

**PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE MANGOSTINO COLOMBIA – CANADÁ
(ANGOFRUT SAS)**

**ANDRÉS FELIPE TORRES ACERO
CINDY ANGÉLICA CORTÉS ROJAS**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTÁ D.C
2015**

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE MANGOSTINO COLOMBIA – CANADÁ
(ANGOFRUT SAS)

ANDRÉS FELIPE TORRES ACERO
CINDY ANGÉLICA CORTÉS ROJAS

Trabajo de Grado para optar al título de “Profesional en Negocios Internacionales”

TUTOR
Alex Alberto Nicholls Rudas

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
BOGOTÁ D.C
2015

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darnos sabiduría y fortaleza para culminar nuestros estudios universitarios y para emprender nuevos proyectos.

A nuestras familias, por formarnos en valores y enseñarnos la importancia de la perseverancia en la consecución de nuestros objetivos.

Agradecemos a los profesores de la universidad Santo Tomás, quienes fueron guía y apoyo para el desarrollo personal, y para la formación académica adquirida a lo largo de años.

A los profesores Miguel Antonio Alba y Marco Tulio Urueña, quiénes con su apoyo, logramos culminar el trabajo en el que se representa toda nuestra formación.

En general a todos los que se vieron involucrados con este trabajo, les agradecemos profundamente por su apoyo y compromiso.

TABLA DE CONTENIDO

OBJETIVOS	9
INTRODUCCIÓN.....	10
PLAN EXPORTADOR	13
1. PERFIL DE LA EMPRESA	13
1.1 DATOS BÁSICOS DE LA EMPRESA.....	13
1.2 CONTACTOS.....	13
1.3 OBJETO SOCIAL.....	13
2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	13
2.1 MISIÓN	13
2.2 VISIÓN	14
2.3 OBJETIVOS.....	14
2.4 VALORES CORPORATIVOS	14
2.5 PROYECTOS A FUTURO.....	15
3. EVALUACIÓN DE LA CAPACIDAD EXPORTADORA	16
3.1 PERFIL EXPORTADOR.....	16
3.1.1 Perfil de logística desde Colombia hacia Canadá	16
3.2 PROCESO DE EXPORTACION.....	22
3.2.1 Organismos de control a las exportaciones	22
3.2.2 Gestión aduanera	22
3.2.3 Documentos de exportación	25
3.2.4 Incoterm	28
MERCADO	32
4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	32
4.1 ANÁLISIS DEL SECTOR AGROPECUARIO	32
4.1.1 Año 2012	32
4.1.2 Año 2013	33
4.1.3 2014-2015	36
4.1.4 Tendencias.....	38

4.2	ANÁLISIS DE MERCADO	39
4.2.1	Mercado objetivo	39
4.2.2	Segmentación clave.....	48
4.2.3	Justificación del mercado objetivo.....	51
4.2.4	Productos sustitutos y complementarios.....	66
4.3	COMERCIO INTERNACIONAL	66
4.3.1	Exportaciones e importaciones	66
4.3.2	Balanza comercial.....	68
4.3.3	Exportaciones de mango y mangostino desde Colombia a Canadá.....	71
4.4	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	74
6.	ESTRATEGIAS DE MERCADO	83
6.1	CONCEPTO DEL PRODUCTO	83
6.1.1	Propiedades del mangostán.....	84
6.2	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	85
6.3	ESTRATEGIAS DE PRECIO.....	88
6.3.1	Formas de pago internacional (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, 2013).....	92
6.3.2	Medios de pago internacional (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior, 2013).....	93
6.4	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....	94
6.5	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	96
6.6	ESTRATEGIAS DE SERVICIO	97
6.7	ESTRATEGIAS RECOMENDADAS PARA EL INGRESO AL MERCADO Y FACTORES CLAVE DE ÉXITO	99
6.8	ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO	101
6.9	PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADEO.....	102
7.	CULTURA DE NEGOCIOS	102
7.1	ÉTICA DE LOS NEGOCIOS.....	104
7.2	REUNIONES.....	105
7.3	FORMA DE VESTIR	105
7.4	COSTUMBRES	106
7.5	COMUNICACIONES.....	106
7.6	HORARIO	107
7.6.1	Diferencia horaria con Colombia.....	107

7.7	ASPECTOS A TENER EN CUENTA EN LA NEGOCIACIÓN	107
8.	PROYECCIONES DE VENTAS	108
8.1	PROYECCIÓN DE VENTAS Y POLÍTICA DE CARTERA	108
	OPERACIÓN	110
9.	OPERACIÓN.	110
9.1	FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO MANGOSTINO	110
9.1.1	Capacidad	112
9.1.2	Cualidades	114
9.1.3	Características fisicoquímicas	115
9.1.4	Condiciones climáticas	116
9.1.5	Factores ambientales	118
9.1.6	Características de empaque, embalaje y almacenamiento	119
9.2	ESTADO DE DESARROLLO	124
9.3	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	125
9.3.1	Proceso de exportación de Mangostino a Canadá:	125
9.3.2	Tiempos y movimientos del mangostino:	126
9.3.3	Programa de Buenas Prácticas de manufactura:	127
9.3.4	Diseño de las instalaciones:	128
9.4	NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	129
9.4.1	Necesidad de materia prima	129
9.4.2	Necesidad de inmobiliario:	129
9.4.3	Necesidad de equipo de oficina y cómputo	129
9.4.4	Necesidad de material publicitario y promocional establecido en estrategias de comunicación y promoción	130
9.4.5	Necesidades de personal	130
9.4.6	Necesidades de empaque, embalaje y almacenamiento	131
9.5	PLAN DE PRODUCCIÓN	132
10.	PLAN DE COMPRAS	133
10.1	PROVEEDORES	133
10.2	CONSUMOS POR UNIDAD DE PRODUCTO	133
11.	COSTOS DE PRODUCCIÓN	134
11.1	COSTOS DE PRODUCCIÓN	134
11.2	COSTOS DE EXPORTACIÓN	136

12. INFRAESTRUCTURA	137
12.1 INFRAESTRUCTURA	137
ORGANIZACIÓN	142
13. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	142
13.1 ANÁLISIS DOFA (Producto→Mangostino).....	142
13.2 ORGANISMOS DE APOYO	143
14. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	148
14.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	148
15. ASPECTOS LEGALES	149
15.1 CONSTITUCIÓN EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES.....	149
15.2 ASPECTOS TRIBUTARIOS	152
16. COSTOS ADMINISTRATIVOS	153
16.1 GASTOS DE PUESTA EN MARCHA.....	153
16.2 GASTOS ANUALES DE ADMINISTRACIÓN	154
FINANZAS	156
17. INGRESOS	156
17.1 FUENTES DE FINANCIACIÓN	156
17.2 FORMATOS FINANCIEROS	157
18. EGRESOS	160
18.1 EGRESOS.....	160
19. CAPITAL DE TRABAJO	161
19.1 CAPITAL DE TRABAJO	161
PLAN OPERATIVO	163
20. PLAN OPERATIVO	163
20.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	163
21. METAS SOCIALES	164
21.1 METAS SOCIALES DEL PLAN DE NEGOCIO.....	164
21.2 CLUSTER O CADENA PRODUCTIVA	164
21.3 EMPLEO	165
21.4 EMPRENDEDORES	166
IMPACTO	167
22. IMPACTO ECONÓMICO, SOCIAL, AMBIENTAL	167
RESUMEN EJECUTIVO	168

23. RESUMEN EJECUTIVO	168
23.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO	168
23.2 POTENCIAL DEL MERCADO EN CIFRAS	168
23.3 VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR	170
23.4 RESUMEN DE LAS INVERSIONES REQUERIDAS.....	170
23.5 PROYECCIONES DE VENTAS Y RENTABILIDAD	171
23.6 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	172
23.7 CONCLUSIONES GENERALES	173
24. EQUIPO DE TRABAJO	174
24.1 RESUMEN EJECUTIVO.....	174
ANEXOS	175
1. ANEXO Aspectos importantes al seleccionar un material de empaque o embalaje (Revista de Logística , 2015).....	175
2. ANEXO Diagrama de flujo→ descripción del proceso	176
3. ANEXO Diagrama de tiempos y movimientos del producto.	177
4. ANEXO diagrama de flujo de información para el proceso de compra de fruta (MARIA MERCEDES CEDEÑO, 2010)	178
5. ANEXO diagrama de flujo de información de enviar fruta al aeropuerto (MARIA MERCEDES CEDEÑO, 2010).....	178
6. ANEXO Diseño de las instalaciones.	179
7. ANEXO cotización mesón y lavaplatos industrial.	180
8. ANEXO cotización de pesa industrial.	181
9. ANEXO cotización escritorio y sillas.	182
10. ANEXO cotización computador e impresora.....	183
11. ANEXO cotización teléfono, y calculadora.	184
BIBLIOGRAFÍA	185
GLOSARIO	190

OBJETIVOS

➤ Objetivo general:

- ✓ Lograr la exportación de mangostino de excelente calidad desde Colombia a Canadá mediante la creación y puesta en marcha del proyecto de emprendimiento.

➤ Objetivos específicos:

- ✓ Identificar las cualidades y características del mangostino, las temporadas de cosecha, y las condiciones climáticas que lo favorecen.
- ✓ Realizar y establecer una planificación estratégica como directriz para la empresa.
- ✓ Realizar una investigación de mercados con el fin de establecer el mercado objetivo y su potencial en cifras.
- ✓ Determinar el proceso logístico para la exportación del mangostino.
- ✓ Identificar las principales características de la cultura de negocios canadiense.
- ✓ Identificar los principales proveedores que cuenten con la capacidad productiva y establecer un plan de compras para el mangostino.
- ✓ Determinar los costos de producción y exportación del mangostino, al igual que los costos administrativos y de puesta en marcha del negocio.
- ✓ Obtener una lista de clientes potenciales canadienses para garantizar ventas periódicas y constantes.
- ✓ Consultar los aspectos legales y tributarios referentes a la constitución y puesta en marcha de la empresa.
- ✓ Realizar los estados financieros del proyecto y evaluar su viabilidad financiera y rentabilidad esperada por los accionistas.

INTRODUCCIÓN

El mangostino, también conocido con el nombre de mangostán, es un fruto de delicioso sabor, posee gajos de color blanco y corteza dura que se obtiene de un árbol tropical originario de Indonesia. Es importante mencionar que está compuesto por una gran cantidad de nutrientes y un alto contenido de xantonas (o xantones), que son unas sustancias químicas naturales con un alto poder antioxidante y terapéutico.

Además, el mangostino es apetecido a nivel mundial por sus múltiples beneficios, en donde los consumidores pagan altas sumas de dinero por obtener esta deliciosa fruta. Con base en esto, se hace necesario el diseño de un proyecto exportador, en donde se busca constituir una empresa de frutas exóticas para abastecer la demanda insatisfecha en importantes países iniciando en Canadá.

La metodología de presentación del proyecto es la guía de FONDO EMPRENDER que divide el plan en siete partes, donde primero se explica el plan exportador, dando a conocer la empresa, su dirección estratégica, e identificando el proceso de exportación paso a paso. Luego, se muestra la investigación de mercados, análisis del comportamiento de los consumidores, comportamiento del comercio internacional, cultura de negocios, y las estrategias de mercado que lograrán posicionar nuestro producto. En la tercera parte, se explica la parte operacional de la empresa, es decir, la descripción del proceso de exportación desde Mariquita, Tolima, hasta Toronto, Canadá. En la cuarta parte, se describe las necesidades y requerimientos para poner la empresa en funcionamiento, el plan de producción y el plan de compras. Posteriormente, se explica la organización de la empresa, es decir, los aspectos legales de constitución de la empresa y los costos administrativos. También se realiza el análisis DOFA y se describen los organismos que están apoyando la organización.

Por último, se encontrarán todos los estados financieros que muestran los ingresos y egresos de la empresa, la utilidad, la tasa interna de retorno, y algunos de los indicadores más importantes que justifican que este negocio es rentable y viable.

JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES DEL PROYECTO

La preocupación por el medioambiente y el gusto por los alimentos saludables son factores que predominan en la decisión de los canadienses al momento de adquirir frutas frescas. Es necesario destacar que los gustos de los consumidores están enfocados principalmente en sabores exóticos y étnicos que ofrezcan variedad a precios cómodos. Crece el interés por el consumo de frutas tropicales como la piña, el mango, mangostán, la guayaba, la papaya y el aguacate, dejando atrás la percepción que se tenía de éstos como productos exóticos (Procolombia, s.f.). Bajo esta premisa, surge la idea de satisfacer las necesidades canadienses con productos de alta calidad a buen precio.

Según ASOHOFRUCOL en su comunicado de mayo del 2008: “los productores son especialistas en el mercado interno, pero temen al internacional pues el gremio no está consolidado y aún no se pone de acuerdo con su perspectiva ante los Tratados de Libre Comercio”. Por esta razón, el gobierno busca promocionar las exportaciones, proporcionando incentivos a las MIPYMES interesadas en realizar exportaciones aprovechando los tratados de libre comercio.

La selección del producto es gracias a la variedad de frutas frescas con sabores tradicionales y exóticos que ofrecen los pisos térmicos de nuestro país. Se eligió el mangostino porque es una de las frutas exóticas con el más alto contenido nutricional y con un sabor delicioso, el cual se quiere dar a conocer a las personas para que vean una mejora en su calidad de vida gracias a sus propiedades.

Debido a lo mencionado anteriormente, ANGOFRUT quiere ser una de las empresas exportadoras que aprovechen al máximo los tratados de libre comercio, (en este caso el TLC Colombia-Canadá que beneficia con un 0% de arancel), y demás incentivos y organismos que apoyan a las microempresas para que se pueda incursionar en el mercado internacional.

ABSTRACT

ANGOFRUT SAS's corporate purpose is the marketing and export of exotic fruits seeking to supply the unmet international demand for fresh fruits with high nutritional content in international markets, but especially in our target market Toronto, Canada where consumers are increasingly demanding in their food and are willing to pay high prices for a product that besides having a special flavor, is a source of vitamins and nutrients.

