin costo.

Para poder mostrar empresas en esta exposición tienes que registrarte y posteriormente enviar un formulario solicitando ser patrocinador de este evento. (Parada Hernández, 2023)

Feria vida sana

En 2023 esta feria inauguró su sexta versión en la ciudad de Bogotá, este promueve pedagogía enseñándoles a los asistentes a conocer los alimentos que compran, a través de la lectura del etiquetado y la tabla de ingredientes de estos. Esta feria la hacen dos cadenas de supermercados grandes en Colombia que son el éxito y Carulla. (Éxito, 2023)

Alimentec

Es un escenario para compartir y facilitar el relacionamiento efectivo entre empresarios nacionales e internacionales del sector alimenticio, permitiendo la generación activa de contactos comerciales, Acceso a tendencias del sector de alimentos y bebidas y la oportunidad de conocer nuevos productos y servicios para su negocio a través de demostraciones en vivo con los expertos del sector.

Esta feria se hace en la ciudad de Bogotá, para participar en esta feria es necesario hacer un preregistro por medio de la página web donde se suministra diferente información como datos de la empresa y de los productos que se van a presentar. (Alimentec, 2023)

6.4.2 Marketing directo

La crema de cacahuete de Kanut se venderá al grupo Éxito, es por esto es las estrategias de marketing para el producto las maneja directamente la empresa compradora, pero recomiendan a que vayan dirigidas a que el producto es 100% natural no contiene azúcares y es ideal para personas que llevan una vida saludable y se preocupen por su salud.

6.4.3 Regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias

Los requisitos necesarios para exportar a Colombia son:

1. Inscribirse ante las autoridades nacionales de comercio como la cámara de comercio, DIAN y RUT, para ser autorizados para exportar.
2. Contar con registro ante la agencia de Aduanas.
3. Cumplir con las regulaciones y restricciones del producto.
4. Registrarse en el VUCE.
5. Tener la documentación requerida para exportar:

- Certificado de Origen

Para esta exportación es necesario el certificado de origen para poder acceder a los beneficios arancelario del tratado de libre comercio entre México y Colombia, es por esto que es necesario que la empresa obtenga el certificado de origen.

- Documentos de transporte y de cumplimiento de regulaciones y/o restricciones.
- Manifiesto de la carga
- Factura comercial en origen
- Lista de empaque

6.5 Financiero

El análisis financiero no se puede elaborar debido a que no se tiene los datos necesarios para la realización de este.

7 Conclusiones

La empresa Cacaloxúchitl Unido para el Desarrollo SC de RL de CV, presenta diversas oportunidades y desafíos para la exportación de crema de cacahuete hacia Colombia, que se han evaluado a lo largo de este proyecto por los cual se destacan varios aspectos claves:

- Al ser un producto 100% natural se ha identificado un nicho de mercado en Colombia para productos naturales y saludables, este producto puede satisfacer la creciente demanda de alimentos nutritivos y sin aditivos, lo que brinda una oportunidad significativa para penetrar el mercado colombiano.
- La calidad de este producto es un diferenciador importante ya que es natural, en un mercado donde la competencia es intensa, lo que proporciona una ventaja competitiva al destacar la autenticidad y lo natural del producto en comparación de otros productos.
- Se recomienda la utilización de la estrategia del océano azul, esta es una excelente opción, ya que se basa en la innovación y busca crear nuevos espacios en el mercado que no se han explorado por la competencia, es así como se pueden encontrar un nuevo nicho de mercado y aumentar la comercialización de este producto de este modo hacer de la competencia un factor irrelevante, la visión de esta estrategia es lograr pasar las fronteras que tienen los mercados y que la industria no es estática se puede modificar para ser reconstruida a partir de las necesidades del mercado.

Para esto se crea la demanda, para no tener que pelear por ella y así se logra tener un mercado con espacio y con posibilidad de crecer de manera más rápida.

- Mediante esta investigación se observó que uno de los obstáculos es que no hay un nicho de mercado específico para la crema de cacahuete y los costos de este son altos, por esto es importante desarrollar la estrategia del océano azul ya que gracias se crean nuevos

espacios en mercado y la demanda necesaria para nuevos productos que no pertenecen a un mercado, buscando que la empresa fomente la innovación hacia el mejor costo-beneficio y no se tenga que elegir entre la calidad de los productos y la optimización de costos.

- Se le recomienda a la marca Kanut, tener todos los certificados sanitarios y fitosanitarios para poder realizar la exportación ya que sin estos es imposible, también sacar el certificado de origen para poder acceder a las preferencias arancelarias que tiene México y Colombia en su Tratado de Libre Comercio.
- Registrarse ante las entidades correspondientes en Colombia para realizar la exportación.
- En la matriz PESTEL, se logra evidenciar que Colombia es buen mercado para la exportación de este producto, pero es importante trabajar en la promoción del cacahuete ya que el consumo de este en Colombia es muy bajo.

El proyecto de exportación de la marca Kanut con su producto estrella la crema de cacahuete 100% natural ofrece oportunidades significativas, pero su éxito dependerá de la capacidad de adaptarse a las condiciones del mercado local, establecer asociaciones efectivas y abordar los desafíos logísticos y regulatorios de manera proactiva. Con una ejecución cuidadosa y una atención continua a las dinámicas del mercado, el proyecto tiene el potencial de ser un paso exitoso en la expansión internacional del producto.

