



Fundación Universitaria
SAN MATEO

NEGOCIOS INTERNACIONALES



Fundación Universitaria
SAN MATEO

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y AFINES
TECNOLOGIA EN GESTION DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**CLUSTER DE EXPORTACION A ALEMANIA. COSTOS DE TRANSPORTE AEREO
DE HELADO PARA MASCOTAS
TRABAJO DE GRADO MODALIDAD DE OPCION DE GRADO**

**QUINCHANEGUA MEDINA MARIA CAMILA
VARGAS SANCHEZ KAREN LUCIA**

**DIRECTOR (A)
ANA ELOISA GARZON**

**BOGOTA D.C
2018**

NOTA DE SALVEDAD DE RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL

“La Fundación Universitaria San Mateo NO se hace responsable de los conceptos emitidos en el presente documento, el departamento de investigaciones velará por el rigor metodológico de la investigación”.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	12
JUSTIFICACIÓN.....	14
OBJETIVO GENERAL.....	15
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
BASES TEÓRICAS O FUNDAMENTOS CONCEPTUALES....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
BASES LEGALES DE LA INVESTIGACIÓN.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

CAPITULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
POBLACIÓN.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS; **ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

CAPITULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 1; **ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 2; **ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 3; **ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ADECUACIÓN DE ESTILO; **ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

Referencias parentéticas:; *Error! Marcador no definido.*

RECOMENDACIONES GENERALES SOBRE EL MANEJO DE LA BIBLIOGRAFÍA.....; **ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

CITAS DE REFERENCIA O CITA CONTEXTUAL.; **ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.**

ANEXOS

DEDICATORIA

A Dios, por habernos permitido llegar hasta este punto con el fin lograr nuestros objetivos llenándonos de salud y sabiduría en los momentos más difíciles; a nuestros padres quienes gracias a su apoyo, consejos y valores nos han enseñado ser personas de bien, ellos son el pilar fundamental de todo lo que somos y agradecemos por ello; nos sentimos orgullosas de ser sus hijas. Todo este trabajo ha sido gracias a ellos.

RESUMEN

Con el fin de establecer un proceso logístico de exportación de helados para perros a Múnich Alemania se desarrolló un estudio a través una investigación en mercados, análisis del país objetivo. A partir de los cuales se logró detectar la demanda de mercado, definir el grupo de negocio objetivo, determinar percepciones y motivaciones de los consumidores frente al helado para mascotas y a su vez obtener información para establecer y estructurar el costo de un proceso logístico de exportación a la Unión Europea.

Posteriormente se definieron las características generales del producto cuya fortaleza principal es que las mascotas dejaron de ser para muchos un animal doméstico, con el cual se convivía y compartía, y se ha convertido un miembro más de las familias colombianas. Actualmente, en muchos hogares de nuestro país, estos son los nuevos hijos para las familias; que la nutrición para las mascotas está siendo cada vez más explorada e investigada con la finalidad de obtener más información del alimento ideal para satisfacer las necesidades en las diferentes etapas de vida de la mascota.

Durante este proyecto conocimos el proceso de exportación y sus costos, afrontando a la competencia internacional y la situación de la economía nacional con base en alianzas estratégicas con grupos de empresas las cuales denominamos cluster, esto con el fin de reducir costos, mejorar la eficiencia. Disminuyendo el riesgo de estar solos en el mercado; las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales y utilizar la capacidad productiva de cada empresa creando economías de escala.

PALABRAS CLAVE: Cluster, Mascotas, Helado, Costos, Exportación

ABSTRACT

Research in the markets, analysis of the target country. Based on the results that will be developed in the market demand, define the target business group, determine the perceptions and motivations in the future. The European Union.

Subsequently, the general characteristics of the product were defined whose main strength is that the pets are kept to be a domestic animal, which becomes a member of the Colombian families. Currently, these are the new children for families; that nutrition for pets is being increasingly explored and researched in order to obtain more information of the ideal food to meet the needs in the different stages of the pet's life.

During this project, we also describe the export process and its costs, the management of international competition and the situation of the national economy based on strategic alliances with groups of companies in what we call a cluster, in order to reduce costs , improve the efficiency. Decreasing the risk of being alone in the market; the opportunities of expanded markets through preferential agreements and use of the productive capacity of each company.

KEY WORDS: Cluster, Pets, Ice Cream, Costs, Exportation

INTRODUCCIÓN

La variedad de mercados en Europa es inmensa, así como las oportunidades que tiene Colombia para que sus productos lleguen a países rigurosos y con poblaciones de alto poder adquisitivo, compromiso social y ambiental. Ingresar a un país como Alemania es un desafío para prosperar en el camino de la innovación, en la búsqueda de valor agregado y en la construcción de una oferta nacional más sólida y sofisticada.

En el comercio Internacional hay una gran diversidad de proveedores en diferentes países lo que explica que las diversas empresas constituidas tienen una intensa competencia tanto nacional como internacionalmente. Para tal caso, el precio, la calidad y el cumplimiento de entrega con el cliente exige que estos factores sean parte de un compromiso para los diferentes entes que participan logren posicionar el producto en el mercado internacional

Una alternativa para mejorar el posicionamiento dentro del mercado, que se inicia con la búsqueda de nuevos proveedores o clientes dependiendo el caso, es la formación de clústeres, fortaleciendo las relaciones comerciales entre las micro-empresas que son fuertes en la producción del helado para mascotas, en la variedad en sabores y presentaciones que ofrecen para así captar el paladar de los perrunos en Alemania.

En este proyecto se toma como unidad objeto de estudio, nuevos alimentos desarrollados para mascotas, en la conformación de un clúster de exportación estimando todos los costos que se generan en el transporte aéreo para estos alimentos, con el fin de explotar las oportunidades que representa el sector de producción de bienes consumo a través del reconocimiento internacional que se puede captar en su exportación desde la ciudad de Bogotá a Múnich, ciudad alemana donde se fomenta la protección y bienestar animal, esto hace significativa esta idea creando así un sostenimiento en la producción de consumibles para mascotas y mayor competitividad para la aglomeración de estas empresas.

Dentro de este trabajo de investigación, se desarrolla paulatinamente en cuatro fases cuyo resultado final se reflejará en un plan de negocios sostenible. La primera fase corresponde al análisis de la problemática, donde se realiza el diagnóstico de la situación de las mascotas en la ciudad de alemana mencionada con anterioridad para caracterizar el producto en todo sus ejes y lograr impactar el mercado objetivo, en una segunda fase denominada planeación se establecen una serie de estrategias para la conformación del clúster de exportación para que el ingreso de este producto sea menos tedioso para las microempresas que no cuentan con el conocimiento en

las reglas de exportación y puedan cumplir con las normas internacionales en materia de exportación de alimentos refrigerados, en la tercera fase correspondiente a ejecución se llevarán a cabo los planes formulados, presentando una matriz de costos que abarca todos los costos en los que se incurren en el transporte aéreo para que sea evaluadas por las mismas y determinen si es viable económicamente exportar este producto al exterior.

CAPITULO I

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Presentación del problema de investigación

En Colombia podemos afirmar que el sector de alimentos para mascotas es relativamente nuevo, en el cual no se ha profundizado entendiendo que día a día la relación de los humanos con los animales domésticos supera la responsabilidad hacia un ser vivo y ha llegado a crear un sector económico fuerte en alimentos, accesorios, higiene, salud entre otros, pues las personas ven a sus mascotas como una excelente compañía y como un miembro más de la familia; en Colombia podemos encontrar varias micro empresas dedicadas a comercializar este tipo de productos como: Dogsy, Le glace, Dog food entre otros; en los cuales ofrecen alimento, accesorios y una que otra prenda; resulta valido señalar el hecho de que los dueños de mascotas, disfrutan tanto o más, que el animal, con los elementos desarrollados para mascotas. Su motivación se basa en el hecho de poder demostrar su afecto y de ésta manera tratar de retribuir los beneficios que su mascota les da.

Estas compañías comercializadoras no cuentan con la capacidad de producción para cubrir con la demanda de una ciudad como Múnich, capital de Alemania; es por esta razón que se sugiere realizar un clúster con el fin de poder llegar al continente europeo con productos de calidad y con reducción de gastos por empresas, ya que al formarlo, los gastos serán equitativos e igualmente con la ganancia.