Therefore the return on capital investment is much more than expected by an investor and make this project a great business opportunity in the medium term.

The working group ANGOFRUT SAS consists of two entrepreneurs responsible for their development, Angelica Cortes Andres Rojas and Andres Felipe Torres.

Project advisors are Professor Alex Nicholls, Professor Miguel Alba in finance and Professor Marco Tulio Ureña in the part of international logistics and physical distribution.

PLAN EXPORTADOR

1. PERFIL DE LA EMPRESA

1.1 DATOS BÁSICOS DE LA EMPRESA

Nombre o razón social: ANGOFRUT SAS

1.2 CONTACTOS

Dirección: Calle 25 B # 81 - 55. Localidad: Fontibón. Barrio: Santa Cecilia.

Teléfono: 320 873 8285 – 313 891 1399

1.3 OBJETO SOCIAL

ANGOFRUT es una microempresa colombiana que se constituirá a finales del 2015 en Bogotá D.C como una sociedad anónima simplificada con vigencia indefinida.

El objeto social consiste en comprar frutas exóticas de excelente calidad producidas en Colombia para ser adecuadas y posteriormente exportadas a Canadá.

2. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

2.1 MISIÓN

Proporcionar a nuestros clientes internacionales mangostino fresco que exceda sus requerimientos y necesidades, basados en altos estándares de producción y calidad, siempre buscando el bienestar de nuestros trabajadores, la generación de valor a los accionistas, y el crecimiento sostenido de la compañía.

2.2 VISIÓN

Para el 2020 ANGOFRUT SAS será una de las principales empresas exportadoras de mangostino a Canadá, logrando la preferencia de los consumidores mediante la continua innovación de nuestros productos y procesos, posicionándonos como la empresa líder más rentable y diversificada del sector.

2.3 OBJETIVOS

- ✓ Satisfacer las necesidades y requerimientos de nuestros clientes ofreciéndoles fruta de excelente calidad a precios competentes.
- ✓ Trabajar conjuntamente con nuestros proveedores para intensificar la producción de mangostino y de esta manera suplir la demanda nacional e internacional.
- ✓ Lograr un crecimiento sostenido de la empresa posicionándola como la mejor calificada, más rentable y diversificada del sector.
- ✓ Promover seguridad y estabilidad en nuestra fuerza de trabajo.
- ✓ Velar por el cuidado del medio ambiente y el respeto a nuestra comunidad.
- ✓ Innovar en forma constante para anticipar los requerimientos futuros del mercado.
- ✓ Trabajar en equipo utilizando las mejores tecnologías y los procedimientos adecuados.

2.4 VALORES CORPORATIVOS

➤ Responsabilidad

Respetamos las políticas de salud y seguridad ocupacional, somos responsables con nuestros clientes, proveedores y trabajadores ofreciendo el pago justo y a tiempo por sus servicios.

➤ Igualdad

Promovemos un ambiente laboral positivo y constructivo, en el que no exista discriminación por raza, sexo, orientación sexual, discapacidad, estado marital, edad, religión o ideología política.

➤ Compromiso

Compromiso con nuestros clientes, garantizando un producto de excelente calidad; con nuestros proveedores, siendo leales y justos con los pagos; con nuestros empleados, brindando seguridad y confianza en la empresa; con el medio ambiente, reciclando y utilizando productos poco contaminantes.

➤ Honradez

Son inadmisibles los sobornos u otras actitudes que pudieran ser interpretadas como tales, directa o indirectamente.

➤ Legalidad

Pagar los impuestos correspondientes al estado, manejando una contabilidad justa y visible, además de informar a nuestros empleados sobre sus derechos, obligaciones y responsabilidades

➤ Seguridad

La salud y la seguridad de nuestros trabajadores son temas prioritarios para la empresa, así como prevenir los posibles daños al medio ambiente e interactuar de manera benéfica con las comunidades de nuestro entorno.

2.5 PROYECTOS A FUTURO

En el futuro seremos una empresa exportadora de mangostino y otras frutas exóticas de Colombia, como lo son la gulupa, pitahaya, lulo etc. Además de la fruta exportaremos productos con valor agregado como bocadillos, pulpa, y jugos; promocionando y resaltando las cualidades de nuestros productos. Como proyecto a futuro también se planea que todas nuestras frutas sean 100% orgánicas con el fin de brindarle mayor satisfacción a nuestro cliente junto con más y mejores empleos, y así, contribuir al desarrollo económico y social del país.

3. EVALUACIÓN DE LA CAPACIDAD EXPORTADORA

3.1 PERFIL EXPORTADOR

3.1.1 Perfil de logística desde Colombia hacia Canadá

La República de Canadá, situada en Norteamérica, limita al Norte con el Océano Ártico, al Este con el Océano Atlántico, al Sur con Estados Unidos y al Oeste con Alaska y el Océano Pacífico. La superficie total de su territorio es de 9.984.670 km². La infraestructura canadiense se caracteriza por la interconexión con el territorio estadounidense como puente para el ingreso de mercancías. La variada gama de posibilidades, a través de conexiones terrestres, férreas, fluviales y aéreas desde los principales puertos, estaciones y aeropuertos, más la excelente infraestructura de transporte con 1.042.300 km de carreteras y 48.068 km de redes ferroviarias, permiten el acceso de productos a su territorio, sin ninguna dificultad. La red viaria más larga es la Autopista Transcanadiense, con 8.000 km que cruza el país de norte a sur. (PROCOLOMBIA exportación, turismo, inversión. marca país., 2015)

El principal socio comercial de Canadá es Estados Unidos, con quien desarrolla cerca del 75% de su comercio exterior. Seguido de Estados Unidos se encuentran Japón, el Reino Unido, Alemania, Taiwán y Francia. (PROCOLOMBIA exportación, turismo, inversión. marca país., 2015)¹

Exportaciones colombianas

En 2014, las exportaciones a Canadá fueron de 2,57 millones de toneladas, equivalentes a más de US\$ 664 millones en valor FOB, de las cuales el 99,68% se enviaron por vía marítima.

En cuanto a toneladas y valor US\$ FOB exportado de Colombia a Canadá por modos de transporte se encuentra el siguiente comportamiento en los últimos cinco años:

¹ PROCOLOMBIA exportación, turismo, inversión. marca país. (13 de 03 de 2015). *PERFIL DE LOGÍSTICA DESDE COLOMBIA HACIA CANADÁ*. Obtenido de www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil_de_logistica_desde_colombia_hacia_canada_0.pdf

ACCESO MARÍTIMO

Canadá cuenta con más de 200 puertos y sub puertos distribuidos a lo largo de sus costas; la mayoría están dotados con una infraestructura especializada en el manejo de diferentes tipos de mercancías. (PROCOLOMBIA exportación, turismo, inversión. marca país., 2015)

ACCESO AÉREO



Fuente: (PROCOLOMBIA exportación, turismo, inversión. marca país., 2015)⁴

La infraestructura aeroportuaria de Canadá está compuesta por 522 aeropuertos, de los cuales se opera desde Colombia principalmente a: Pearson International (Toronto), Aeropuerto Vancouver (Columbia Británica), y Aeropuerto de Montreal (Quebec), en su mayoría con conexiones en Estados Unidos. (PROCOLOMBIA exportación, turismo, inversión. marca país., 2015)

Los productos colombianos que requieran el ingreso por vía aérea a Canadá, encuentran diferentes opciones, la mayoría de ellas a través de una o más conexiones

⁴ PROCOLOMBIA exportación, turismo, inversión. marca país. (13 de 03 de 2015). *PERFIL DE LOGÍSTICA DESDE COLOMBIA HACIA CANADÁ*. Obtenido de www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil_de_logistica_desde_colombia_hacia_canada_0.pdf

previas en aeropuertos de Estados Unidos, Panamá o Cuba. Es necesario tener en cuenta esta condición cuando los embarques correspondan a productos perecederos. (PROCOLOMBIA exportación, turismo, inversión. marca país., 2015)

Aerolíneas prestadoras de servicio a Canadá

Aerolínea	Conexión	Frecuencia	Clase
	Estados Unidos - Memphis	Todos los días	Carga
	Estados Unidos - Miami	Todos los días	Pasajeros
		Martes, jueves, viernes, Sábado y domingo	Pasajeros
		Viernes	Pasajeros
	Estados Unidos - Miami	Lunes a sábado	Carga
	Cuba - La Habana	Domingo	Carga
	Estados Unidos - Houston	Todos los días	Pasajeros
	México – Ciudad de México	Todos los días	Pasajeros
	Panamá – Panamá	Todos los días	Pasajeros
	New York – Estados Unidos	Todos los días	Pasajeros

Fuente: Aerolíneas. Información procesada por Dirección de Información Comercial. PROCOLOMBIA
 *La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio.

OTROS ASPECTOS PARA MANEJO LOGÍSTICO EN DESTINO

Documentos requeridos para ingreso de mercancías

Envíos comerciales: (PROCOLOMBIA exportación, turismo, inversión. marca país., 2015)

- Para envíos con valor menor a \$1.600 CAD (Dólar Canadiense), se requieren tres (3) facturas comerciales.

- Para envíos con valor mayor o igual a \$1.600 CAD (Dólar Canadiense), se requieren tres (3) facturas expedidas por la Aduana de Canadá completamente diligenciadas y firmadas por la misma.
- Si la factura expedida por la Aduana Canadiense no es correctamente diligenciada, se requerirá un depósito de seguridad.

Transporte de muestras sin valor comercial:

Se entiende por muestras sin valor comercial aquellas mercancías que únicamente tienen por finalidad demostrar sus características y que carecen de valor comercial por sí mismas, las cuales no deben ser destinadas a la venta en el país.

Antes de enviar una muestra verifique que éstas no pagan aranceles e impuestos en el destino al que planea llegar. Recuerde que este puede ser un costo adicional para su cliente y afectar los tiempos de entrega.

Dentro del manejo de mercancías por vía aérea, ya sea como muestras sin valor comercial o envíos urgentes, se destacan las ALIANZAS que PROCOLOMBIA ha suscrito con diversas transportadoras, para reducir el costo de los envíos en que incurren aquellas empresas que trabajan en los diferentes programas ofrecidos por nuestra entidad.

Los detalles para la documentación de importación y reglamentación se encuentran en el portal de la Agencia de Servicios Fronterizos en Canadá CBSA.

Reglamento para permisos de importación

El mercado canadiense establece restricciones al acceso de ciertos productos en sus fronteras como: textiles y prendas de vestir, productos agrícolas, productos de acero, armas y municiones; los cuales requieren permisos para su debida legalización, es importante que antes de enviar su productos, consulten la lista de control de importación, allí encontrará la información sobre los productos que tienen restricciones.

El importador deberá obtener una licencia para la importación ante la Oficina de Control de Exportación e Importación del Ministerio de Asuntos Exteriores Y Comercio Internacional de Canadá.

Indicadores de comercio transfronterizo

Los costos y procedimientos relacionados con la importación y exportación de un embarque estándar de mercancías se detallan bajo este tema. Cada procedimiento oficial se registra comenzando desde el acuerdo final entre las dos partes y terminando con la entrega de las mercancías.

Exportación

Número de documentos para exportar: 3
Número de días para exportar: 8
Costo de exportación en US\$ por contenedor: 1.680

Importación

Número de documentos para importar: 3
Número de días para importar: 10
Costo de importación en US\$ por contenedor: 1.680

***Fuente: Doing Business. 2014

Normatividad fitosanitaria

Exigencia de Cumplimiento de la Norma Internacional de Protección Fitosanitaria

Canadá aplica la norma NIMF-15 desde el 16 de septiembre de 2005. Esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional. (PROCOLOMBIA exportación, turismo, inversión. marca país., 2015)

Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca. Conozca la norma NIMF-15 en Español: DOCUMENTOS DE LA FAO. (PROCOLOMBIA exportación, turismo, inversión. marca país., 2015)

3.2 PROCESO DE EXPORTACION

3.2.1 Organismos de control a las exportaciones

En Colombia como en todos los países existen organismos de control a las importaciones y exportaciones sin los cuales estos procesos no se pueden llevar a cabo ya que estarían rompiendo la ley. Cualquier tipo de violación de esta ley anula cualquier importación o exportación mediante el decomiso de la mercancía, sanción de la compañía, cierre y hasta cárcel. Estos organismos de control son: “Banco de la República: Su control es meramente cambiario y vigila que no se presente en estas operaciones de comercio exterior ningún tipo de lavado de dinero ni de activos.

Ministerio de Comercio Industria y Turismo: Su control es de tipo comercial y verifica que las mercancías exportadas cumpla con las regulaciones y restricciones de acceso a los mercados internacionales, así como el tema de normatividad y pruebas del origen de las mercancías.

Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN: Su control es de tipo operativo, realiza un seguimiento estadístico y documental con respecto a lo que se envía y se recibe de los mercados externos. Así mismo se encarga del proceso de aforo (inspección) de la mercancía.” (Figueroa., 2010)⁵

3.2.2 Gestión aduanera

El proceso de gestión aduanera recomendado en el Manual de Exportaciones en Colombia es el siguiente:

ANGOFRUT SAS se debe contactar con una Sociedad de Intermediación Aduanera (SIA) para que esta se encargue de todos los trámites y papeleo necesario para el inicio del comercio exterior. Es mejor que este tipo de sociedades se encarguen de

⁵ Figueroa., A. M. (2010). *Manual de exportaciones: la exportación*. Bogota: Editorial Universidad del Rosario.

esto, ya que conocen claramente el proceso, y así mismo, la documentación necesaria para completarlo satisfactoriamente. Es mejor que el exportador no se involucre en este tema para evitar retrasos o errores en el proceso.