8 Referencias

- Alianza cooperativa Internacional* . (s.f.). Obtenido de Alianza cooperativa Internacional : <https://www.ica.coop/es>
- Alimentec*. (2023). Obtenido de Alimentec: <https://feriaalimentec.com/es/consulta-de-stand>
- Amazon business*. (03 de 02 de 2022). Obtenido de Amazon business: <https://business.amazon.es/es/descubre-mas/blog/que-es-analisis-came#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20CAME%20es%20una,%2C%20amenazas%2C%20fortalezas%20y%20oportunidades.>
- ASIPONA*. (2023). Obtenido de Lineas navieras en el puerto de Veracruz [Imagen]: https://www.puertodeveracruz.com.mx/wp-content/uploads/2020/05/RUTARIO_2019.pdf
- Banco de la Republica de Colombia* . (24 de 11 de 2023). Obtenido de Banco de la Republica de Colombia : Banco de la Republica de Colombia
- Banco Mundial*. (07 de 06 de 2023). Obtenido de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>
- BANXICO*. (24 de 11 de 2023). Obtenido de BANXICO: <https://www.banxico.org.mx/tipcamb/main.do?page=tip&idioma=sp>
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos* . México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- CST Grupo*. (2023). Obtenido de Explicacion del incoterm EWX [Imagen]: <https://cstgrupo.com/empresa-logistica-transporte/>
- DANE*. (2023). Obtenido de DANE: https://www.dane.gov.co/files/geoestadistica/Preguntas_frecuentes_estratificacion.pdf
- DANE*. (2023). Obtenido de DANE: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-monetaria>
- Dian*. (2023). Obtenido de Clasificación arancelaria [Imagen]: <https://www.dian.gov.co/>
- Embajada de México en Colombia*. (28 de 06 de 2023). Obtenido de Embajada de México en Colombia: <https://embamex.sre.gob.mx/colombia/index.php/relacion-bilateral>
- Exito*. (2023). Obtenido de Exito : <https://www.exito.com/evento/feriavidasana>
- Fotografia*. (2023). Obtenido de KANUT: <https://kanut.mx/>
- Gobierno de México*. (12 de 22 de 2018). Obtenido de Gobierno de México: <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/biografia-del-cacahuate>
- Gómez Guasca, C. (18 de 09 de 2022). *Portafolio*. Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/economia>

- Google Finanzas*. (2013 de 10 de 2023). Obtenido de Google Finanzas :
<https://www.google.com/finance/quote/COP-MXN?sa=X&ved=2ahUKEwjQyLrciZCCAxXkDkQIHZgeALUQmY0JegQIBxAr>
- Google Maps*. (2023). Obtenido de Tiempo de recorrido de cacaloxuchilt a Puebla [Imagen]:
<https://www.google.com.mx/maps/preview>
- GOV.CO*. (2023). Obtenido de GOV.CO:
<https://www.cancilleria.gov.co/international/consensus/pacific-alliance>
- Grupo Éxito*. (2023). Obtenido de Grupo Éxito: <https://www.grupoexito.com.co/es/quienes-somos>
- IEBS*. (2023). Obtenido de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-analisis-pestel-digital-business/>
- Institucional Colombia*. (2021). Obtenido de Institucional Colombia:
<https://www.institucionalcolombia.com/>
- KANUT*. (2023). Obtenido de Presentación Aauténtica [Fotografía]: <https://kanut.mx/>
- Legiscomex*. (2023). Obtenido de Legiscomex: <https://www.legiscomex.com/Documentos/perfil-logistico-colombia-2016-rci308>
- Ministerio de comercio, industria y turismo*. (2018). Obtenido de Ministerio de comercio, industria y turismo: <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/tratado-de-libre-comercio-entre-colombia-mexico>
- Nielsen*. (13 de 08 de 2018). Obtenido de Nielsen:
<https://nielseniq.com/global/es/insights/analysis/2018/4-de-cada-10-colombianos-estan-cambiando-a-la-version-saludable-de-su-producto-preferido/>
- NIQ*. (2018). Obtenido de NIQ: <https://nielseniq.com/global/es/insights/analysis/2018/4-de-cada-10-colombianos-estan-cambiando-a-la-version-saludable-de-su-producto-preferido/>
- Parada Hernandez, J. I. (18 de 05 de 2023). *IALIMENTOS*. Obtenido de IALIMENTOS:
<https://www.revistaialimentos.com/es/noticias/vuelve-expo-ialimentos-asi-sera-la-version-de-2023>
- Ponce Talacón, H. (2007). *La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones*. Xalapa, México : Enseñanza e investigación en psicología.
- Portafolio*. (2023 de 07 de 2023). Obtenido de Portafolio:
<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/cuales-serian-los-ingresos-de-una-persona-de-clase-alta-media-y-baja-en-colombia-587937>
- SEARATES*. (2023). Obtenido de Ruta marítima del puerto de Veracruz ala puerto de Cartagena[imagen]: <https://www.searates.com/es/services/distances-time/>

Semana. (10 de 05 de 2022). Obtenido de Semana:

<https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/la-moda-fit-dispara-el-negocio-de-la-comida-saludable-en-el-pais/202224/>

Treid . (21 de 04 de 2022). Obtenido de Treid: <https://www.treid.co/post/asi-se-comportaron-las-importaciones-de-mani-en-2021>