Con este producto en especial, se quiere revolucionar la industria alimentaria de los animales y llegar a mercados internacionales, dando uso a las oportunidades que actualmente cuenta el país. La problemática planteada anteriormente resulta en la incapacidad de los cuidados alimenticios de las mascotas, países como Alemania que promueven la protección, el bienestar de los animales o Colombia que empieza a incentivar con la ley 1774 del 2016. Con esta ley se puede gestionar un escenario futuro donde las mascotas disfruten de una salud óptima, además de ofrecer oportunidades de crecimiento en el mercado de los alimentos, considerando que la sostenibilidad requiere superar factores internos, implementar la iniciativa a las mi pymes

dedicadas a esta labor, para llevar sus productos y estructuras organizacionales al exterior, por medio de estrategias que los orienten a exportar y por consiguiente poder sacar partido de las oportunidades que brindan.

Por otro lado para poder abarcar el mercado europeo se necesita de una producción alta y tecnificada; aunque el interés por las pequeñas y medianas empresas que constituyen alrededor del 80 por ciento de la base productiva nacional, no son exportadoras, su función principal es abastecer su propio mercado en este caso Colombia no logran darse a conocer en otros países. Es por esta razón que se plantea la creación del clúster con unos niveles de confianza, reciprocidad, cercanía social o aglomeración física como determinantes para la especialización productiva.

Justificación

En Colombia se puede observar que las pequeñas y medianas empresas presentan una falta de conocimiento en procesos de exportación, desperdiciando oportunidades en las áreas y/o procesos de contabilidad y finanzas; mercadeo y ventas; que derivan en el riesgo potencial al momento de realizar planeación, determinar políticas y estrategias de desarrollo que impulsen su actividad.

La problemática planteada anteriormente resulta en la incapacidad de competir frente a los estándares que el entorno globalizado ha impuesto porque exponen una serie de dificultades para cumplir con la alta demanda como lo exige la Unión Europea, debido a serias deficiencias en la cadena logística, principalmente en el transporte de alimentos que requieren cadena de frío y requerimientos sanitarios, lo cual exige a las mi pymes enfrentar por un lado la competencia que cada día es más agresiva y por otro el mercado que cada vez se vuelve más exigente superando los factores impuestos para exportación para así permanecer y sostenerse en un mercado que esta en constante cambio y poder sacar partido de las oportunidades externas que ofrece el comercio exterior

Se plantea una metodología para la creación de un clúster de exportación, iniciando el proyecto con la implementación en el conocimiento, mediante la consolidación de estrategias de comercio exterior para la optimización de su gestión debido a que el responder a la necesidad de crecimiento y sostenibilidad de la misma impactará en los clientes, al brindar la posibilidad de desarrollar competitividad a través de ventajas que generan la conformación de clusters y no solo esta tendencia de mercado ayudará a las Micro empresas ya que en muchas ocasiones han querido traspasar fronteras con sus productos pero por la falta de conocimiento en materia de exportación no lo han logrado sino también tendrá gran impacto en nuestro país, en el área de comercio a dar una nueva imagen y demostrar que estamos surgiendo para generar competencia con otros países encontrando en Colombia un país que puede cumplir con las expectativas europeas y al generar los resultados que se esperan obtener con esta propuesta estos contribuirán a la generación de ingresos para nuestro país y a incrementar la competitividad internacional impactando directa o indirectamente en el crecimiento de la economía.

Objetivos

Objetivo General

Analizar los costos que se generan en el transporte aéreo para que los Clúster enfocados en alimentos para mascotas tengan la oportunidad de exportar a Alemania

Objetivos Específicos

Caracterizar el helado para mascotas (Perros) para aumentar los niveles de calidad del producto

Identificar las ventajas de conformación de un Clúster generando mayor competitividad en las empresas

Estimar los costos que se generan en el transporte aéreo para este tipo de productos

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Se hace necesario definir, de acuerdo con fuentes académicas y la literatura existente, el concepto de clúster, para tener un mayor contexto acerca del concepto principal de la investigación. En un principio, se expone que, “aunque el concepto “clúster”, tiene su origen en los distritos industriales de Alfred Marshall (1920); fue Becattini quien lo retomó setenta y dos años después, para describir y analizar el éxito de los conglomerados industriales en Italia de finales del siglo XX. El notable éxito de estas regiones italianas, cuya estructura y organización industrial se basaba en las pequeñas y medianas empresas con disponibilidad de alta tecnología en sus procesos productivos, y un marco institucional que las respaldaba y facilitaba sus actividades, llevó en 1984 a dos autores italianos, Piore y Sabel (1984), a enunciar un nuevo paradigma para la industria, al que llamaron “especialización flexible”, a partir del logro de la máxima eficiencia colectiva, impulsada sobre las externalidades de la competencia y la cooperación entre los empresarios regionales”. (Corrales, 2007)

La entrada en vigencia de tratados de libre comercio representa a la vez una oportunidad y una amenaza para las empresas colombianas. Oportunidad, porque se abre la posibilidad de vender en otros mercados y acceder a materia prima y a tecnología. Amenaza, porque se exponen a la competencia con los sectores productivos de esos países y pueden terminar cerradas. Para transformar una amenaza en oportunidad, es necesario ser competitivos y esto sólo se logra mediante la creación de proyectos asociativos, redes empresariales, y/o consolidación de clústers.(Cadenas,Redes Empresariales y asociatividad, 2018)

La asociatividad desarrolla mecanismos de acción conjunta y cooperación empresarial, que contribuye a que las empresas mejoren su posición en el mercado, lo cual les permite tener una estructura más sólida y competitiva. Las empresas que trabajan de manera conjunta cuentan con el acceso a servicios especializados de tecnología, compra de insumos, comercialización, diseño, procesos industriales, financiamiento, etc. De igual modo, facilitan el surgimiento de economías de escala que permiten tener acceso a mercados globales con productos diferenciados

y acceder a aquellos insumos estratégicos a los cuales no tienen acceso de manera individual debido a las limitaciones de tamaño y capacidad económica. (Cadenas, Redes Empresariales y asociatividad, 2018)

Aunque se han hecho grandes esfuerzos para avanzar en el posicionamiento en el mercado internacional, el acceso a estos mercados depende de: volúmenes mínimos de exportación, disponibilidad del producto, calidad y certificaciones internacionales, trazabilidad, es decir, un mayor nivel de consolidación. Los retos principales del Cluster son: a) Lograr una mayor capacidad de consolidación de la oferta de producto con modelos de integración que disminuyan la desintegración en la comercialización actual, b) Fortalecer la oferta exportable de acuerdo a los mercados , c) Desarrollar modelos de aglomeración de empresas exportadoras competitivas. En este sentido, las acciones que se han diseñado impactan todos los eslabones de la cadena de valor, alcanzando servicios que resultan inaccesibles de manera individual (financieros, capacitación, estudios de mercado y logística) (Anonimo, 2014)

Bases teóricas

(Porter, 2003) Definió el termino cluster como la concentración de varias empresas que pertenecen a un mismo sector y al mismo eslabón de la cadena de valor de una economía, que con las condiciones adecuadas e innovación puede convertirse en un instrumento valioso para potenciar los beneficios del entorno en el cual se ubica, reduciendo el riesgo que la economía no responda a las necesidades de la sociedad

A continuación, se describen los modelos de clúster propuestos por Markusen en 1996 (Boja, 2011)

Marshallian Cluster Model - El Cluster Marshalliano

Se caracteriza por estar conformado por empresas pequeñas a medianas de alcance local, normalmente el entorno comercial de este tipo de cluster se realiza por medio de contratos de mediano a largo plazo, dado que corresponde a empresas locales son apoyados por los gobiernos, otra de las características de este tipo de cluster son sus niveles de especialización en alguno

productos o procesos lo que propicia el intercambio laboral entre las empresas que hacen parte de él.

Hub And Spoke Cluster

Este tipo de cluster se caracteriza por contar con una gran empresa que actúa como “Concentrador” de las actividades llevadas a cabo dentro del alcance del cluster y otras empresas que actúan como “Proveedoras” de servicios, en el entorno comercial de este tipo de cluster se observa que una (o varias) empresas contratan servicios locales y proyectan sus ventas fuera del cluster. En cuanto al intercambio laboral el talento humano sobresaliente es atraído por las grandes empresas (HUB) y las empresas pequeñas (SPOKE) reclutan nuevos talentos, debido a la cooperación inter-empresarial entre las empresas del cluster se comparten constantemente ideas innovadoras lo que en teoría disminuye el riesgo y aumenta la estabilidad del mercado.

Satellite Platform Cluster Model

Este tipo de cluster corresponde a empresas extranjeras que se establecen en una región geográfica particular con el fin de beneficiarse de servicios locales como mano de obra calificada, beneficios tributarios o bajo costo en insumos; la característica principal de este cluster es que no existen relaciones entre las empresas y son controladas por su casa matriz en el exterior, el principal beneficio de este tipo de cluster es que estimula el crecimiento de la economía local.