“Una Sociedad de Intermediación Aduanera es la persona jurídica que básicamente tiene como objeto social la función de la intermediación aduanera, razón por la cual debe tener una autorización para ello por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN. También son reconocidos como Sociedades de Intermediación Aduanera, los Almacenes Generales de Depósito sometidos a control y vigilancia por parte de la Superintendencia Bancaria, cuando sea el caso que ejerza la actividad de intermediación aduanera, siempre que tenga la aprobación por parte de la DIAN para ello. Sólo es permitido no utilizar una SIA si se es un Usuario Altamente Exportador (UALTEX), caracterizado por que sus exportaciones superan los USD \$2'000.000 como promedio anual y las ventas al exterior corresponden al 30% del total de ventas de la empresa. Si es un Usuario Aduanero Permanente (UAP), caracterizado por que sus importaciones o exportaciones superan los USD \$6'000.000 como promedio anual o al menos hayan tramitado por lo menos 2000 declaraciones de importación y/o exportación. No están obligados a utilizar la SIA las personas cuyos montos de exportación no superan los USD \$1000 valor FOB.

- La SIA, debe presentar los documentos respectivos exigidos para la salida de la mercancía, en conjunto con el mandato que otorga el exportador a la SIA para realizar la operación de exportación. Este mandato es una carta escrita por el exportador o importador, según sea el caso, en la cual autorice a la SIA para proceder con el trámite aduanero y el embarque de la mercancía.

- Se debe solicitar la Autorización de Embarque ante la DIAN por parte de la SIA, bajo la cual esta entidad revisa que esté el mandato y la operación que dio lugar al proceso de exportación, en cuyo caso corresponde a la factura comercial, adicionalmente la lista de empaque, los vistos buenos, si se requieren; y permisos o trámites necesarios para la salida de la mercancía como certificado de origen y permisos fitosanitarios o zoonosanitarios.

- Después de verificar las condiciones exigidas por la DIAN, se emite la Autorización de Embarque con un número y un código asignado por la DIAN a través del Sistema Informático Aduanero como lo es el Siglo XXI y/o SYGA.

- Una vez aprobados todos los requisitos exigidos por la Aduana, la mercancía es trasladada a la Zona Primaria Aduanera (instalaciones que destina el transportador para el cargue de mercancías de exportación en los medios de transporte o recintos que disponga la Aduana para tal fin en el Aeropuerto o Puerto, o también depósitos que la DIAN tenga establecidas para esta actividad).

- En esta zona se realiza el proceso de aforo, que consiste en la verificación de que lo que hay en físico corresponde con lo documental, es decir, realizar el proceso de inspección.

- El día hábil siguiente de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria Aduanera, se avisa de la recepción de las mercancías en estas zonas. Así mismo, la inspección de la mercancía no puede durar más de 24 horas.

- Terminada esta operación se procede con el embarque. Se hace un embarque único con el documento que acredite la operación de comercio exterior, previa autorización de la Autoridad Aduanera.

- Durante las 24 horas siguientes, se emite la certificación del embarque con el Manifiesto de Carga, en este documento se relaciona bultos de carga y carga a granel a bordo del medio de transporte y que van a ser cargados o descargados en un puerto o aeropuerto, según los embarques autorizados por la Autoridad Aduanera

- El transportador, quién recibe la mercancía para su destino final, dispone de 48 horas para entregar el Manifiesto de carga, y en cuyo documento se asigna nuevamente un número y la fecha por medio del Sistema Informático Aduanero y reemplazará finalmente a la Autorización de Embarque.

- Finalmente se emite la Declaración de Exportación, que corresponde a la Autorización de Embarque y al número asignado por el Sistema Informático Aduanero. Este finalmente debe ser entregado por la SIA a la Aduana con copias dentro de los

quince (15) días siguientes a la recepción del Manifiesto de Carga. Este documento final constituye la prueba de exportación de la mercancía y con la cuál puedo negociar la entrega del dinero producto de la exportación si es el caso con una carta de crédito.” (Figueroa., 2010) ⁶

3.2.3 Documentos de exportación

➤ Factura comercial

“La factura comercial un documento soporte de la orden de compra o pedido (factura proforma) y se considera como una cuenta de cobro y por tanto tiene como documento validez legal en cualquier transacción. Este documento es el que se toma como referencia para determinar el valor en Aduana de las mercancías sobre el cual se aplicarán los derechos de importación.

La factura comercial sirve para cumplir con los siguientes aspectos:

- Inspección de la expedición por las aduanas en el punto de exportación.
- Inspección por las aduanas en el lugar de importación
- Inspección por el comprador al recibir las mercancías
- Pago de las mercancías por el comprador
- Documento de prueba para verificar por el banco en la carta de crédito.

En términos generales y según lo reglamentado por ley, la factura debe elaborarse y prepararse de acuerdo a lo estipulado en la Circular 40 del 27 de febrero de 1997 de la DIAN, o demás normas que lo modifiquen.” (Figueroa., 2010) ⁷

⁶ Figueroa., A. M. (2010). *Manual de exportaciones: la exportación*. Bogota: Editorial Universidad del Rosario. Cap 3: P.103-105

⁷ Figueroa., A. M. (2010). *Manual de exportaciones: la exportación*. Bogota: Editorial Universidad del Rosario. Cap 3: P. 135.

Ejemplo de factura comercial (Figuroa., 2010)⁸

FACTURA COMERCIAL (INVOICE)

EXPORTER:	INVOICE No.
	DATE:
INVOICED TO:	SENT OFF TO:

ORDER No.

QUANTITY	DESCRIPTION	PRICE PER UNIT	TOTAL
	TOTAL VALUE ON FACTORY (EXW)		
	TOTAL VALUE ON PORT (FOB)		
	TOTAL VALUE WITH INSURANCE AND FREIGHT (CIF)		

SENT BY:	DATE:
----------	-------

Fuente: Castro Figuroa, Andrés Mauricio, Manual de exportaciones: la exportación en Colombia

Información de la factura:⁹

Cantidad en kg	Precio por kg	TOTAL	
\$ 640,0	\$ 13,0	\$ 8.320,0	
TRANSPORTE		\$ 972,8	
TOTAL		\$ 9.292,8	CPT TORONTO

➤ Lista de empaque

“La lista de empaque es una lista detallada del envío que se hace al exterior, en el cual se incluye cantidades, ítems, número de modelo si es el caso, dimensiones y

⁸ Figuroa., A. M. (2010). *Manual de exportaciones: la exportación*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario. Cap 3: P. 135.

⁹ Los datos de la factura fueron obtenidos de COSTOS DE EXPORTACIÓN → transporte internacional.

peso bruto y neto. Una lista de empaque debe especificar por caja o bulto el tipo y número de unidades que contiene adentro. El transportador toma la lista de empaque y verifica la información correspondiente al envío para proceder con el embarque. Es importante aclarar que no hay un formato único para las listas de empaque.

Aunque en algunos países no es un documento requerido por la aduana, la lista de empaque es usada algunas veces por el intermediario aduanero o el bróker de aduana para obtener información adicional sobre el envío.

La lista de empaque permite a la aduana extranjera realizar una revisión completa del envío y además provee a la misma la identificación de los paquetes que requieren ser inspeccionados.

Es un documento que generalmente acompaña a la factura comercial para poder realizar su proceso de nacionalización en el país de destino. Cuando la mercancía es embalada de manera normalizada, es posible dar la información sobre el empaque, las marcas y el número de bultos o paquetes, en la factura comercial.

Es importante recalcar que este documento proporciona información sobre los embalajes utilizados como cartones, cajones, cajas, fardos, bultos, tambores, numeración o marcas de los mismos, especificando los pesos y dimensiones así como las condiciones especiales que deben tomarse en cuenta en el manejo y transporte de las mismas. Este documento también facilita el proceso de inspección por parte de la autoridad aduanera, debido a que el aforo se realiza con mayor rapidez, así como el proceso de selección de la mercancía al azar que va a ser inspeccionada en el momento del ingreso a la Zona Primaria Aduanera o la Zona Secundaria Aduanera.”

(Figueroa., 2010)¹⁰

➤ Certificado Fitosanitarios

A fin de prevenir el ingreso de plagas a Canadá, el ingreso de frutas, vegetales y tubérculos frescos están sujetos a la presentación de un Certificado Fitosanitario.

¹⁰ Figueroa., A. M. (2010). *Manual de exportaciones: la exportación*. Bogota: Editorial Universidad del Rosario. cap 3 pag 137

Adicionalmente para productos que vayan a ser importados por primera vez y que puedan presentar un riesgo, la CFIA puede solicitar una evaluación de riesgo de plagas y prohibir su importación hasta que se cuente con los resultados.¹¹

3.2.4 Incoterm

“Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, están regidos por la Cámara de Comercio Internacional, y determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. Estos también se denominan cláusulas de precio, ya que cada uno permite determinar los costos que los componen. La selección de estos influye en el costo del contrato.

Los Incoterms determinan:

- El alcance del precio.
- En qué momento y dónde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercadería.
- Quién contrata y paga el transporte.
- Quién contrata y paga el seguro.
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.” (Figueroa., 2010)¹²

El Incoterm que se va a negociar para la exportación del mangostino a Canadá es una negociación CPT Carriage Paid To (Transporte pagado hasta, lugar de destino convenido)

CPT Carriage Paid To (Transporte pagado hasta, lugar de destino convenido)

“El vendedor paga el flete del transporte de la mercancía hasta el destino mencionado. El riesgo de pérdida o daño de la mercancía, así como cualquier gasto adicional debido a acontecimientos que ocurran después del momento en que la mercancía haya sido entregada al transportista, se transfiere del vendedor al comprador

¹¹ Canadian Food Inspection Agency – CFIA <http://www.inspection.gc.ca/english/toce.shtml>

Paso 1: Portal principal del CFIA; Paso 2: Food ; Paso 3: Fresh fruits and vegetable ; Paso 4: Canadian Import, Export and Interprovincial Requirements; Paso 5: Canadian import requirements; Paso 6: Plant Protection Requirements

¹² Castro Figueroa, Andrés Mauricio, Manual de exportaciones: la exportación en Colombia. Capítulo 3: P. 142.

cuando la mercancía ha sido entregada a la custodia del transportista, habiendo abonado el vendedor el seguro de la mercancía.

Este término exige que el vendedor despache la mercancía en aduana para la exportación, además, puede usarse con cualquier modo de transporte, incluido el multimodal.

Obligaciones Comprador

- Pagar el precio según lo dispuesto en el contrato de compraventa, además de conseguir cualquier licencia de importación o autorización oficial precisas para llevar a cabo todos los trámites aduaneros para la importación de la mercancía.
- Aceptar la entrega de la mercancía y recibir del transportista en el lugar de destino mencionado. Asumirá todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que haya sido entregada. Si no da aviso suficiente asumirá todos los riesgos de la mercancía a partir de la fecha convenida o de la fecha de expiración del plazo fijado para la entrega.
- Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que haya sido entregada, además de pagar todos los derechos, impuestos y otras cargas oficiales, así como los costes de llevar a cabo los trámites aduaneros exigibles por importación de la mercancía.
- Asumir los riesgos de pérdida o daño de la mercancía en el país de origen cuando ésta ha sido entregada al transportista en el país de origen.
- Posibilidad de contratar un seguro durante el transporte principal.
- Aceptar el documento de transporte si el mismo resulta de conformidad con el contrato, así como pagar los gastos de la inspección previa al embarque.

Obligaciones Vendedor

- Suministrar la mercancía y la factura comercial de conformidad con el contrato de venta, obtener cualquier licencia de exportación y llevar a cabo los trámites aduaneros necesarios para la exportación de la mercancía, contratar el transporte de la mercancía hasta el punto convenido del lugar de destino

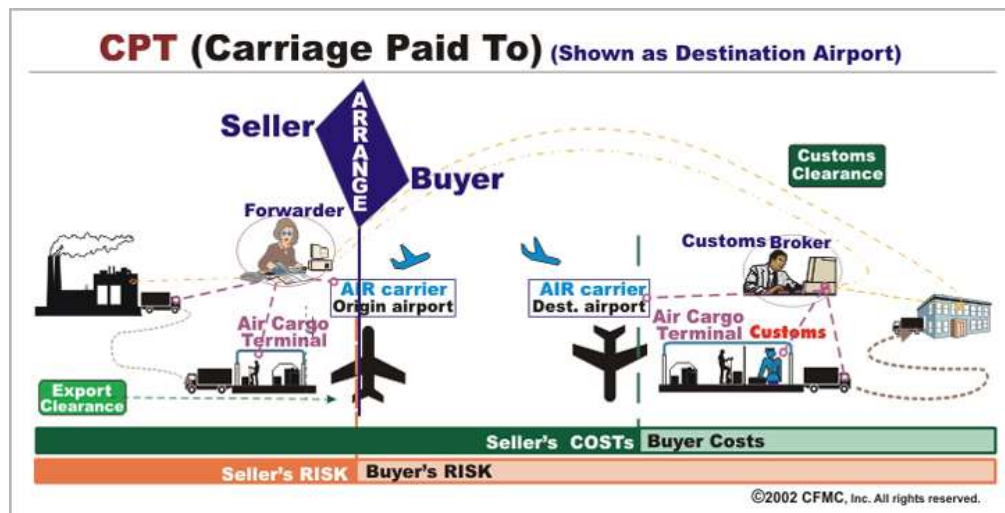
mencionado y si no se ha acordado ningún punto el vendedor puede elegir el punto del lugar de destino que mejor le convenga.

- El vendedor tiene que entregar la mercancía a la custodia del transportista en la fecha o dentro del plazo estipulado, para su transporte hasta el lugar de destino.
- Pagar todos los gastos relativos a la mercancía hasta que ha sido entregada, así como el flete y todos los demás gastos incluidos, los de cargar la mercancía y cualesquiera cargos que por descargarla en el lugar de destino, así como todos los gastos de los trámites aduaneros necesarios a la exportación, derechos, impuestos y otras cargas oficiales. Asumirá los costes, incluido transporte principal, hasta que la mercancía llegue al punto de destino.
- Dar al comprador aviso suficiente de que la mercancía ha sido enviada, así como cualquier otra información necesaria para permitir al comprador la adopción de las medidas que hagan falta para que pueda retirar la mercancía.
- Facilitar al comprador el documento de transporte usual.
- Responsable del despacho aduanero de exportación.
- Pagar los gastos de verificación necesarios para poder entregar la mercancía y proporcionar a sus expensas el embalaje requerido para el transporte que ha ordenado.
- Prestar al comprador, a petición, riesgo y expensas de éste, la ayuda precisa para obtener cualquier documento necesario para la importación de la mercancía y para su paso en tránsito por otro país.

Documentación mínima a aportar por el vendedor

- Factura comercial.
- Lista de contenido (en el supuesto de que la expedición esté compuesta por más de un bulto).
- Otros documentos dependiendo de las características del producto:
 - Certificado Sanitario.
 - Certificado Fitosanitario
 - Certificado de Metrología.

- Certificado de Pesos.
- Certificado CITES.
- Otras Certificaciones relativas al producto a tramitar en el país de origen.
- Documento de transporte marítimo Bill of Lading Master de B/L o House de B/L, o transporte por Carretera CMR, o transporte Aéreo AWB, o transporte por Ferrocarril CIM o transporte multimodal FBL).
- Póliza o certificado de seguro.
- En función del Régimen Comercial de Exportación, el vendedor podrá precisar para el despacho Aduanero de Exportación algunos de los siguientes documentos:
 - Licencia de Exportación.
 - Autorización Administrativa de Exportación.
 - Documento de Vigilancia Comunitaria.
 - Notificación Previa de Exportación.



Medios de pago habituales

- Transferencia.
- Remesa simple.
- Remesa Documentaria.
- Crédito Documentario.” (Área de pymes, 2013)¹³

¹³ Área de pymes. (15 de 06 de 2013). *Guía de incoterms 2010 - CPT - Carriage Paid To (Transporte pagado hasta, lugar de destino convenido)*. Obtenido de Copyright 2005:

MERCADO

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1 ANÁLISIS DEL SECTOR AGROPECUARIO

4.1.1 Año 2012

Solo con algunas excepciones, casi todo el sector mostró cifras de crecimiento en la producción, el consumo interno y en las exportaciones en Colombia. (Dominguez, 2012)

La Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC) reconoció el dinamismo de la floricultura, pese a que desde hace varios años la acompaña el problema de la revaluación del peso colombiano frente al dólar estadounidense.

Los otros subsectores exportadores, como banano, camarones, azúcar, aceite crudo de palma y frutas también padecen el mismo problema, que merma directamente sus ingresos y utilidades.

Para el acumulado Enero-Octubre, dijo la SAC, las ventas al exterior de alimentos y materias primas agropecuarias sumaron 2,9 millones de toneladas, por valor de 5.596 millones de dólares, cifras que comparadas con las reportadas en igual periodo de 2011, significaron una estabilidad en volumen y una merma del 3,9%, respectivamente.

Otra dinámica está notándose en el sector del cereal, debido al impulso que cobró el plan País-Maíz, que busca la autosuficiencia de Colombia en el abasto de este cereal.

La meta trazada para el 2014 es incrementar el área en 250.000 hectáreas, producir 1,5 millones de toneladas, con rendimientos de 6 toneladas por hectárea.

En el sacrificio de ganado, hay otra dinámica, para el caso del vacuno sumó 3,4 millones de reses, un crecimiento del 9,6 por ciento frente al mismo periodo del 2011, cuando totalizó 3,1 millones de cabezas. En el sector agroindustrial se destacaron las caídas de los subsectores aceite crudo de palma y azúcar. En el primero, la merma fue del 10 por ciento, pues al cierre de Noviembre sumó 841,81 millones de toneladas frente a las 945,01 millones del mismo periodo del 2011.

El azucarero cayó 7,1 por ciento durante los primeros diez meses del año, al reportar una molienda de caña de 18,2 millones de toneladas. (Dominguez, 2012)¹⁴

Como conclusión, se puede decir que, el año 2012 para el sector agropecuario en materia de exportaciones fue particularmente negativo, debido principalmente a la revaluación del peso colombiano frente al dólar estadounidense. En este orden de ideas, los ingresos por exportaciones son menores ya que se reciben menos dólares por cada peso colombiano.

4.1.2 Año 2013

El agro ha mostrado por más de una década bajos niveles de crecimiento en su actividad productiva, a pesar de su vasto potencial natural y humano. Justamente, entre 2001 y 2013 el sector creció a una tasa promedio anual del 2.5% mientras que el total de la economía lo hizo a una tasa del 4.5%.

La Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC) estimó un crecimiento en el valor de la producción agropecuaria en términos reales de 5.4% para el 2013, como resultado del buen desempeño del café, que vio aumentar su cosecha en un 41%

¹⁴ Dominguez, J. C. (31 de Diciembre de 2012). *Portafolio.co*. Obtenido de *Portafolio.co*: <http://www.portafolio.co/negocios/agro-colombia-crecio-2012>

frente al año anterior. Por ello, la actividad cafetera contribuyó con 3 puntos porcentuales al crecimiento del sector en su conjunto.

Sin contar café, el agro colombiano creció apenas 2.6%, con aumentos de 3.7% en agricultura de ciclo corto, 3.8% en ciclo largo y 1.5% para el conjunto de las actividades pecuarias.

El área cosechada en cultivos de ciclo corto fue de alrededor de 1.4 millones de hectáreas, 2.8% menos que las reportadas un año atrás (2012). Se observaron caídas significativas en maíz y algodón y crecimientos importantes en arroz y soya; mientras que en las demás actividades de ciclo corto el área permaneció prácticamente estancada. En contraste, la producción de este grupo de cultivos arrojó un crecimiento de 2.8%, con un volumen de 9.3 millones de toneladas, como resultado de una importante mejora en la productividad por hectárea en la mayoría de renglones y condiciones climáticas favorables en las zonas de producción.

Para el conjunto de cultivos de ciclo largo sin café los reportes preliminares señalan un área cosechada de 1.8 millones de hectáreas y una producción de 16.3 millones de toneladas, que al compararse con los observados en 2012 significaron aumentos del 2.6% y 4.3% respectivamente, con aumentos significativos en la producción de banano de exportación, palma de aceite, cacao y flores.

La producción de café ascendió a 10.8 millones de sacos de 60 kilos, lo que significó un aumento del 40%, resultado del ingreso a producción de cerca de 70 mil hectáreas renovadas, hace dos años, y del crecimiento en los rendimientos por hectárea, gracias a la normalización de las condiciones climáticas en las zonas cafeteras desde mediados de 2012.

De acuerdo con la Encuesta de Opinión Empresarial Agropecuaria (EOEA), la opinión de los productores agropecuarios sobre su situación económica se deterioró a lo largo de 2013, manteniendo reportes negativos entre 33% y 43%, sustancialmente mayores al rango de resultados entre 24% y 27%, en el año anterior.

La situación económica del ámbito agrícola (cultivos) tuvo un reporte negativo más alto (39%-46%) frente al ámbito pecuario (crianzas, 26%-40%). Los rubros específicos con mayores reportes de situación económica mala en 2013 fueron café (45% a 59%) y cultivos semestrales de clima frío (51% a 62%). Subsectores con los mayores reportes de buena situación económica fueron flores (hasta 56%) y el grupo de palma y caña (hasta 39%).

En este sentido, los precios de venta intensificaron su incidencia en las preocupaciones de los productores: mientras que en 2012 y al inicio de 2013 este factor fue señalado como el más desfavorable por poco más del 36% de los productores agrícolas encuestados y alrededor del 27% de los pecuarios, a lo largo de 2013 esta preocupación alcanzó alrededor del 60% de los agrícolas y del 50% de los pecuarios. Por su parte, el clima redujo a la mitad su participación en los factores más desfavorables y la aumentó en los factores más favorables.

En materia de inversión, la EOEa reporta que la disposición de los productores agrícolas a ampliar su unidad productiva se mantuvo entre 21% y 24%, levemente por debajo del año anterior, mientras que entre 10% y 20% de los productores pecuarios reportaron disposición a invertir en la compra de animales, porcentajes mayores que el año anterior. El reporte de compra de equipo se redujo levemente entre 2012 y 2013, mientras que el de construcción de instalaciones e infraestructura cayó sustancialmente alrededor de 10 puntos porcentuales.

En conclusión 2013 no se puede considerar un buen año en materia de rentabilidad y condiciones para la inversión en la mayoría de renglones agropecuarios, en buena medida por los bajos precios pagados al productor, el descenso de los precios internacionales, el aumento en las importaciones, el contrabando y la apreciación del peso. Indicador evidente es el de las compras externas de alimentos y materias

primas de origen agropecuario, que exhibieron para el acumulado del año un incremento del 3.4% en términos de volumen. (Sociedad de Agricultores de Colombia, 2014) ¹⁵

4.1.3 2014-2015

Durante el 2014, la agricultura colombiana tuvo un comportamiento que no permite considerarla como una “locomotora” que decididamente haya contribuido al desarrollo nacional, pues su crecimiento durante el año ha sido inferior al de la economía (primer trimestre: 6,4% total vs. 6,1% del sector; segundo trimestre: 4,3% vs. 1,6%; tercer trimestre: 4,2% vs. 3,4%).

Entre Enero y Septiembre de 2014, la economía en general creció 5%, mientras el sector agropecuario en su conjunto lo hizo en 3,6%. Es importante resaltar que ese relativo buen comportamiento agrícola está sustentado por 10,5% crecimiento en la producción de café, mientras otros cultivos crecieron 3,6%. En este mismo período la producción de cereales disminuyó 5,1% y se resalta la consolidación de los cultivos permanentes: en el primer trimestre crecieron 7,7%, en el segundo 5,4% mientras que en el tercer trimestre 2,8%.

En el último trimestre del 2014, se presentó una pronunciada devaluación del peso lo que definitivamente pone a pensar sobre las perspectivas de la agricultura colombiana en 2015. (Nieto, Portafolio.co, 2015) ¹⁶

Los productos exportables como café, banano, flores, aceite de palma, entre otros, se verán beneficiados por cuanto obtendrán mayores ingresos y por supuesto me-

¹⁵Sociedad de Agricultores de Colombia. (20 de Enero de 2014). *Balance y perspectivas del sector agropecuario*. Obtenido de <http://www.sac.org.co/es/noticias/367-balance-y-perspectivas-del-sector-agropecuario-2013-2014.html>

¹⁶ Nieto, L. A. (15 de Enero de 2015). *Portafolio.co*. Obtenido de Agro: lo que pasó en 2014 y perspectivas del 2015: <http://www.portafolio.co/economia/agricultura-2014-perspectivas-del-2015>

jorarán su rentabilidad y competitividad. En términos generales los cultivos importables se deben ver beneficiados por el mayor costo de las importaciones lo que podría conllevar a una sustitución de importaciones por producción nacional.

Para el 2015 no se espera un cambio en la estructura de la producción agropecuaria, pues el café seguirá jalonando el sector. Por otra parte, las devaluaciones generalmente han favorecido el desarrollo agropecuario y de tiempo atrás era un clamor de los productores del campo, pero hay que reconocer que el consumidor tendrá un alza en el precio de los alimentos. (Nieto, Portafolio.co, 2015)¹⁷

Por segundo año consecutivo, la baja dinámica de la economía global impactó negativamente el desempeño del comercio exterior colombiano, particularmente las exportaciones. Hasta Octubre del 2014, las ventas al exterior cayeron -3,0%, debido en gran parte a la disminución en las ventas externas de combustibles y productos de las industrias extractivas. Según actividad económica, entre Enero-Octubre 2014, las exportaciones del sector minero presentan un leve aumento (1,1%), mientras que el sector agropecuario y el industrial registraron caídas del -2% y el -10%, respectivamente. (ANDI, 2014)¹⁸

¹⁷ Nieto, L. A. (15 de Enero de 2015). *Portafolio.co*. Obtenido de Portafolio.co:
<http://www.portafolio.co/economia/agricultura-2014-perspectivas-del-2015>

¹⁸ ANDI. (15 de Diciembre de 2014). *ASOCIACION NACIONAL DE EMPRESARIOS DE COLOMBIA*. Obtenido de ASOCIACION NACIONAL DE EMPRESARIOS DE COLOMBIA:
<http://www.andi.com.co/SitEco/Documents/Balance%202014%20y%20perspectivas%202015.pdf>

**COLOMBIA: EXPORTACIONES SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA
(MILLONES DE USD)**

	Enero-Octubre		Var %	Part %
	2013	2014		
Exportaciones totales	48.606	47.158	-3,0	100
Sector Agropecuario	2.242	2.197	-2,0	4,7
Café	1.529	1.973	29,0	
Sector Minero	28.145	28.461	1,1	60,4
Petróleo	26.799	25.479	-4,9	
Carbón	5.343	5.833	9,2	
Sector Industrial	18.102	16.295	-10,0	34,6
Resto	117	204	75,4	0,4

FUENTE: DANE-DIAN

En conclusión, 2014 fue un año con altibajos en el sector agropecuario que pese a que creció, no lo hizo proporcionalmente igual a otros sectores de la economía colombiana. Sin embargo, gracias a la devaluación del peso colombiano frente al dólar estadounidense aumentaron los ingresos por exportaciones, y hay una expectativa por parte de los agricultores de que para el siguiente año 2015, el peso colombiano continúe devaluándose, y de esta manera, incrementar la cantidad de exportaciones y el nivel de ingresos de las mismas, y favorecer al sector en gran medida.

4.1.4 Tendencias

Según el actual presidente de la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC) Rafael Mejía López, en el foro “el estado actual de la economía colombiana” (2013) estas serían algunas tendencias para el futuro

4.1.4.1 Tendencias a corto plazo

- Elevados precios de los fertilizantes.
- Reducción y volatilidad de los precios de los productos básicos.