State Centered Cluster Model

Este tipo de cluster se caracteriza por que empresas públicas dominan el sector, las empresas pequeñas se benefician de contratos público-privados, pero las políticas públicas o el gobierno son las que definen hasta qué punto estas empresas pueden participar y obtener beneficios este tipo de cluster puede parecerse a un “Hub and Spoke”, en el que, en lugar de las grandes empresas privadas, existen grandes empresas de propiedad estatal o pública y pequeñas privadas

Para dar una mayor claridad en este tema, se describen los siguientes conceptos:

Asociatividad: “Es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común” (Janeiro, 2002)

Cadena productiva: Es un proceso sistémico en el que los actores de una actividad económica interactúan desde el sector primario hasta el consumidor final, basados en el desarrollo de espacios de concertación entre el sector público y privado orientados a promover e impulsar el logro de mayores niveles de competitividad de dicha actividad

Cluster: “Concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas, que se organizan alrededor de usos finales comunes”. Es una concentración sectorial y geográfica de empresas que producen y venden productos relacionados o complementarios, por lo cual tiene retos y oportunidades comunes, dando lugar a economías externas y a la creación e servicios especializados en aspectos técnicos, administrativos y financieros (Medellín, 1996)

Logística: Es el proceso de planificar, implementar y controlar un eficiente y efectivo flujo de productos y/o servicios y de la información relativa a los mismos, desde el punto de origen, hasta el punto de consumo, con el propósito de satisfacer las necesidades del cliente al menor costo posible. (Anonimo, Proceso Logístico De Exportación, 2018)

Distribución Física Internacional (DFI): La Distribución Física Internacional es el conjunto de esfuerzos destinados a llevar un producto desde un punto de origen hacia un punto de destino. Dependiendo del Incoterm, será generado por el exportador o el importador, teniendo en cuenta factores como: El tipo de carga a transportar, modos de transporte y los costos que se generan por del flujo normal de la DFI. (Anonimo, Proceso Logístico De Exportación, 2018)

BASES LEGALES DE LA INVESTIGACIÓN

Consejo nacional de política económica y social - CONPES 3484.

En este documento se enuncia la política nacional para la transformación productiva y la promoción de las Microempresas y de las Pymes: un esfuerzo público-privado, en el cual se presenta una primera aproximación de las estrategias de política para la transformación productiva y la mejora sostenible de la productividad y competitividad de estas. Se busca que estas empresas se constituyan en una fuente creciente de generación de ingresos y empleo de calidad, y que logren insertarse y posicionarse en los mercados nacionales e internacionales (Ministerio de Comercio, 2007)

Consejo nacional de política económica y social - CONPES 3527

Este documento plantea 15 planes de acción para desarrollar la Política Nacional de Competitividad propuesta en el marco del Sistema Nacional de Competitividad. Los 15 planes de acción son los siguientes: sectores de clase mundial, salto en la productividad y el empleo, competitividad en el sector agropecuario, formalización empresarial, formalización laboral, ciencia, tecnología e innovación, educación y competencias laborales, infraestructura de minas y energía, infraestructura de logística y transporte, profundización financiera, simplificación tributaria, TIC, cumplimiento de contratos, sostenibilidad ambiental como factor de competitividad, y fortalecimiento institucional de la competitividad. Además podemos considerarlo como una segunda aproximación en la consecución de políticas públicas para lograr la transformación productiva de la nación, también es importante anotar que modifica el CONPES 3484 (Productiva, 2008)

Cobros Y Devoluciones Ley 1429 De 2010

Es la ley de Formalización y generación de empleo, el 29 de diciembre de 2010 el Gobierno Nacional promulgó la [Ley 1429 de 2010](#) o Ley de Formalización y Generación de

Empleo, que brinda beneficios e incentivos a los empresarios para disminuir los costos de formalizarse y apoyarlos en el crecimiento de sus negocios. (Bogotá, 2018)

CAPITULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

Las mascotas en la actualidad se han convertido en parte esenciales de las familias, en efecto su compañía provee una mejora en la autoestima y salud física de quienes poseen este tipo de animales domésticos. El desarrollo de este hábito radica desde la domesticación de los lobos para la caza hasta el cuidado de ellos para su compañía, en otras palabras estos animales se han convertido en el *mejor amigo del hombre*. Dicho lo anterior el hombre busca distintas maneras de demostrar su cariño a través de premios en particular los postres, vale destacar que el comprador busca que este tipo de alimentos aporten y satisfagan las necesidades nutricionales de su mascota. (Alonso & Rodríguez, 2014)

La evidencia histórica permite determinar que el origen de los helados se dio en Oriente, cuando los chinos, y específicamente el Emperador Tang (618 – 97 A. de C.), mezcló nieve con jugos de frutas, y endulzó dicha mezcla con miel o vino, obteniendo una bebida muy refrescante. Esta práctica se empleó durante muchos años, sin embargo, era demasiado costosa, y por tanto, exclusiva para los emperadores y clase alta de la época. Se debe recordar que debían viajar hasta las montañas a recolectar la nieve para transportarla a los poblados y preparar las recetas.

El helado para perros, nace a partir de las necesidades de buscar nuevas formas de hidratar los perros en veranos fuertes, principalmente en Estados Unidos y Europa, así como también de una nueva necesidad de tener momentos para compartir entre el amo y su mascota.

Hoy en día, los productos han evolucionado casi a la par con los de consumo humano, y podemos encontrar en el mercado internacional, diferentes tipos de helados y presentaciones como el bocado (treat) y el sándwich. En los Estados Unidos, Nestlé es el líder del mercado, pero existen competidores que contribuyen a satisfacer la gran demanda de éste producto, como es el caso de Unilever, quien siendo el líder del mercado de los helado humanos, comercializa bajo la marca PEDIGREE.

En otras latitudes se ha reportado la producción y distribución de helados para perros, como en Inglaterra, bajo la marca K99 y en Italia. Para el caso de Colombia, en Medellín, una pareja de chefs mexicanos elabora el producto de manera artesanal (M, 2012)

Los perros, al igual que otros omnívoros, requieren cantidades mínimas de diferentes nutrientes para sobrevivir. Entre ellos se destacan, aquellos que contengan fuentes importantes de:

energía, aminoácidos, precursores de glucosa, ácidos grasos, minerales, vitaminas y el más relevante de todos: el agua.

Las recomendaciones para el consumo de ciertos alimentos, al igual que en humanos, están determinadas por los requerimientos energéticos que tenga el perro. Estos difieren de acuerdo a la etapa de la vida del animal: lactancia, crecimiento, mantenimiento, preñez y están expresadas de acuerdo a dos parámetros constantes determinados: el requerimiento energético diario (RED) y el requerimiento energético diario en reposo (RER). (Hand, Thatcher, Remillard, & Roudebush, 2015)

Aproximadamente 5 millones de agricultores de la UE crían animales para la producción de alimentos con un valor de alrededor de 130 000 millones de euros. Cada año, necesitan aproximadamente 450 millones de toneladas de alimento para sus animales. Además, los 70 millones de hogares dueños de mascotas en la UE compran aproximadamente 10 millones de toneladas de alimento para sus mascotas. (Commision, 2015)

En la Unión Europea (UE) las importaciones de productos animales no destinados al consumo humano deben cumplir con las condiciones generales de salud pública y animal diseñadas para garantizar un alto nivel de salud y seguridad en las cadenas alimentarias y evitar la propagación de enfermedades infecciosas que son peligrosos para los animales o los humanos (Europea, 2013).

Sin embargo, las autoridades europeas podrían suspender las importaciones desde la totalidad o parte de este tercer país o cualquier otro de que se trate o tomar medidas de protección provisionales cuando los productos puedan presentar algún riesgo para la salud pública o animal.

Los Alimentos para el consumo animal son los distintos productos de origen vegetal o animales en estado natural, frescos o conservados y los derivados de su transformación industrial, que contengan o no aditivos, destinados a la alimentación animal por vía oral (Anónimo, 2017).

La innovación de la propuesta se centra en establecer una investigación que permita determinar la metodología adecuada, para lograr un helado tipo postre - premio para perros, una buena nutrición animal y balanceada, permitiendo que los estándares de calidad mejoren y así abrir un nuevo panorama, en la conciencia y el manejo de los alimentos tipo postre-premio para perros.

Para cada una de las compañías cuyo objeto social es el helado para mascotas (perros), es muy importante la caracterización de sus productos por eso cuentan con certificados de sanidad,

donde se autoriza a personas naturales o jurídicas fabricar, envasar e importar un producto destinado al consumo.