- Débil recuperación de la economía mundial, menor demanda productos importados.
- Recuperación de la cosecha cafetera.
- Inversiones en cultivos de ciclo largo que entran en producción.
- Condiciones climáticas relativamente favorables.

4.1.4.2 *Tendencias a mediano y largo plazo*

El presidente de la SAC Mejía (2013) menciona en el foro algunos retos y oportunidades para mediano y largo plazo.

✓ Oportunidades:

- Creciente demanda mundial de alimentos y materias primas.
- Disponibilidad de suelos con vocación agropecuaria.
- Precios internacionales con tendencia favorable.
- Aprovechar el potencial agroexportador con los TLC.

✓ Retos:

- La formalización y empresarización de los pequeños productores, así como asociatividad entre ellos.
- Generar un marco integral de políticas e instituciones (infraestructura, investigación y desarrollo, formación del capital humano) que permita mejorar la competitividad, la rentabilidad y el bienestar.

4.2 ANÁLISIS DE MERCADO

4.2.1 *Mercado objetivo*

Canadá es un país compuesto por diez provincias y tres territorios que están agrupados en cuatro regiones: Oeste (Columbia Británica, Alberta, Saskatchewan y Manitoba), Central (Ontario y Quebec), Atlántica (New Brunswick, Nova Scotia, Price Edward Island y New Foundland) y Norte (Territorios de Yukón, Noreste y Nuwanut). De estas, la región central concentra cerca del 62% de la población total, la cual se estima es de 33,7 millones de habitantes en 2010.



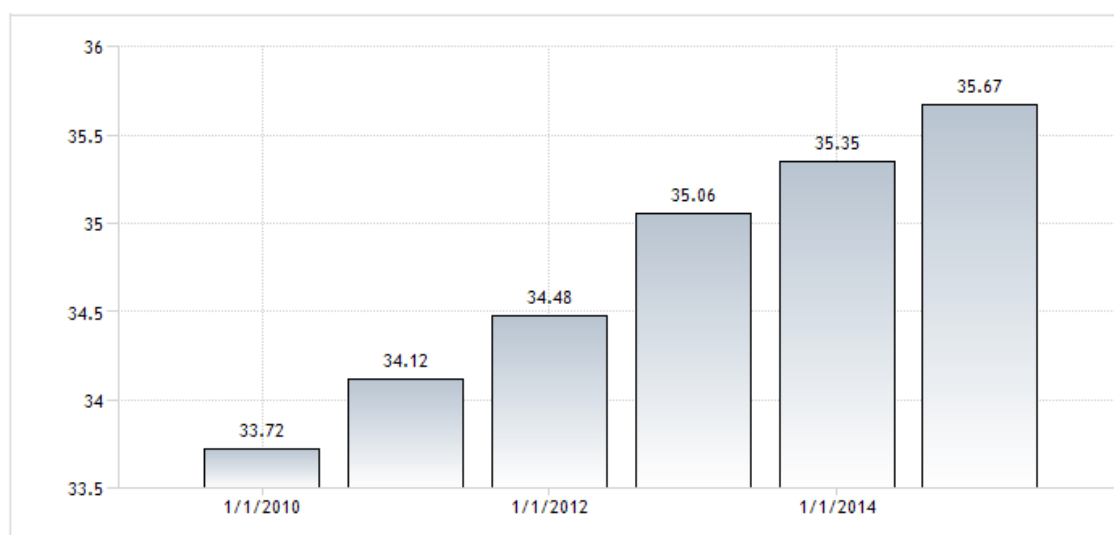
Fuente: Free world maps¹⁹

Canadá es una de las naciones más ricas del mundo. Es miembro del grupo de países G8 y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Su PIB fue de USD 1.335 miles de millones en 2009, y su desempeño ha estado soportado principalmente en el sector servicios que, en promedio, concentra 71% de la actividad económica. Le siguen industria y agricultura cada uno con participaciones 26% y 2% respectivamente. A pesar de la importancia del sector terciario en la economía canadiense, algunas actividades primarias como la explotación de petróleo, gas y madera, sobresalen en el desempeño de este mercado debido a las abundantes reservas de recursos naturales y minerales con las que cuenta este país. Así, Canadá se ubica como el segundo en reservas petroleras después de Arabia Saudita, es el tercer productor mundial de gas natural y el tercer exportador de madera; lo que lo posiciona como un mercado de interés no sólo por su nivel de riqueza y fortaleza económica.

¹⁹ <http://www.freeworldmaps.net/es/norteamerica/canada/mapapolitico.html>

Canadá, gracias al TLC brinda a Colombia un acceso preferencial de bienes y servicios, que pone al país en las mismas condiciones de algunos países de la región como Chile, Costa Rica y Perú con los que dicho país también tiene vigentes Tratados de Libre Comercio. Con Colombia, el Parlamento canadiense, aprobó el 29 de junio de 2010 el Tratado de Libre Comercio, y entró en vigencia el 15 de Agosto del 2011. En general, Canadá se ubica como un mercado de atractivo y de interés, debido a que puede dinamizar y fortalecer las diferentes actividades de la economía colombiana, y puede ofrecer oportunidades adicionales en materia laboral, tecnológica y de intercambio de conocimiento. (Procolombia, s.f.)²⁰

4.2.1.1 Población de Canadá



(Trading economics, s.f.)²¹

Para el 1 de Enero de 2015 la población de Canadá se estimaba en 35.700.000 habitantes, un aumento del 4.63% a partir de Enero de 2011.

En 2010, casi 23.5 millones de personas vivían en centros urbanos. De estos centros urbanos, seis tenían más de un millón de habitantes, de los cuales los más grandes fueron: Toronto (5.7 millones), Montreal (3.9 millones), y Vancouver (2.4 millones). Ottawa-Gatineau, Calgary y Edmonton registraron casi 1.2 millones de

²⁰ Procolombia. (s.f.). *Procolombia.co*. Obtenido de Canada un mercado de oportunidades: <http://www.procolombia.co/resultados?PROCOLOMBIA=canada+un+mercado+de+>

²¹ Trading economics. (s.f.). *Trading economics*. Obtenido de <http://es.tradingeconomics.com/canada/gdp>

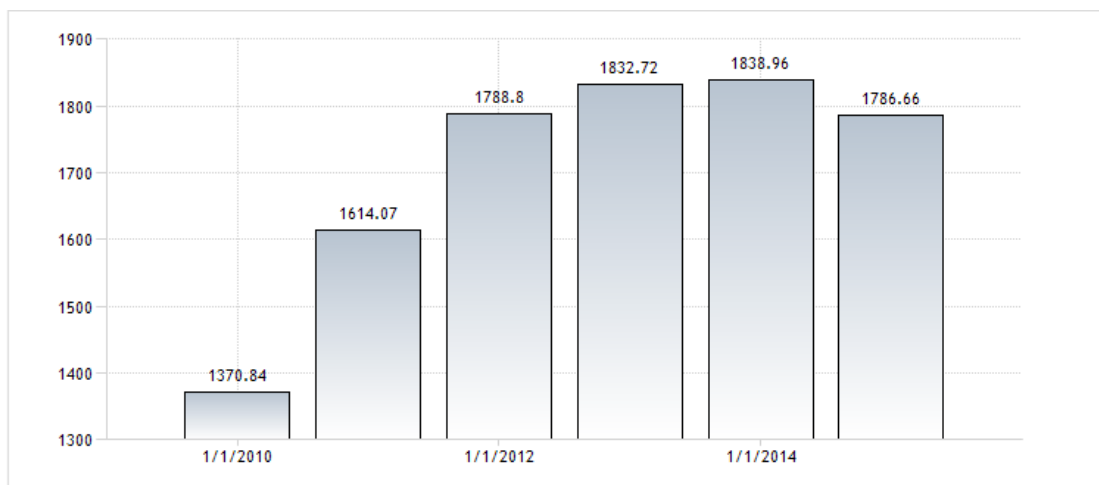
habitantes cada una. Sumadas, estas seis ciudades representan más del 45% de la población del país en 2010. Los dos idiomas oficiales de Canadá son inglés y francés. (TFOCanada, s.f.)²². Para el 2015 se sigue presentando una concentración elevada de la población de Canadá en éstas 6 ciudades por lo cual hace relevante el estudio anterior que data de hace cinco años.

Actualmente, la población de Canadá está alrededor de los 35.670.000 habitantes como lo podemos evidenciar en la gráfica anterior. La tasa de natalidad en Canadá es de 10.29 nacimientos por cada 1000 habitantes, que comparado con los 16.73 por cada 1000 habitantes de Colombia, es mucho menor; mientras que la expectativa de vida al nacer en Canadá es de 81.67, es decir, 5 años más que la de Colombia que tiene una expectativa de vida de 75.25, según las cifras de “Indexmundi” actualizadas al 2014.

4.2.1.2 Estadísticas y actividad económica

a. PIB Nominal Total

- PIB total Canadá



(Trading economics, s.f.)²³

²² TFOCanada. (s.f.). *TFOCanada*. Obtenido de TFOCanada: <http://www.tfocanada.ca/docs.php>

²³ Trading economics. (s.f.). *Trading economics*. Obtenido de <http://es.tradingeconomics.com/canada/gdp>

- PIB total Colombia.



(Trading economics, s.f.)

Canadá es un país con un buen comportamiento económico que lo ha llevado a consolidarse como uno de los países con mayor producto interno bruto, ubicándose para el 2013 en puesto número 11, mientras que Colombia se encuentra en el puesto número 30 según reporte del World Economic Outlook Database (Abril 2014). El PIB de Canadá es de \$ 1786.66 millones de dólares, mientras que el de Colombia es de \$ 377.74 millones de dólares, es decir que el PIB de Canadá es 4.7 veces mayor que el de Colombia aun pese a que la población de Colombia (alrededor de 47 millones de habitantes) sea mayor a la población canadiense.

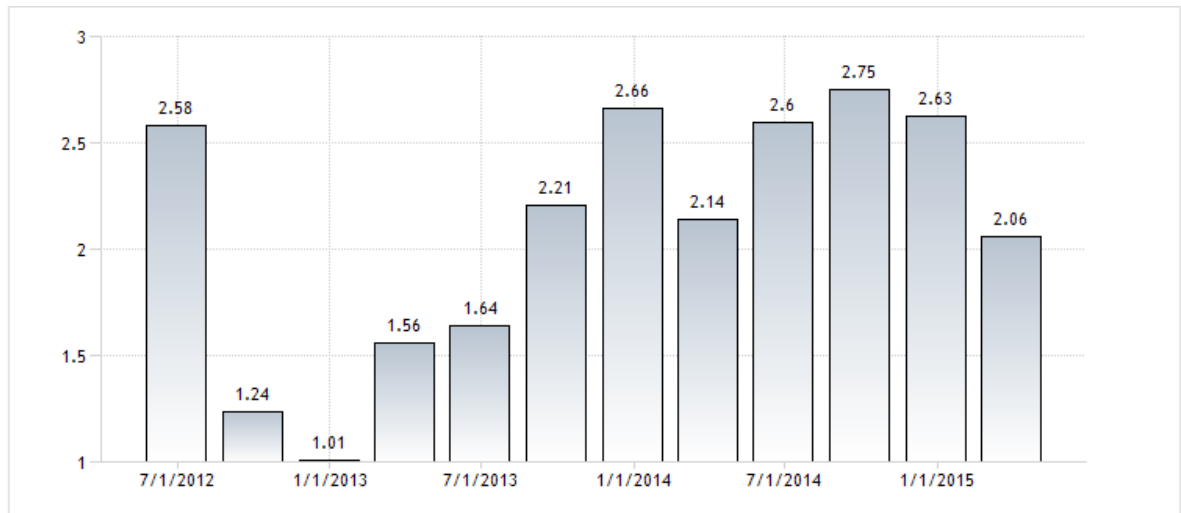
b. Tasa de crecimiento (PIB Real)

Año	Canadá	Colombia
2013	1.6 % (prom) ²⁴	4 % (prom)
2014	2.53 % (prom)	5.1 % (prom)
2015	2.34 % (est.) ²⁵	3.15 % (est.)

²⁴ Promedio obtenido se sumar los cuatro trimestres del año 2014 y dividirlos en 4.

²⁵ Estimado obtenido de sumar los dos trimestres del año 2015 y dividirlos en 2

- Gráfica tasa de crecimiento (PIB real) Canadá



(Trading economics, s.f.)

- Gráfica tasa de crecimiento (PIB real) Colombia



(Trading economics, s.f.)²⁶

Podemos ver como en el 2013 hay un crecimiento para Canadá del 1.6 % aproximadamente, que es muy bajo comparado con el 4% aproximado de Colombia, esto se debió a que el mundo sufrió una de las mayores crisis financieras de la historia,

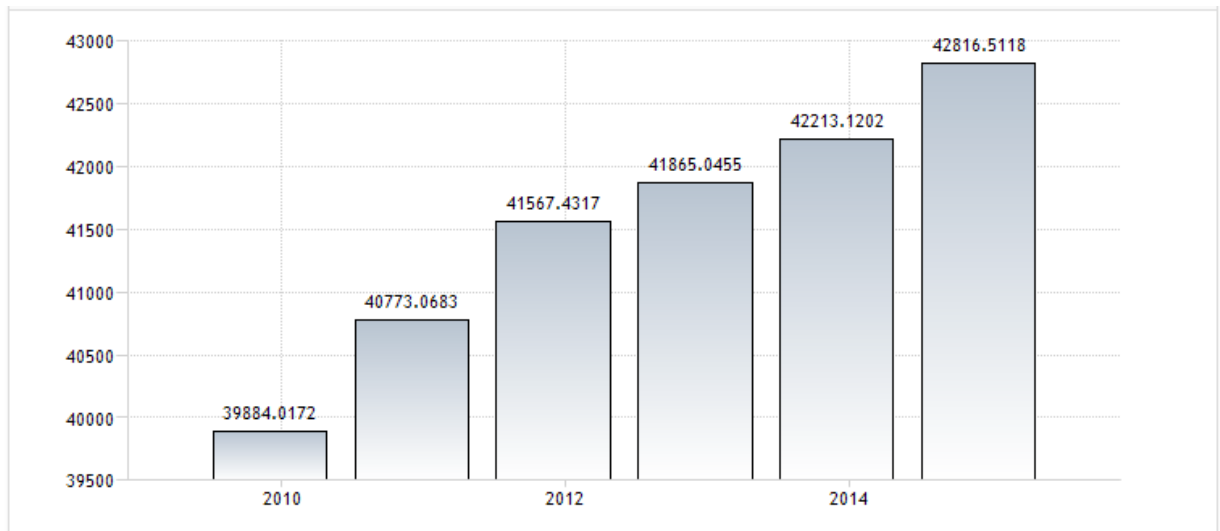
²⁶ Trading economics. (s.f.). *Trading economics*. Obtenido de <http://es.tradingeconomics.com/colombia/gdp-growth-annual>

y para este años las economías estaban todavía en recuperación. Gracias a las políticas implementadas por el Gobierno desde el primer trimestre del año 2014 hasta hoy, Canadá ha mostrado un crecimiento sostenido, que aunque no es igual de elevado al de Colombia, sigue siendo favorable en un país a la hora de realizar nuestra negociación porque denota confianza.

c. Ingreso per cápita

Año	Ingreso en US Canadá	Ingreso en US Colombia
2012	\$ 41.567	\$ 11.332
2013	\$ 41.865	\$ 11.636
2014	\$ 42.213	\$ 12.054
2015	\$ 42.816	\$ 12.446

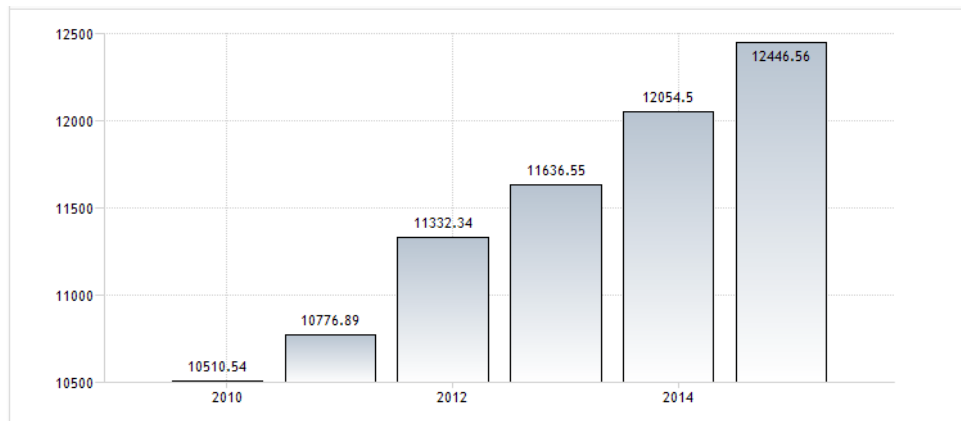
- Gráfica PIB per cápita Canadá



(Trading economics, s.f.)²⁷

²⁷ Trading economics. (s.f.). *Trading economics*. Obtenido de <http://es.tradingeconomics.com/canada/gdp-per-capita-ppp>

- Gráfica PIB per cápita Colombia



Como podemos ver en la tabla Canadá tiene un nivel de ingresos per cápita mucho mayor que el colombiano, en términos porcentuales es 71% mayor el PIB per cápita canadiense con respecto al colombiano; esto significa que Canadá tiene un alto nivel de poder adquisitivo o capacidad de consumo, y por ende, supone una mejor calidad de vida, y una mayor probabilidad de que compren nuestros productos a un buen precio.

d. Tipo de cambio

Tasa de cambio de Dólar americano a Dólar canadiense : 1 USD = 1,29949 CAD	
USD	CAD
\$ 1 USD	C\$ 1,30 CAD
\$ 5 USD	C\$ 6,50 CAD
\$ 10 USD	C\$ 12,99 CAD
\$ 50 USD	C\$ 64,97 CAD
\$ 100 USD	C\$ 129,95 CAD
\$ 250 USD	C\$ 324,87 CAD
\$ 500 USD	C\$ 649,75 CAD
\$ 1.000 USD	C\$ 1.299,49 CAD
\$ 5.000 USD	C\$ 6.497,46 CAD
\$ 10.000 USD	C\$ 12.994,93 CAD
\$ 50.000 USD	C\$ 64.974,64 CAD
\$ 100.000 USD	C\$ 129.949,28 CAD
\$ 500.000 USD	C\$ 649.746,41 CAD
\$ 1.000.000 USD	C\$ 1.299.492,83 CAD

Última actualización: 14/10/2015 10:59:42

(the money converter, 2015)²⁸

²⁸ the money converter. (14 de Octubre de 2015). *the money converter*. Obtenido de <http://themoneyconverter.com/ES/USD/CAD.aspx>

Tasa de cambio de Dólar americano a Peso colombiano : 1 USD = 2917,95128 COP	
USD	COP
\$ 1 USD	\$ 2.917,95 COP
\$ 5 USD	\$ 14.589,76 COP
\$ 10 USD	\$ 29.179,51 COP
\$ 50 USD	\$ 145.897,56 COP
\$ 100 USD	\$ 291.795,13 COP
\$ 250 USD	\$ 729.487,82 COP
\$ 500 USD	\$ 1.458.975,64 COP
\$ 1.000 USD	\$ 2.917.951,28 COP
\$ 5.000 USD	\$ 14.589.756,39 COP
\$ 10.000 USD	\$ 29.179.512,78 COP
\$ 50.000 USD	\$ 145.897.563,88 COP
\$ 100.000 USD	\$ 291.795.127,75 COP
\$ 500.000 USD	\$ 1.458.975.638,76 COP
\$ 1.000.000 USD	\$ 2.917.951.277,52 COP

Última actualización: 14/10/2015 10:59:45

(the money converter, 2015)²⁹

Tasa de cambio de Dólar canadiense a Peso colombiano : 1 CAD = 2245,45393 COP	
CAD	COP
C\$ 1 CAD	\$ 2.245,45 COP
C\$ 5 CAD	\$ 11.227,27 COP
C\$ 10 CAD	\$ 22.454,54 COP
C\$ 50 CAD	\$ 112.272,70 COP
C\$ 100 CAD	\$ 224.545,39 COP
C\$ 250 CAD	\$ 561.363,48 COP
C\$ 500 CAD	\$ 1.122.726,96 COP
C\$ 1.000 CAD	\$ 2.245.453,93 COP
C\$ 5.000 CAD	\$ 11.227.269,64 COP
C\$ 10.000 CAD	\$ 22.454.539,27 COP
C\$ 50.000 CAD	\$ 112.272.696,35 COP
C\$ 100.000 CAD	\$ 224.545.392,70 COP
C\$ 500.000 CAD	\$ 1.122.726.963,52 COP
C\$ 1.000.000 CAD	\$ 2.245.453.927,04 COP

Última actualización: 14/10/2015 10:59:45

(the money converter, 2015)³⁰

²⁹ the money converter. (14 de Octubre de 2015). *the money converter*. Obtenido de <http://themoneyconverter.com/ES/USD/CAD.aspx>

³⁰ the money converter. (14 de Octubre de 2015). *the money converter*. Obtenido de <http://themoneyconverter.com/ES/CAD/COP.aspx>

Aunque el dólar americano es más fuerte que el dólar canadiense, tienen una tasa de cambio de USD 1 por CAD 1,30 por lo que la diferencia entre monedas no es tan significativa como la de USD 1 por COP 2.917,95. Con respecto al dólar canadiense con el peso colombiano la tasa de cambio es CAD 1 por COP 2.245,45. A nosotros como exportadores nos favorece que nuestra moneda se devalúe más con respecto al dólar americano y el dólar canadiense, ya que, esto significa que por cada dólar que cueste nuestro producto nosotros recibiremos más pesos colombianos.

e. Tasa de inflación

Año	Canadá	Colombia
2012	1.5%	3.2%
2013	1%	2%
2014	1.9%	2.9%
2015	1.3% (est.)	4.8% (est.)

(Indexmundi)³¹

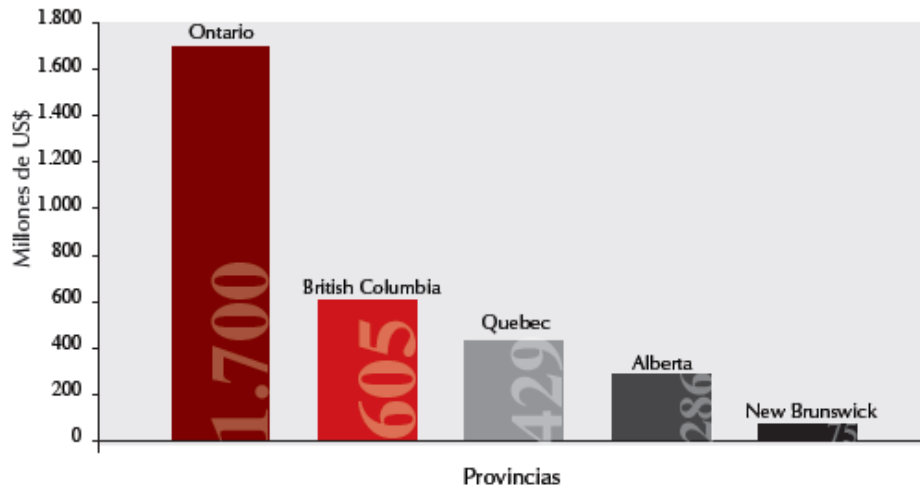
Ambos países tienen un buen comportamiento de la tasa de inflación, eso evidencia una buena gestión por parte del banco central de cada uno, y por lo tanto una mayor confianza empresarial. En el último año se percibe un aumento en el índice de precios al consumidor, esto principalmente a la revaluación del dólar frente a las otras monedas.

4.2.2 Segmentación clave

Como se puede ver en la siguiente gráfica, Ontario es la provincia canadiense en la cual más se importan frutas. Esta es una de las razones de peso por la cual se eligió Ontario como destino de nuestra fruta, el mangostino.

³¹ Cifras obtenidas de <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?v=71&c=co&l=es>

- Gráfica Canadá importación de frutas por provincias 2009 (U\$ millones)



(Chacón, 2010)³²

Ontario es una de las diez provincias de Canadá, y la más poblada del país (más de un tercio de la población canadiense vive en Ontario). En ella se localizan la mayor ciudad canadiense, Toronto, y Ottawa, la capital. También es la segunda mayor provincia del país en términos de área, sólo por detrás de Quebec. La región sur de Ontario es el punto más meridional de todo Canadá. (Canadá y Corea del Sur, 2012)³³



Fuente: voldiscount³⁴

³² Chacón, M. (Julio de 2010). *elfinancierocr.com*. Obtenido de http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2010/agosto/29/_MMedia/0000010467.pdf

³³ *Canadá y Corea del Sur*. (14 de Abril de 2012). Obtenido de <http://canadaycorea.blogspot.com/2012/04/canada-pib-y-pib-per-capita.html>

³⁴ <http://www.voldiscount.es/guia-pais/guia-de-viaje-ontario-1.php>

Ontario es una de las subdivisiones nacionales más ricas y prósperas económicamente de América del Norte, gracias a su economía fuerte y variada, a su población en gradual crecimiento y a la existencia de mano de obra cualificada. El producto interno bruto de Ontario en 2008 fue de 597.2 miles de millones de dólares canadienses (39,3% de Canadá) y la renta per cápita, de 39.100 dólares. Por su parte, la tasa de desempleo se situaba en el 6,6%.³⁵ La economía de Ontario se beneficia de su proximidad a los grandes centros de consumo de Estados Unidos. La principal fuente de ingresos de Ontario es la industria. El valor de los productos industriales producidos en Ontario es mayor que la suma del valor total de los productos industriales fabricados en todas las otras provincias y territorios de Canadá. (Wikipedia, s.f.)³⁵

Dentro de la provincia de Ontario elegimos Toronto como ciudad principal para exportar nuestros productos porque tiene una población de 5,6 millones de habitantes, es el mayor centro urbano de Canadá, y el punto y corazón industrial de la provincia, que se enorgullece de contar con una mezcla étnica de todas partes del mundo. La ciudad es el centro financiero e industrial dominante de Canadá, sede de más de la mitad de las empresas más grandes del país y bancos.



Fuente: Google images³⁶

³⁵ Wikipedia. (s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Ontario#Econom.C3.ADA>

³⁶ https://www.google.com.co/search?q=mapa+toronto&espv=2&biw=1366&bih=599&source=Inms&tbn=isch&sa=X&ved=0CAYQ_AUoAWoVChMI_7Ou6bODxwIVzKseCh0FvAPc#imgsrc=gzY7gcsgtUHH1M%3A

4.2.3 Justificación del mercado objetivo³⁷

Si bien Canadá aun no es uno de los principales importadores de Colombia, según MinCIT, en 2012 el 40% de las exportaciones que se realizaron a este país pertenecieron al sector agropecuario. Según Agriculture and Agri-Food Canada, las importaciones de este país en productos agrícolas en 2012 fue de CAD\$ 38 billones, un 6% superiores a las del año anterior, siendo vino y café los principales productos importados. Uno de los aspectos que hace a Canadá un país atractivo para los exportadores, es la preferencia que otorga a PYMES. Además, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2014) destaca como productos clave para enfocar la comercialización en este país al café en grano y soluble, azúcar blanco, flores, esquejes y follajes, piña, guanábana, papaya, mangos, fresas, uchuvas, cacao y sus derivados, tabaco, etanol y licores. (Equipo técnico de presidencia, 2014) ³⁸

Canadá es clasificado como el quinto país importador más grande del mundo y se encuentra entre los países con mayores importaciones per cápita, superando en aproximadamente dos veces la importación per cápita de Estados Unidos.