También contarán con registro como productor de alimentos para consumo animal, otorgado por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y licencia de venta para helados para perros que garantizan una excelente calidad, los cuales están formulados y balanceados bajo la supervisión de especialistas en nutrición animal e ingenieros de alimentos.

Por lo tanto, los establecimientos productores de estos alimentos, destinados al consumo animal, poseen laboratorios propios o contratados con las condiciones técnicas requeridas para la determinación de los indicadores de calidad obligatorios que establecen las normas nacionales e internacionales para la certificación de los diferentes productos haciendo que sean adecuados para las mascotas caninas.

Además este inigualable producto para ser importado a la Unión Europea está cumpliendo con las siguientes medidas y han superado los controles obligatorios en los puestos de inspección necesarios.

Tabla 1. Requisitos específicos de comercialización y etiquetado

REQUISITOS ESPECÍFICOS DE COMERCIALIZACIÓN Y ETIQUETADO

Colombia	Unión Europea
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir los estándares sanitarios y de seguridad exigidos por las regulaciones: • Resolución número 02310 de 1986 (Por la cual se reglamenta lo referente a procesamiento, transporte y comercialización de los Derivados Lácteos). • Resolución número 01804 de 1989 (Que especifica las características propias de los helados) • Decreto 60 de 2002 (Promueve la aplicación del sistema de análisis de peligros y punto de control HACCP en la fabricación de alimentos) 	<ul style="list-style-type: none"> • Principios y requisitos generales de la Seguridad Alimentaria establecidos en el Reglamento (CE) n° 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo. • Normas generales sobre higiene de productos alimenticios y normas específicas de higiene para los alimentos de origen animal según los Reglamentos (CE) n° 852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo(<u>CELEX 32004R0852</u>) y (CE) n° 853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-226 de 25/06/2004)(<u>CELEX 32004R0853</u>).

<ul style="list-style-type: none"> • NTC 512-2:1997, Industrias alimentarias. Rotulado. Parte 2: Rotulado nutricional • NTC 4519: 1998, Microbiología de alimentos. Guía general para el recuento de microorganismos • Decreto 3075 de 2007 (Buenas prácticas de Manufactura) 	<ul style="list-style-type: none"> • Medidas en relación con la presencia de residuos, plaguicidas, medicamentos veterinarios y contaminantes en los alimentos. • Requisitos concretos de comercialización y etiquetado para la alimentación animal. • Condiciones generales sobre los materiales y objetos destinados a entrar en contacto con productos alimenticios.
--	--

Proceso de producción, empaque y embalaje para exportación

Ilustración 1. Proceso para la generación de helado.



Fuente: Por Camila Quinchanegua con información de Helado Para Perros-Postre Para Mascotas

El helado es una dispersión coloidal que consta de una fase dispersa, que se encuentra inmersa en una fase continua de alta viscosidad. La fase dispersa está compuesta por tres componentes principales que le dan su estructura: burbujas de aire, cristales de hielo y glóbulos de grasa emulsionados y dispersados. La fase líquida está compuesta a su vez por azúcares, proteínas de leche e hidrocoloides disueltos en agua no congelada (Totosaus, 2013)

Según información del Departamento Nacional de Planeación (DNP) Para elaborar alimentos balanceados para animales se requiere de dos componentes: la macro y la micro mezcla. La primera está formada por productos de la agricultura y la agroindustria, los cuales se encuentran clasificados en fuentes de energía (cereales forrajeros) y de proteína (oleaginosas). A la mezcla básica obtenida se le adicionan medicinas, vitaminas, minerales y colorantes (micro mezcla) con una mezcladora tipo concreto.

La calidad total de un alimento puede determinarse según cinco grupos de parámetros: sensorial, nutricional, sanitaria, fisicoquímica y funcional. En la Tabla 2 se detallan algunas de las características de estos grupos de parámetros de calidad

Tabla 2. Características de calidad del helado

Fuente: Por Camila Quinchanegua con información de Parámetros De Calidad En Helados

Para el consumidor el valor organoléptico ocupa un lugar predominante, debido a que se trata de cualidades que él mismo puede comprobar y calificar. El segundo lugar lo ocupa el valor sanitario. Sin embargo, el valor nutricional está ganando importancia en la determinación de la calidad para determinados grupos de consumidores. (J.S Ramirez Navas, 2015)

Las propiedades fisicoquímicas que generalmente se evalúan en el helado son pH, color y el punto de congelación. Para las propiedades reológicas los parámetros utilizados son la viscosidad y la textura. Otros parámetros de calidad importantes son el porcentaje de derretimiento y el tiempo de caída de primera gota. Por lo anteriormente mencionado, el helado

para mascotas es un producto autorizado es decir, que este producto reúne todos los requisitos exigidos.

Empaque del producto

- Empaque Primario



Envases térmicos de Polietileno expandido de 1 Kg para contener, conservar y transportar helados y postres; cada envase en su interior contiene 8oz de helado.

Tomado de: articulo.mercadolibre.com.ar

- Empaque secundario



Se utilizan cajas de cartón corrugado para dar mayor protección a la carga, sus medidas de 60*40*40 cm. Se exportarán 36 envases por cada caja con un peso de 36Kg cada una.

Tomado de: www.saa.cl

- Carga paletizada



EuroPallet de 1,20* 80 cm estándar, con cuatro entradas, 4 cajas de base con una capacidad de 3 cajas apiladas para un total de 12 cajas por pallet soportando un peso de 457kg y con una altura de 1.345 m cumpliendo así con la normativa NIMF 15.

Tomado de: www.aas.es

Los textos de las etiquetas, etiquetas- folletos, envoltorios y folletos para estos productos deben ser acordes con lo que se declara en la documentación presentada del producto e incluirán básicamente:

Tabla 3. Información mínima para etiquetado de alimentos de mascotas

El desarrollo industrial en el país ha privilegiado la localización de las empresas y micro empresas de industrias de alimentos de la misma manera aumenta su competitividad cuando estas utilizan insumos voluminosos con valores relativamente bajos por la unidad producida, otro aspecto a resaltar es que al ser en su mayoría empresas familiares el costo de mano de obra es bajo, lo que ha influido en un nivel relativamente bueno de competitividad que si pensamos en un clúster se puede comparar con empresas industrializadas.

En Colombia un país que está en vía de desarrollo, y cuyos mercados internos se están especializando para cumplir con la demanda de países como Estados Unidos o alguno del continente europeo, han transitado hacia un modelo donde los productos con mayor valor agregado cada vez más representan buena parte de su producción total. (Perez Sanchez & Piña Cano, 2015)

Con este modelo, en determinadas actividades, el costo de las materias primas representa una proporción menor del precio del producto final, ya que se invierte más en el empaquetado y en los aditivos sintéticos, algunos de los cuales se importan, otro factor que ahora cobra relevancia es satisfacer las demandas de los consumidores en cuanto a la seguridad para el consumo del producto.

La industria de alimentos, en términos generales, se clasifica en alimentos frescos y procesados, en esta investigación el interés reside en los alimentos procesados y congelados; uno de los rasgos que caracteriza a la industria de alimentos de países industrializados, es que ha logrado una dinámica de crecimiento y diversificación que se explica gracias al proceso de innovación tecnológica que subyace en su interior, proceso que ha facilitado tanto la elaboración como la ampliación de la oferta de productos alimenticios orientada hacia aquellos de fácil preparación y bajo precio. (Perez Sanchez & Piña Cano, 2015)

Tabla 4. Cuadro de relación porcentual de producción y consumidores de comida congelada

País	Producción	Consumidores	País	Consumidores
	%	%		%
China	22.4	22.5	Italia	3.1
EE.UU	15.7	15.8	Rusia	3.2
Japón	6.7	7.5	México	2.7
Brasil	5.2	4.4	India	0.0
Alemania	3.8	3.7	Reino Unido	2.6
Francia	3.5	3.5	Otros	30.9

Fuente: INEGI y Global Insight (2018)

Empresas Productoras En Colombia

Medellín

- Dog Helados Para Mascotas
- Le Glace
- Club Family Dogs
- Can Cat

Bogotá

- Dogsy Helados
- Pet Gourmet
- Helados Para Perro

- Dog Food
- Wawaw
- Puppy Export Tienda Para Mascotas
- Ocico Pet Care
- Helados Para Perro Canelo

Cali

- Dowolf
- Cielito Lindo
- Tortas Para Perro Cali
- Yulika
- Petmour
- Super Mascotas

Teniendo en cuenta las empresas que elaboran este tipo de producto, la idea de negocio es formar un clúster empresarial con el fin de abastecer la demanda internacional; entendiéndose como clúster el grupo de empresas o microempresas interrelacionadas, concentradas geográficamente, que compiten en un mismo negocio; se busca realizar alianzas con las empresas anteriormente nombradas para lograr un impacto más directo en los dueños de mascotas. La propuesta de valor es identificar las necesidades del cliente para poder realizar la creación de los productos se deben tener claras las recetas y estilos que se van a comercializar.