Canadá cuenta con un alto envejecimiento de la población, su edad promedio es de 41 años, y existe un porcentaje importante en edad de jubilación. Este grupo representa un mercado atractivo debido a sus altos ingresos disponibles, lo que genera una gran demanda de productos para el hogar, la decoración, la limpieza, el cuidado personal, juguetes, recreación y la salud. (Procolombia)³⁹

³⁷ Equipo técnico de presidencia. (1 de Agosto de 2014). *Finagro*. Obtenido de Finagro.com.co: https://www.finagro.com.co/sites/default/files/2014_09_09_perspectivas_agropecuarias.pdf

³⁸ Equipo técnico de presidencia. (1 de Agosto de 2014). *Finagro*. Obtenido de Finagro.com.co: https://www.finagro.com.co/sites/default/files/2014_09_09_perspectivas_agropecuarias.pdf

³⁹ Procolombia. (s.f.). Canadá: un mercado de oportunidades. Bogotá.

Facilidad de hacer negocios

- Gráfica facilidad de hacer negocios Canadá



(Trading economics, s.f.)⁴⁰

- Gráfica facilidad de hacer negocios Colombia



(Trading economics, s.f.)⁴¹

⁴⁰ Trading economics. (s.f.). *Trading economics*. Obtenido de <http://es.tradingeconomics.com/canada/ease-of-doing-business>

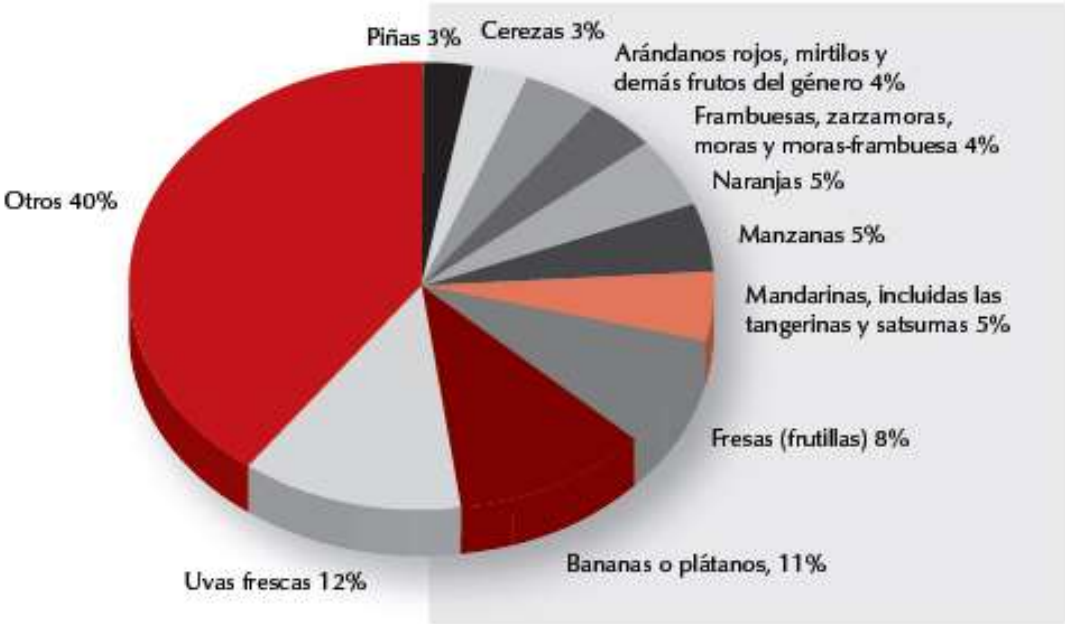
⁴¹ Trading economics. (s.f.). *Trading economics*. Obtenido de <http://es.tradingeconomics.com/colombia/ease-of-doing-business>

Canadá al estar en el puesto número 16 en la clasificación de los países donde es más fácil hacer negocios, nos permite afirmar que es un país abierto a los negocios internacionales, sin muchas barreras comerciales y de tramitología, que favorece la proliferación de negocios transfronterizos; y nosotros al ser exportadores al país de Canadá, nos es favorable saber que es más fácil hacer negocios allá que en nuestro país que ocupa el puesto número 34.

4.2.3.1 *Estimación del mercado potencial*

Las principales 10 frutas frescas que importa Canadá se muestran en el Gráfico. La importación de estas 10 frutas representó en el 2009 el 60% de las importaciones de frutas de Canadá.

Gráfica Canadá importaciones de frutas frescas según valor 2009



(Chacón, 2010) ⁴²

⁴² Chacón, M. (Julio de 2010). *elfinancierocr.com*. Obtenido de http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2010/agosto/29/_MMedia/0000010467.pdf

Aunque el mangostino está dentro del restante 40%, este gráfico demuestra que el consumidor tiene un alto nivel de demanda hacia las frutas; adicionalmente a continuación se presenta una tabla en la que se muestra exclusivamente las empresas colombianas que en el año 2014 exportaron mangostino hacia Toronto, la cantidad de Kilos netos exportados y el valor FOB en dólares (USD):

SUBPARTIDA	NOMBRE EXPORTADOR	AÑO	MES	PAIS DESTINO	CIUDAD DESTINO	MEDIO DE TRANS	CANTIDAD	KILOS NETOS	VALOR FOB (USD)	VALOR X KILO (USD)	
.0804502000	OCATI S A	2014	7	CANADA.	TORONTO	AEREA	180	180	\$ 1.992	\$ 11,07	
.0804502000	OCATI S A	2014	6	CANADA.	TORONTO	AEREA	855	855	\$ 9.462	\$ 11,07	
.0804502000	CARO Y CIA AGROPISCICOLA CAROLINA	2014	2	CANADA.	TORONTO	AEREA	432	432	\$ 4.320	\$ 10,00	
.0804502000	CARO Y CIA AGROPISCICOLA CAROLINA	2014	1	CANADA.	TORONTO	AEREA	432	432	\$ 4.320	\$ 10,00	
.0804502000	HEALTHY FOOD GLOBAL EXPORT SAS	2014	11	CANADA.	TORONTO	AEREA	2900	2900	\$ 36.250	\$ 12,50	
.0804502000	HEALTHY FOOD GLOBAL EXPORT SAS	2014	11	CANADA.	TORONTO	AEREA	700	700	\$ 8.750	\$ 12,50	
.0804502000	HEALTHY FOOD GLOBAL EXPORT SAS	2014	11	CANADA.	TORONTO	AEREA	2000	2000	\$ 25.100	\$ 12,55	
.0804502000	SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL CASTILLO ESTUPIÑA	2014	3	CANADA.	TORONTO	AEREA	995	995	\$ 13.360	\$ 13	
		TOTAL						8494	8494	\$ 103.554	\$ 11,64

(PROCOLOMBIA, 2014)

En la siguiente gráfica se muestra el mercado potencial que existe en Toronto, Canadá para el mangostino colombiano:



43

Se puede ver como el comportamiento de los últimos años ha venido en aumento, del 2012 al 2013 hay un incremento del 117,1%, y del 2013 al 2014 aumentó el 6,9% pasando de un mercado potencial con cifras de USD \$96.872 a uno de USD \$103.554.

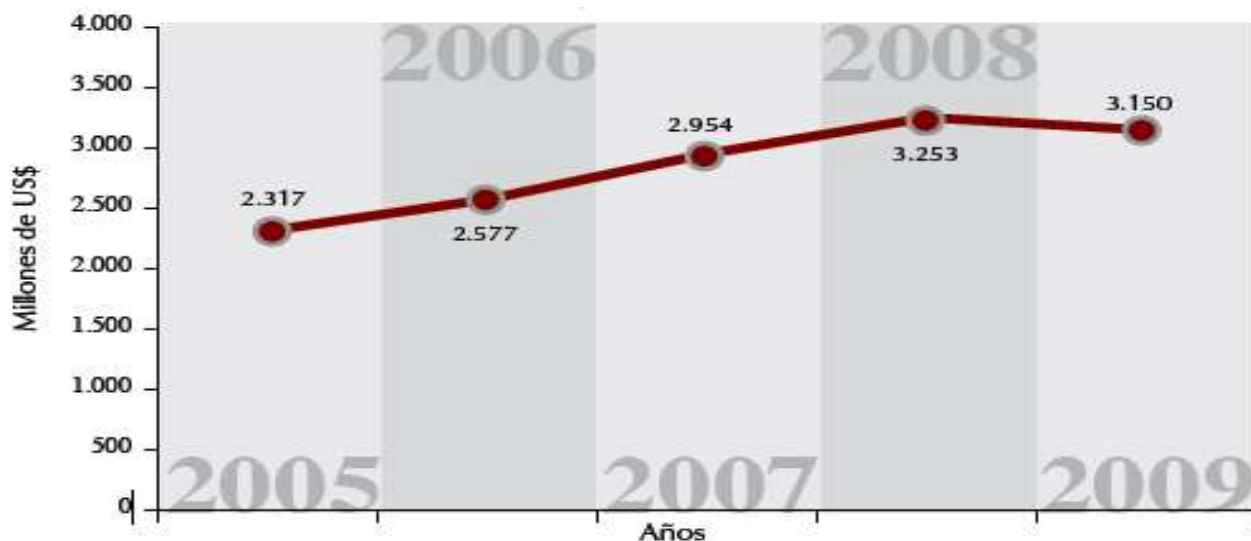
4.2.3.2 Consumo aparente

De acuerdo al estudio de frutas y verduras de la Dirección General de Estadísticas de Canadá, aproximadamente 6.200 agricultores programaron cultivar 283.000 acres (113.000 Has.) de frutas, de las cuales 69,2% darían frutos en 2008. De esta producción de frutas, casi el 62% serían procesadas; 54% del área de producción de frutos sería reservada para la producción de arándanos y 27% para manzanas y uvas. En comparación a los niveles de 2007, las áreas productoras fueron mayores para arándano en 12%, arándano agrio 3%, cereza agria 4%, uva 7%, y nectarina en casi 9%. En los últimos 3 años Canadá importó US\$ 9.368 millones en frutas. Esto significa que en promedio se ha recurrido al mercado externo para abastecer US\$ 3.119 millones por año como se muestra en el gráfico. Además del año 2005 al 2009 la importación de frutas frescas de Canadá creció en un 36%. Lo anterior

⁴³ Gráfico realizado por los autores del proyecto mediante cifras otorgadas por PROCOLOMBIA

es reflejo de las limitaciones que se mencionaron anteriormente tiene Canadá para la producción de frutas, lo que hace que se dependa fuertemente de la importación para poder satisfacer las necesidades de frutas que se presentan en su mercado.

Gráfica Canadá importaciones de frutas frescas 2005-2009 (U\$ millones)



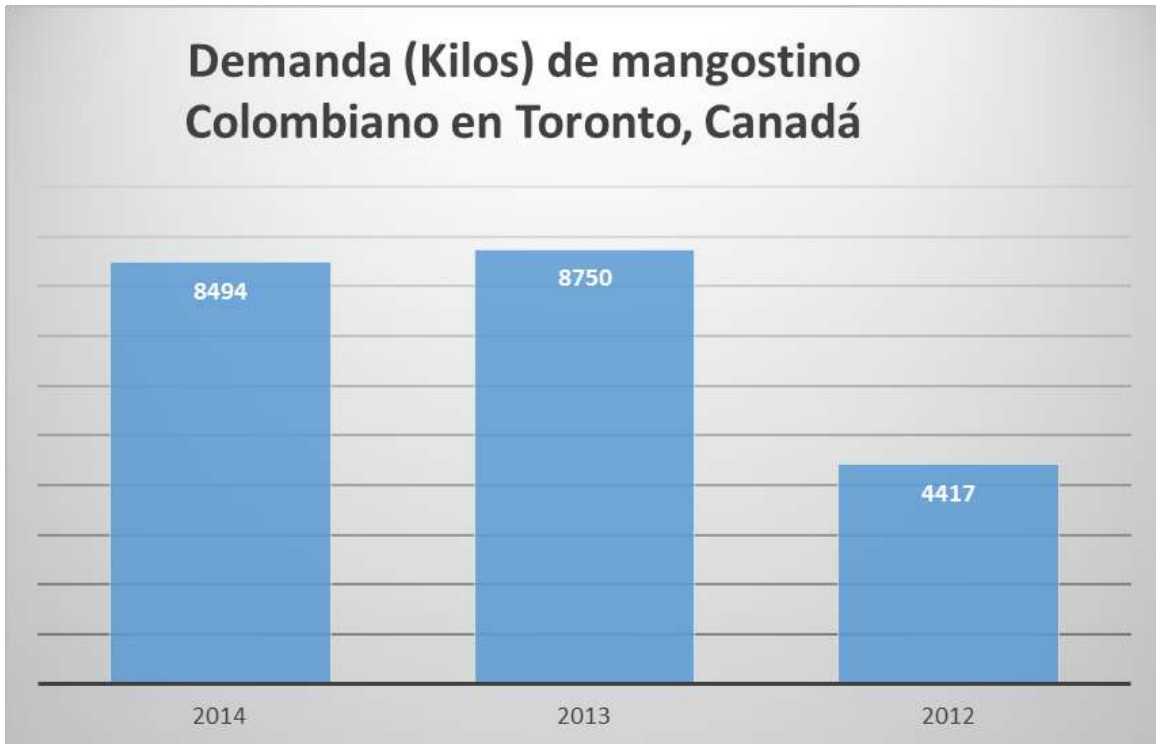
(Chacón, 2010)⁴⁴

En la siguiente parte se presentan las tablas correspondientes a la cantidad de Kilos netos de mangostino exportados desde Colombia hacia Toronto, Canadá en el año 2012 y 2013. Se indica el nivel de demanda satisfecha y consumo aparente que hay en Toronto. Para el año 2012 hubo un consumo de 4.417 Kilos de mangostino colombiano, para el año 2013 fue de 8.750 Kilos consumidos, y para el año 2014 los torontonianos⁴⁵ consumieron 8.494 Kilos de mangostino netamente colombiano

⁴⁴ Chacón, M. (Julio de 2010). *elfinancierocr.com*. Obtenido de http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2010/agosto/29/_MMedia/0000010467.pdf

⁴⁵ Es el gentilicio de los habitantes de Toronto, Canadá

A continuación se presenta un gráfico basado en las tablas anteriores que nos permite establecer el nivel del consumo de mangostino en Toronto, Canadá por Kilos y su comportamiento a través de los últimos años.



46

El comportamiento ha sido variable ya que se muestra un incremento del 98,1% para el año 2013 con respecto al año 2012, que es casi como duplicar el consumo de un año al otro, y del año 2013 al año 2014 hay una leve disminución del consumo que en términos porcentuales representa exactamente el 2,9% de disminución en el consumo; sin embargo son cifras importantes que denotan que el mangostino es un fruto apetecido en Toronto, Canadá.

⁴⁶ Gráfico realizado por los autores del proyecto mediante cifras otorgadas por PROCOLOMBIA

4.2.3.3 Consumo Per cápita

La dieta del consumo per cápita canadiense en 2009 incluyó más frutas y verduras frescas, cereales, café y pescado, en comparación con 2008. En contraste, la disponibilidad per cápita de frutas frescas ha disminuido. (Esto nos permite inferir que hay una demanda insatisfecha por las frutas exóticas).

Con respecto al consumo de frutas se tiene que el consumo total de frutas frescas, incluidos los cítricos, alcanzaron un récord de 39,3 kg por persona, cifra ligeramente superior a 2008.

Después de alcanzar un nivel récord en 2008, el consumo de frutas procesadas se redujo un 2,4% en 2009. Entre las frutas procesadas, el consumo de frutas enlatadas es el que registró la mayor reducción (-3,4%) a 4,8 kg por persona. (Chacón, 2010)⁴⁷

4.2.3.4 Perfil del consumidor

El consumidor canadiense tiene creciente interés por el medio ambiente, la salud y el ahorro del tiempo. Así, tanto los bienes respetuosos del medio ambiente como los productos que agilizan algunas tareas, son vistos favorablemente; por ejemplo, productos de limpieza que sean amigables con el medio ambiente y agilicen las labores domésticas, o alimentos saludables que sean fáciles y rápidos de preparar, entre otros. (Procolombia)⁴⁸

A continuación mencionamos una serie de factores que definen el comportamiento del consumidor canadiense obtenidos del documento “Oportunidades en el mercado de Canadá” del analista económico Michael Chacón:

- **Apoyo a los consumidores locales:** Durante la temporada de cultivo en Canadá, los consumidores, chefs e incluso algunos que elaboran alimentos

⁴⁷ Chacón, M. (Julio de 2010). *elfinancierocr.com*. Obtenido de http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2010/agosto/29/_MMedia/0000010467.pdf

⁴⁸ Procolombia. (s.f.). Canadá: un mercado de oportunidades. Bogotá.

se están haciendo más proactivos al conseguir sus ingredientes para la cocina directamente de los agricultores y productores artesanales locales. Esta tendencia se hace particularmente común en los mercados de servicios de alimentación de British Columbia y Ontario. Como resultado, los restaurantes están formando asociaciones exclusivas con productores locales de alimentos para abastecer sus puntos de venta con todos los ingredientes requeridos para lograr un verdadero concepto de “del campo a la mesa”.

- **Patriotismo:** Al comportamiento antes mencionado, se suma el hecho de que el canadiense en general es muy patriótico y se siente orgulloso de su país. Esto se refleja en el comportamiento del consumidor a la hora de escoger un producto o una marca. El consumidor tiende a escoger producto canadiense cuando éste está disponible, pero además el gobierno y las empresas impulsan el consumo de producto local cuando es la temporada. Esto podría dar fuerza a la idea de vender bajo marcas locales o privadas.

- **Alimentos Funcionales:** A medida que los consumidores están más conscientes de la salud, la demanda de productos con mayores nutrientes y beneficios para la salud se incrementa rápidamente. Por ejemplo dentro de estos productos existe un creciente número de productos alimenticios y bebidas que contienen súper frutas (ejemplos: variedades exóticas como acaí, bayas gogi, mangostán, noni y arándanos).

- **Alimentos Orgánicos o Naturales** El sector orgánico canadiense ha tenido un crecimiento dramático en los últimos años con una demanda que actualmente está superando la producción interna. Según la Asociación de Comercio Orgánico (OTA) en Canadá, en 2008, el monto de las ventas de alimentos orgánicos en Canadá fue de \$2 mil millones, el doble que en 2006, y se esperaba que crezca un 20% anual en el futuro.

- **Sabor Étnico:** Para el año 2017, aproximadamente el 20% de la población de Canadá, entre 6,3 millones y 8,5 millones de personas, podrían ser minorías visibles. Se proyecta que el 50% serán de Asia del Sur o chinos. Por lo tanto, las frutas y verduras que son familiares para estos grupos étnicos, empezarán a aparecer en el mercado canadiense como productos del campo exóticos hasta que se conviertan en opciones dominantes. A estas alturas, productos como las papayas, el kiwi, los mangos y batatas ya han cruzado las barreras. Por lo que se debe tomar en cuenta a qué población inmigrante va dirigido el producto sobre todo en ciudades como Toronto que tiene casi la mitad de la población inmigrante.

- **Innovación:** Las exigencias del consumidor canadiense en lo que respecta a calidad, conveniencia y variedad, han estimulado al sector a producir productos innovadores como son ensaladas “frescas” mínimamente procesadas, empaquetadas; verduras y mezclas de verduras; fruta deshidratada en cereales; ensaladas de frutas tropicales congeladas; verduras congeladas y mezclas de verduras como son Thai o mezclas chinas para freír con acompañamiento de salsas incluidas y empaquetadas separadamente; como también jugos con carbohidratos reducidos o papas fritas francesas congeladas libres de grasa trans que están desplazando a los jugos y papitas fritas tradicionales.

- **Presencia de frutas y verduras exóticas:** La variedad de frutas y verduras exóticas disponibles en este mercado es mucho mayor ahora que en el pasado. Las importaciones de frutas y verduras exóticas desde países en desarrollo, también han aumentado a lo largo de la última década. El interés en salud y nutrición en muchos canadienses y un interés más amplio en la cocina étnica han contribuido a estas tendencias.

- **Embalaje o empaque que no daña el medio ambiente:** Los investigadores canadienses también están buscando formas de mejorar el embalaje para

ayudar a prolongar la vida útil y ampliar mercados. Algunos ejemplos de embalaje novedoso que ya está siendo usado incluyen los plásticos que permiten la circulación del aire mientras se mantiene la humedad, y embalaje que no daña el medio ambiente por ser completamente biodegradable en 14 días.

- **Preocupaciones sobre seguridad de alimentos:** El incremento en la preocupación acerca de la seguridad alimenticia está guiando a los consumidores a sentirse más seguros adquiriendo productos con nombres de marcas familiares, con fechas de expiración claras y pre empaquetados.

Se espera que, de aquí a 2020, los siguientes factores tengan influencia sobre los patrones de consumo (CANADÁ, 2012)⁴⁹:

- ✓ *Población adulta:* la población canadiense continuará haciéndose mayor, habiendo más adultos mayores que nunca antes y menos niños en cifras reales proyectados para 2020, que los que había en 2004. El número de niños de 0 a 5 años también es el que más rápido crecimiento ha tenido desde 1951. Estos hallazgos tendrán impacto sobre el tipo y cantidad de alimentos demandados, y sobre el lugar en el que serán consumidos.
- ✓ *Una sociedad que evoluciona:* Otros factores socio-demográficos que tendrán influencia sobre los alimentos elegidos incluyen la reducción del tamaño de los hogares, la participación en la fuerza laboral, la globalización, la consciencia hacia el medio ambiente y la fragmentación de los medios. Las marcas dejarán de ser un símbolo de estatus para convertirse en una expresión de individualidad.
- ✓ *Cambio en los patrones de las comidas:* Los consumidores se desconectarán cada vez más de preparación de los alimentos. Los hábitos de compra y el comer serán esporádicos; los ciclos de planeación de las comidas serán más cortos, los pasabocas reemplazarán algunos platos fuertes y comidas completas y la

⁴⁹ CANADA, T. (1 de Enero de 2012). *PROCOLOMBIA.CO*. Obtenido de <http://www.procolombia.co/node/6526/done?sid=41202>

comida será todavía más fácil de llevar. Estas tendencias tendrán repercusiones tanto en la comida como en los desperdicios generados por los empaques.

- ✓ *El consumidor educado:* En la medida en que esta generación se ha criado leyendo las etiquetas, los canadienses se harán más conscientes que antes de la nutrición y de los ingredientes de los alimentos, orientándose hacia cero grasas trans, bajo en sodio, carbohidratos saludables con alto contenido de fibra, menos azúcar, identificación de alérgenos, fortificados y demás afirmaciones relacionadas con la salud. Los alimentos que cumplan una función más allá de simplemente proveer energía, tendrán mayor demanda en la medida en que los consumidores busquen manejar su salud y prevenir enfermedades.
- ✓ *La nueva cara de Canadá:* La inmigración viene principalmente de Asia, especialmente hacia los centros urbanos más grandes en los que las visibles minorías conforman una buena porción de la población, y las raíces británicas y europeas de los residentes de hace mucho tiempo se difuminan. La influencia hispana que viene del Sur también se sentirá. Las tendencias alimenticias resultantes tales como la diversificación, la fusión y combinación de la culinaria, significará que se recibirán influencias en cuanto al uso de ingredientes, métodos culinarios y el uso estilos menos conocidos. Los viajes, la movilidad por cuestiones laborales y la influencia religiosa, también le darán forma a la mezcla de la nueva cocina canadiense.
- ✓ *Verduras:* El consumo de comidas sin carnes es alto y se alimenta de la percepción de que son saludables, del énfasis en que son rápidas de preparar y de las opiniones étnicas sobre los alimentos.
- ✓ *Gourmet:* La comida gourmet representa una pequeña indulgencia, un lujo que se puede pagar y una recompensa. Las comidas lentas, de buena calidad, las porciones más pequeñas y los alimentos nutritivos reemplazarán gradualmente la demanda de comida rápida, de porciones grandes y baratas.

Villa de Los Caballeros. (12 de 12 de 2012). *El Clima de Mariquita*. Obtenido de <http://www.villadeloscaballeros.com/clima-de-mariquita.html>

Wikipedia. (s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Ontario#Econom.C3.ADa>

Wordpress.com. (11 de 2009). *MANUAL DE EMPAQUE Y EMBALAJE PARA EXPORTACIÓN*. Obtenido de <https://sergiotorres63.files.wordpress.com/2009/11/manual-envase-embalaje.pdf>

GLOSARIO

ⁱ Coriáceo, **-cea adj.** Que tiene el aspecto o el tacto parecido al del cuero

ⁱⁱ Fito nutrientes: son compuestos naturales bioactivos que se encuentran en los alimentos vegetales. La mayoría de los fitonutrientes se superponen y complementan, y ofrecen beneficios completos que incluyen los efectos antioxidantes. En resumen, los fitonutrientes específicos que se encuentran en las frutas y verduras trabajan junto a otros nutrientes para proteger su salud. Estos compuestos vegetales protectores conforman un área emergente dentro de la salud y la nutrición, con informes de nuevas investigaciones casi todos los días.

Los fitonutrientes que se encuentran en el mangostán incluyen a los siguientes: Xantonas, Catequinas, Proantocianidinas Los fitonutrientes más fuertes y más investigados del mangostán son las xantonas.

ⁱⁱⁱ Antioxidantes: También se demostró que el mangostán contiene antioxidantes poderosos, compuestos que inhiben la oxidación o las reacciones estimuladas por el oxígeno y los peróxidos. Primero, unas palabras sobre los radicales libres: no hay manera de escaparse de los radicales libres. Se encuentran en la comida, el aire y el ambiente, y atacan nuestro cuerpo todos los días.

Los radicales libres buscan electrones para poder equilibrarse a nivel atómico y atacan las células del cuerpo, robando los electrones de cualquier sustancia con la que entran en contacto. Este daño — conocido con frecuencia como oxidación — es irreversible. Los antioxidantes son muy respetados por su habilidad para proteger el cuerpo de los efectos deteriorantes de los radicales libres. Se adelantan al daño de los radicales libres al brindar el electrón necesario y al equilibrar la sustancia, lo que torna inocuo al radical libre.

Menos de medio vaso por día de jugo rico en antioxidantes y estará peleando una batalla molecular que ni siquiera advirtió que ocurría dentro de su cuerpo.

^{iviv} Xantonas: son una clase única de compuestos biológicamente activos que poseen varios potenciales bioactivos como las propiedades antioxidantes. De acuerdo con las investigaciones, la fruta entera del mangostán es una fuente de docenas de xantonas diferentes. En la actualidad se sabe que existen más de 200 xantonas en la naturaleza y aproximadamente 40 de ellas se encuentran en el mangostán. Las xantonas poseen una actividad biológica documentada que obtuvo el interés de la comunidad médica durante varias décadas.

^v higroscópico, -ca adj. Se aplica al cuerpo o compuesto químico que absorbe la humedad del aire.

^{vi} Las estibas suelen ser de tamaño prefijado que se ajusta a las dimensiones de los medios de transporte. En las unidades de carga se hace uso de materiales de amortiguamiento y protección así como de fijación y compactación de carga.

^{vii} La Inocuidad es un concepto que se refiere a la existencia y control de peligros asociados a los productos destinados para el consumo humano a través de la ingestión como pueden ser alimentos y medicinas a fin de que no provoquen daños a la salud del consumidor; aunque el concepto es más conocido para los alimentos conociéndose como inocuidad alimentaria, también aplica para la fabricación de medicamentos ingeribles que requieren medidas más extremas de inocuidad. Los fabricantes, proveedores de materias primas, distribuidores de productos terminados y expendios de estos productos quienes forman parte de la cadena alimentaria deben conocer y cumplir por lo menos la legislación local que garantice que sus productos alimenticios no afectarán la salud del consumidor.