El enfoque integrado trata de superar la fragmentación habitual que deja la competencia imperfecta, a partir de un planteamiento en el que las acciones se coordinan en un conjunto coherente. Esto exige, desde luego, niveles importantes de coordinación, así como una eficaz cooperación pública privada.

La búsqueda de alianzas estratégicas entre actores locales, a favor del desarrollo local y el empleo es, pues, una cuestión crucial aumentando el mercado de la confitería para animales.

El mercado de mascotas en Colombia está en un constante crecimiento. Es claro como en otros países la tendencia pet-friendly se ha fortalecido y ha generado mejores opciones en el mercado. Colombia está en dicho proceso y cada vez es más común la presencia de establecimientos que le dan la bienvenida a las mascotas. Este fenómeno se da principalmente por

un factor emocional que impulsa a los clientes a consumir para generar bienestar en su mascota y el patrón que se viene presentando de humanizar a las mascotas. (Martínez & Perego, 2000)

Empresas seleccionadas para formar un clúster en Colombia.

Medellín

LE GLACE



Dirección: Carrera 81 # 32-226 local 150 – Medellín

Teléfono: Llamar 313 6287181

Es una microempresa familiar creada con el fin de poner a disfrutar a sus usuarios con un delicioso helado de yogur, que refresca con deliciosas paletas artesanales.

Cali

DOWOLF



Teléfono: Dowolf Sur: [\(+57\) 318 323 9692](tel:+573183239692) - [+57 \(2\) 345 1446](tel:+5723451446); Correo electrónico: gerencia@dowolf.co

dowolfcompany@gmail.com

Dirección: Dowolf Sur: Carrera 105 # 14 - 58 Ciudad Jardín

Fue creada en el 2014, por dos jóvenes universitarios que buscaban alternativas de alimentos más naturales y saludables a las existentes del mercado, luego en el 2015 abren el primer restaurante perruno de Colombia en la ciudad de Cali; siendo este DOWOLF. Su producto se enfoca en la venta de paletas las cuales llaman Paleta que no son más que paletas refrescantes fuente de calcio, vitaminas y pro bióticos, ayudan a mantener una flora intestinal sana y fuerte.

Los sabores que manejan son: Zanahoria, Manzana, Mixto (pollo y ternera), Pollo, Cookies and Cream

Bogotá

HELADOS PARA PERRO, DOG FOOD



Dirección: Calle 77 # 112c18 Bogotá, Cundinamarca

Teléfono: [312 4263244](tel:3124263244)

Página web: <https://heladosparaperrodogfood.negocio.site/>

Fabrican y distribuyen helados para perros en Bogotá 100% naturales y en 8 sabores su especialidad es la venta al detal y al por mayor.

DOGSY HELADOS / DOGSY GOURMET SAS



Dogsy Gourmet SAS.- NIT: 901.128.047-5. Calle 8bis #81b-34 Piso 1, Bogotá, Colombia.

Teléfono: 319 639 71 79

E-mail: info@dogsyhelados.com

Horario: de lunes a sábado de 8:00 am a 6:00 pm jornada continua

Son una compañía fundada en el año 2015, que se dedican al desarrollo de soluciones de hidratación saludable y amigable para perros y gatos.

Su planta de producción se encuentra ubicada en Bogotá, adicionalmente cuentan con Certificados de sanidad número 299674 y registro como productor de alimentos para consumo animal con número de resolución N° 00002840 otorgado por Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y licencia de venta para helados para perros, lo cual garantizan una excelente calidad

Sus productos están formulados y balanceados bajo la supervisión de especialista en nutrición animal e ingeniero de alimentos. El helado Dogsy Gourmet se utiliza como suplemento alimenticio para perros de todas las razas mayores de 3 meses.

Tabla 5. Estándar de sabores para helado de mascotas

SABORES			
<p>Dogsy Carne De Res Carne Magra, Frutas Y Verduras</p>	<p>Dogsy Pollo Sabrosón Pollo, Frutas Y Verduras</p>	<p>Dogsy Hígado De Amor Hígado De Res, Frutas Y Verduras</p>	<p>Dogsy Tocineta Tentación Carne De Cerdo, Frutas Y Verduras</p>
			
<p>Encontramos la manera de poder cambiar la forma del snack tradicional, dogsy carne mix hidratada y a la vez nutre de una forma segura, contiene Carne de res de alta calidad frutas (banano, papaya, manzana,) verduras (zanahoria), fortificado con vitaminas y minerales no contienen sabores ni colorantes artificiales.</p>	<p>Esta receta es una mezcla especial de sabores y olores que los perros no pueden resistir, contiene pollo de alta calidad frutas (banano, papaya, manzana,) verduras (zanahoria), fortificado con vitaminas y minerales no contienen sabores ni colorantes artificiales.</p>	<p>Dogsy elaborado con hígado de res, verduras (zanahoria) y frutas (manzana, banano, papaya) hace que sea un buen suplemento alimenticio especialmente para Perros cachorros, contiene omega 3, 6 y 9 que se encuentra en el aceites naturales, mezclas minerales y miel de abejas, ideal para perros que realizan ejercicio físico intenso. Tiene alto contenido de vitamina A, es importante para la visión y es vital para el crecimiento de los cachorros, y vitamina B12 que refuerzan el sistema inmunológico, reduce alergias e incluso puede ayudar con la ansiedad, Son una excelente fuente de calcio y vitaminas.</p>	<p>Carne fresca de cerdo primera calidad, zanahoria, manzana, papaya, banano, papaya como fuente de energía y fibra, además de ejercer un efecto protector sobre el sistema digestivo. Y miel de abejas contiene vitaminas compuesto B, principalmente de tiamina y riboflavina (B12). La tiamina es muy importante para el metabolismo de las grasas, carbohidratos y proteínas, Contenido de calcio, fósforo, potasio y hierro.</p>

Fuente: Dogsy Gourmet SAS

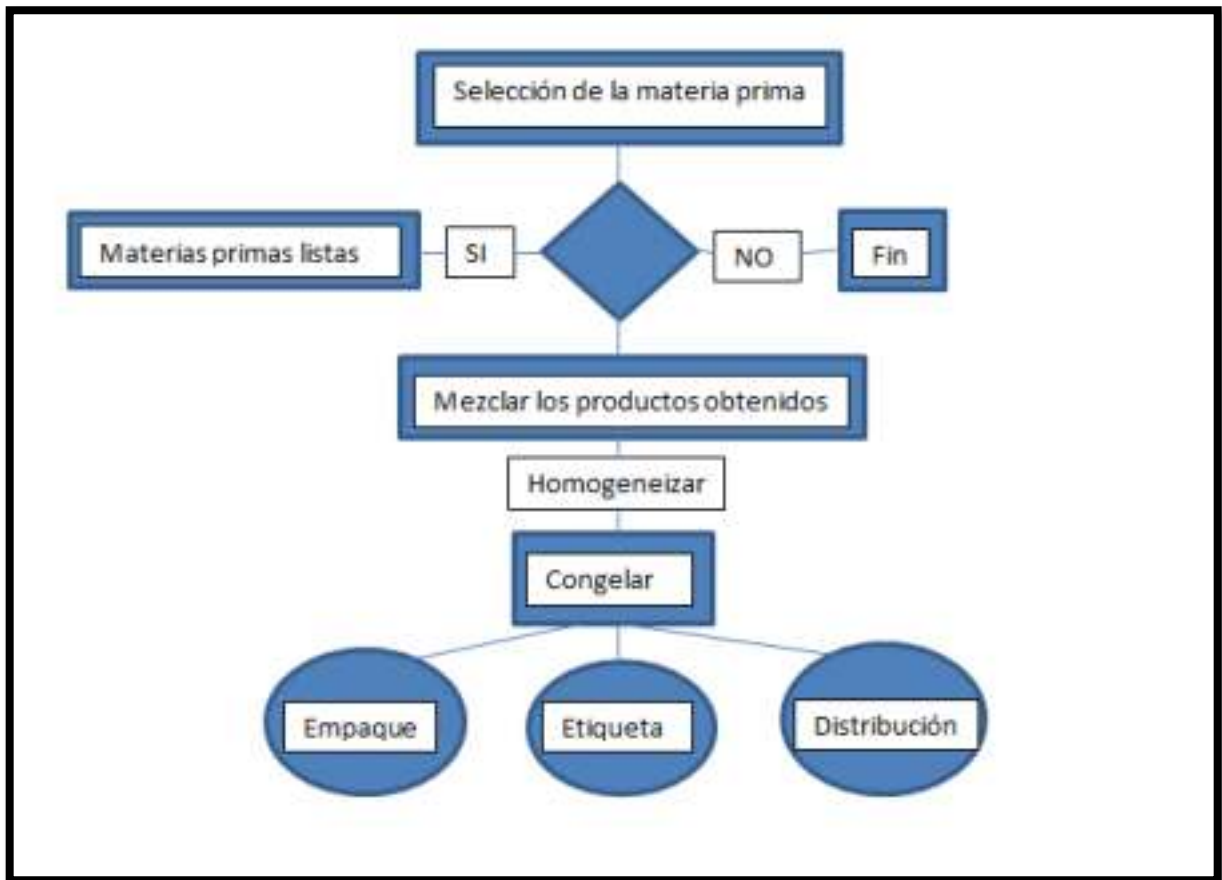
Identificación de Productos Exportables

Para obtener una identificación de productos que se pueden exportar, se deben considerar:

El o los mercados a los que se destinará el producto; las ventajas comparativas del producto si las tiene; si el potencial exportador va a producir, vender en el mercado interno y exportar; si producirá y exportará exclusivamente o, si exportará, debiendo comprar las mercancías a productores. (Anonimo, RED CAME, 2017) Una vez aclarados estos puntos, se deberán tener en cuenta los siguientes:

- Contar con ventajas relativas en el abastecimiento del producto a exportar o en las materias primas o insumos necesarios para producir la mercancía que se pretende exportar. Los productos finales, las materias primas, productos intermedios y otros insumos deben obtenerse en condiciones de precio, confiabilidad y calidad análogas a las de la competencia internacional.
- La calidad deberá ser la requerida por los mercados externos Y a lo menos, similar a la ofrecida por la competencia. Considerar una certificación de calidad por alguna certificadora internacional en el país como algo beneficioso. (INTI, IRAM, etc.)
- Sobre la capacidad productiva para exportación: Debe ofrecerse solamente lo que se está capacitado para producir en forma estable y continua, para los efectos de cumplir con una demanda externa, sin tener que postergar el mercado nacional.
- El potencial exportador deberá contar con los medios para movilizar internamente, almacenar y embarcar el producto a exportar.
- Deberá asegurarse que el producto cumpla con las especificaciones requeridas por el o los mercados de destino para su ingreso.
- Que el producto no se encuentre protegido por barreras arancelarias muy elevadas o que el producto ofrecido por la competencia, esté favorecido por un tratamiento preferencial.
- Que el recargo sobre el valor FOB, por concepto de transporte hasta el mercado elegido (flete), no represente una desventaja frente a proveedores de otros países.

Ilustración 2. Diagrama de operaciones en proceso de elaboración del helado para mascotas



Fuete: Elaborado por Karen Lucia

Certificación de venta libre con observaciones específicas por registro sanitario

Entidad que emite el documento: ICA

Avenida Calle 26 N° 85B-09

Tel: (57 1) 332 3700 - 288 4800

Bogotá–Colombia

Correo electrónico: contactenos@ica.gov.co

<https://www.ica.gov.co/Oferta-Institucional/Tarifas.aspx>

Certificación de calidad

Entidad que emite el documento: Normas técnicas Icontec - SGS Colombia S.A.S

Carrera 100 No. 25C - 11

Bogotá – Colombia

Telefono [+57 1 606 9292](tel:+5716069292)/[+51 7 310 0811](tel:+5173100811)

<https://www.sgs.co/es-es/office-directory>

Certificación de origen

El Certificado de Origen es una solicitud en la cual se acredita que los productos fueron fabricados en Colombia. Este documento se obtiene con el fin de acogerse a las preferencias arancelarias determinadas en los diferentes Acuerdos Comerciales de los que goza Colombia gracias a la globalización.

Entidad que emite el documento: DIAN – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales

Bogotá, Nivel Central, carrera 8 N° 6C - 38 Edificio San Agustín

PBX (57+1) 607 99 99

PBX (57+1) 382 45 00

El formulario se diligencia de manera virtual en la página oficial de la DIAN

<http://www.colombiatrading.com.co/preguntas-frecuentes/como-se-realiza-la-expedicion-del-certificado-de-origen>

Principales Empresas De Destino

✓ **Josera GMBH & CO KG**



E-mail: contacto@josera.cl

Telephone: 64 2254200 - Odenwald

Tomado de: <http://www.josera.cl/>

Es una empresa familiar especializada en alimento Premium para mascotas adecuado para cada etapa de desarrollo de las diferentes razas. Todos los productos son producidos sin adicionar trigo, soya, colorantes, saborizantes ni perseverantes artificiales, están diseñados para todas las necesidades nutricionales especiales de los perros, y para prevenir los problemas más comunes. Ingredientes seleccionados, un cuidadoso proceso de fabricación y constantes controles de calidad en el laboratorio, garantizan la mejor calidad y digestibilidad en los alimentos para perros.

FELLICITA TIERFNAHRUNG UND TIERZUBEHÖR GMBH (Fellicita Animal Y La Alimentación Animal)



Dirección: Jahnstraße 50, 82319

Starnberg, Alemania

Teléfono: +49 8151 9659690

Tomado de: <http://www.fellicita.eu/petstages/>

Es una tienda en línea para el bienestar animal y accesorios para mascotas ofrecen comida para perros y gatos de alta calidad y saludable, además de variedades de mono proteínas ideales para mascotas alérgicas y sensibles. Sus productos están hechos de ingredientes frescos algunos sin azúcar, que también están libres de ingeniería genética, sabores y colorantes artificiales y conservantes.

Además de alimentos para mascotas de alta calidad, ofrecen accesorios exclusivos para animales, suministros para gatos y accesorios para perros para una ocupación significativa y una vivienda amigable para el bienestar de perros y gatos. La gama de accesorios para mascotas va desde su propia marca "FelliciCat", por ejemplo, con muebles para raspar, hechos de materiales sostenibles, como cartón corrugado, hasta conocidos fabricantes como "**Petstages**" y "**Beautifool**".

Kay Klein's GMBH



Dirección: Lise-Meitner-Straße 2, 50259 Pulheim, Alemania

Teléfono: +49 2234 2095918

Tomado de: www.kayklein.de

Es una panadería privada y su misión es crear suplementos dietéticos saludables y deliciosos en varios sabores y formas inusuales para perros. Los productos que ofrecen son naturales y saludables como lo son: Galletas integrales, galletas carnosas, shampoo para perros, tortas de cumpleaños, barras de cereal, cuadritos horneados y vitaminas caninas que están hechos de ingredientes como harina integral, huevos, sémola de maíz, harina de avena, miel, leche y zanahorias. También producen galletas o golosinas para perros con alergias.

✓ Saturn Petcare



Dirección: Senator-Mester-Straße 1, 28197

Bremen, Alemania

Teléfono: +49 421 52690

Tomado de: <https://www.heristo.de/en/saturn-petcare-group.html>

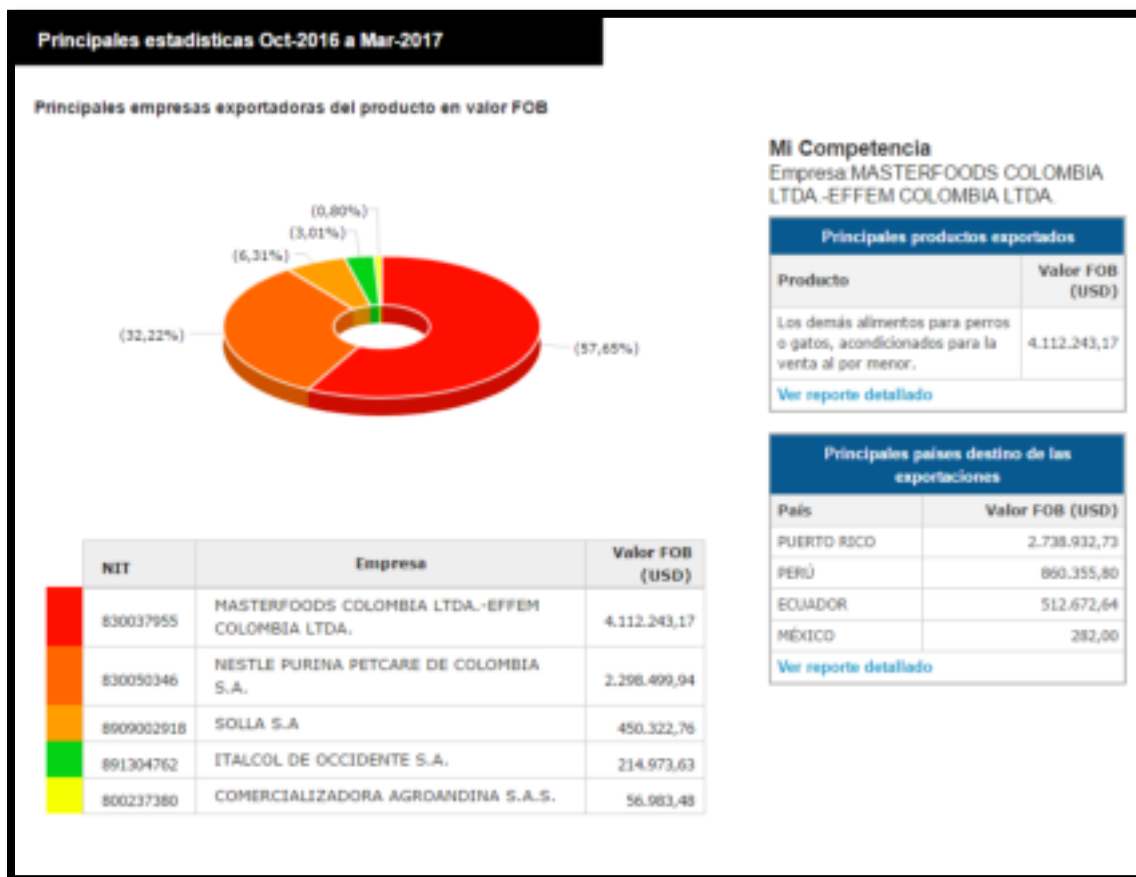
Es uno de los principales fabricantes de alimentos para mascotas en Europa y produce marcas comerciales en todas las categorías importantes de alimentos para mascotas. Durante los últimos años, la compañía ha expandido su competencia central en el área de alimentos húmedos a alimentos secos, snacks y productos horneados. La gama de productos incluye productos innovadores de conveniencia, comida funcional, bienestar y ciclo de vida.

Exportaciones Colombianas

Las estadísticas que se describen a continuación abarcan las exportaciones realizadas en los últimos cuatro años desde Colombia a Alemania, de manera general se describe los productos con mayor porcentaje de exportación a este país y con un mayor enfoque las realizadas en el sector de alimentos para gatos y perros que es el nicho de mercado en el que se basa esta investigación, estas son discriminadas por partida arancelaria donde se ubicaría este producto debido a que este tipo de producto no cuenta con una partida arancelaria específica y no se encuentran porcentajes de exportación específicos que indiquen que este producto haya sido exportado a este país.

Según el DANE durante el primer semestre de 2016, se exportaron a Alemania 291.140 toneladas, que correspondieron a US\$ 235,67 millones en valor FOB. Para Alemania por parte de Colombia sus principales importaciones son Coches (\$46,7 Miles de millones), Piezas-Repuestos (\$34,9 Miles de millones), Petróleo Crudo (\$30,5 Miles de millones), Computadoras (\$26,1 Miles de millones) y Medicamentos envasados (\$24,1 Miles de millones). (Anonimo, OEC, 2017)

Ilustración 3. Principales empresas exportadoras del producto en valor FOB

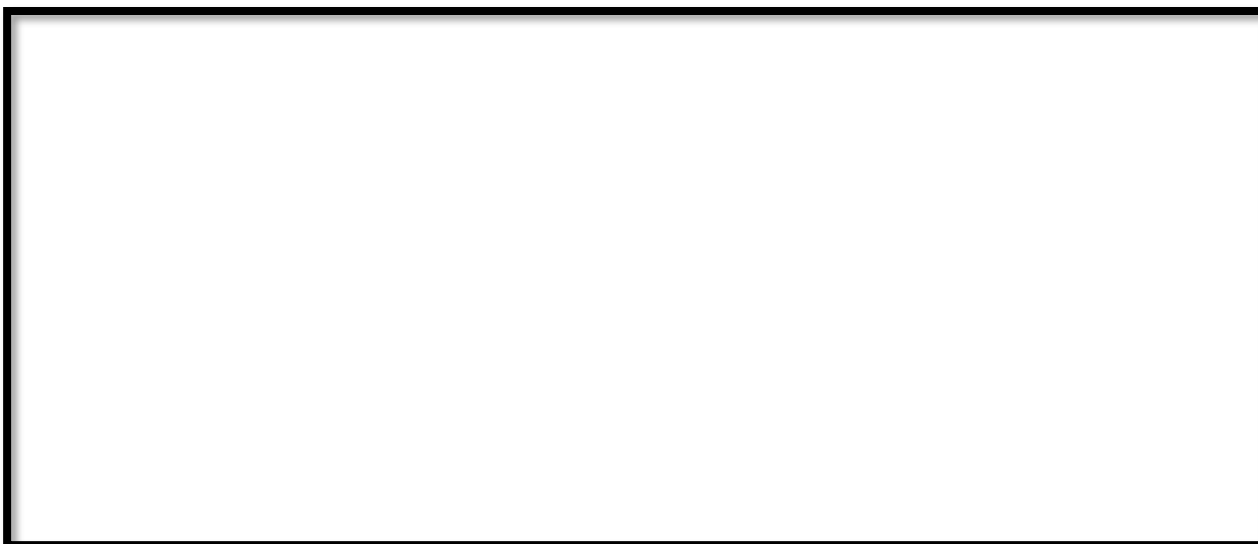


Fuente: <http://sic.legiscomex.com/Home/Index?id=20170601114547%27;%0D%0A>

Exportaciones Colombianas En El Sector De Alimentos Para Perros Y Gatos, Acondicionados A La Venta Al Por Menor

El sector de alimentos para animales se ha convertido en una actividad intermedia entre la agroindustria y la actividad pecuaria. Con el paso de los años, la industria se ha caracterizado por ser activa y estable, sin embargo, cabe resaltar que su producción varía de acuerdo al PIB de cada país.

Tabla 6. Principales productos exportados del sector de alimentos para animales por valor FOB 2014* - 2015*



Fuente: Elaborado por Legiscomex.com con información del SIC

Entre julio y diciembre del 2015, las pre mezclas para la alimentación de los animales fueron las más comercializados en el exterior, según valor FOB, con USD7, 3 millones y presentaron una variación positiva del 5,1%, respecto al mismo periodo del 2014, cuando totalizaron USD7 millones.

Le siguieron los demás alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor, con USD5, 1 millones; las demás preparaciones del tipo de las utilizadas para la alimentación de los animales, con USD1, 7 millones; residuos de la industria del almidón y residuos similares, con USD534.411 y tortas de nuez o de almendra de palma, con USD169.438, entre otros.

La industria nacional de alimentos concentrados para mascotas ha crecido y se ha diversificado en los últimos años. En Colombia, según un estudio contratado por Fenalco a B&Optimos, empresa de estudios de mercados en Latinoamérica, el 37% de las 1.500 personas encuestadas en diferentes ciudades del país, afirmaron tener mascota y de estas, el 70% dijo que tiene perro; mientras que gatos el porcentaje es de 13%.

El 56% compra el alimento para su mascota en los supermercados o grandes superficies; el 17% en tiendas; el 14% lo hace en almacenes especializados para mascotas; el 13% en graneros; y el 1% le da comida casera (sobras). En términos generales, la categoría de alimentos para

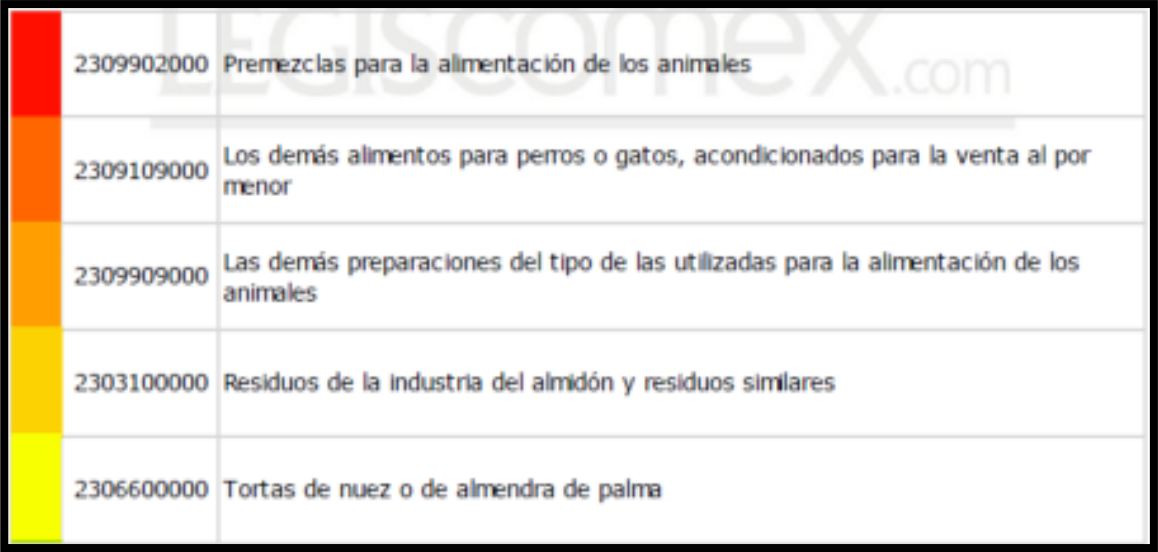
perros en Colombia vende aproximadamente alrededor de unas 150.000 toneladas y más \$690.000 millones y los crecimientos que se vienen dado han sido superiores al 8% en el último año.

En la medida en que las mascotas dejaron de ser un accesorio para las familia, o algo finquero y de la calle y se convirtieron en parte de la familia empieza a desarrollarse un mercado que va ligado a los sentimientos que tienen las personas por sus mascotas” (Romero, 2015).

Exportaciones Por Partida Arancelaria

Los 10 principales productos exportados del sector, las pre-mezclas para la alimentación de los animales representaron el 48,70% de las ventas. Le siguieron los demás alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor, con el 34,25%; las demás preparaciones del tipo de las utilizadas para la alimentación de los animales, con el 11,59%; residuos de la industria del almidón y residuos similares, con 3,52% y tortas de nuez o de almendra de palma, con 1,12%, entre otros.

Ilustración 4. Partida arancelaria



2309902000	Premezclas para la alimentación de los animales
2309109000	Los demás alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor
2309909000	Las demás preparaciones del tipo de las utilizadas para la alimentación de los animales
2303100000	Residuos de la industria del almidón y residuos similares
2306600000	Tortas de nuez o de almendra de palma

Fuente:Legiscomex.com 2017

Perfil Alemania

Alemania posee una infraestructura de transporte desarrollada, suficiente para soportar las necesidades de su economía. Posee uno de los índices más altos en producción de energía renovable, es decir, a través de su infraestructura instalada en parques y estaciones eólicas, genera el 14% de la electricidad consumida en todo el país (Colombiatrade, 2016)

- Alemania ocupa el primer puesto en el mundo en cuanto al desempeño logístico.
- Alemania por su ubicación estratégica cuenta con una amplia y moderna infraestructura portuaria, con más de 60 puertos y sub-puertos auxiliares, abiertos para el manejo de carga.
- Alemania cuenta con 550 aeropuertos a lo largo de su territorio. Aproximadamente 18 aeropuertos tienen facilidades aduaneras, además de estar dotados con infraestructura para el manejo y almacenamiento de carga, incluido almacenamiento en frío y protección de valores.

Munich

Múnich es la tercera ciudad de Alemania en habitantes y la capital del Estado Libre de Baviera y se distingue especialmente por ser uno de los centros industriales más importantes de Europa, su estructura industrial es extraordinariamente variada e innovadora, dispone de un aeropuerto absolutamente moderno, un centro ferial por excelencia y un atractivo programa cultural (Diez, 2012)

Múnich constituye una de las regiones más dinámicas de la economía alemana, lo cual se debe en gran parte al balance en su estructura económica, constituida tanto por industrias tradicionales, así como por industrias modernas principalmente del sector tecnológico. Su privilegiada ubicación con acceso al centro, sur y sureste de Europa, lo convierten en una ciudad ideal para el tránsito de bienes y servicios.

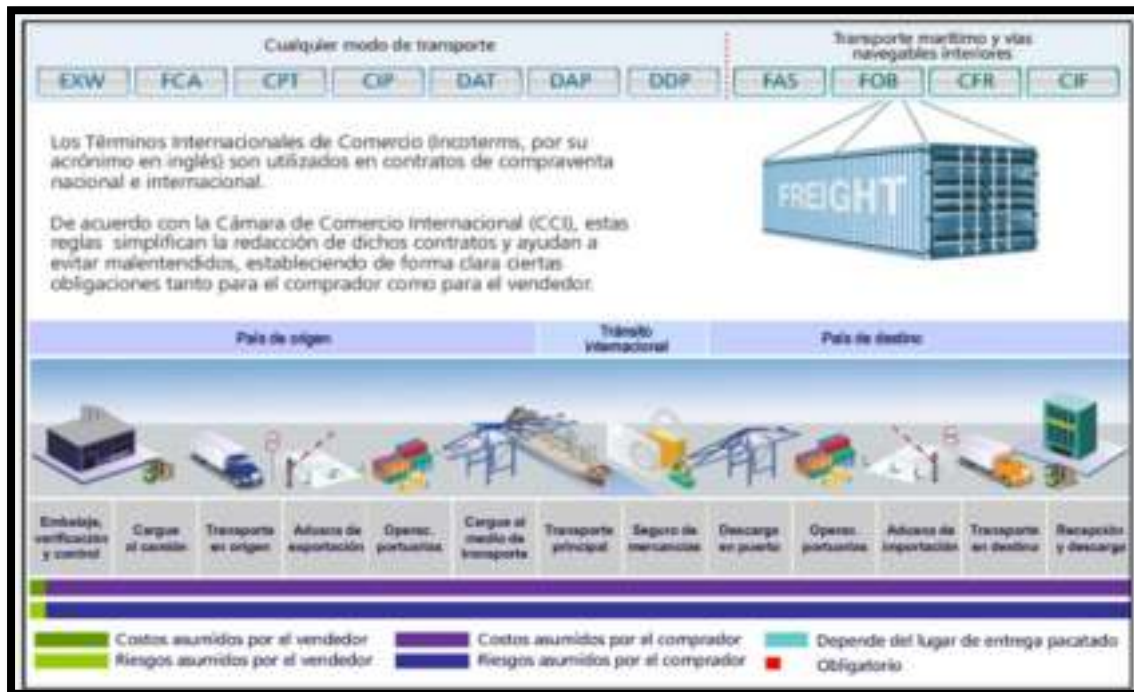
Los indicadores económicos son un reflejo de la situación económica y social de la ciudad. Es así como en el tercer trimestre de 2015 la economía alemana creció al 1,8% interanual, especialmente del consumo; de igual manera, su capacidad adquisitiva es 26301 euros per cápita es un 38% más alta que el promedio alemán, lo cual la convierte en la ciudad con mejor calidad de vida en Alemania. (Anonimo, EXTERIORES, 2016)

Si bien su legislación incluye leyes claras y efectivas que permiten una libre competencia en el mercado, el gobierno alemán también reconoce que muchas de sus leyes de salud, medioambientales, y de seguridad son muy prohibitivas limitando las nuevas inversiones. Cabe resaltar, que las relaciones comerciales de este país están regidas por la legislación de la Unión Europea de la cual forma parte (Red Judicial Europea en materia civil y mercantil, 2006)

El proceso de exportación está conformado por una serie de etapas donde las empresas compran o venden productos ya sea a nivel nacional o internacional, si es a nivel internacional se debe recorrer todas ellas para introducirse exitosamente en el mercado objetivo. Los principales aspectos a tener en cuenta son: La correcta selección del mercado potencial, las estrategias de acceso al mercado y la venta o compra del producto seleccionado, esta última lleva consigo una serie de cotizaciones al comprador o al vendedor por cuenta propia para hallar el precio de exportación y responder así a las necesidades y expectativas del cliente.

Iniciaremos con el Termino de Negociación-Incoterms que en el comercio internacional juega un papel muy importante y son un punto de referencia para establecer los costos de una exportación o importación de un producto determinado.

Ilustración 5. Termino de negociación



Fuente:Legiscomex.com

La finalidad es determinar las responsabilidades y obligaciones de las partes que intervienen en la operación: La entrega de la mercancía, la transferencia de los riesgos, la distribución de los gastos y los trámites documentales. Para esta operación del traslado del helado para perros a Alemania como se realiza por medio de una aglomeración de empresas que no han traspasado fronteras al exterior y hasta ahora se darán a conocer en este país, la operación se calculara en el término CIF Munich donde se determinarán todos los costos desde la fabricación de un producto tipo exportación (origen) hasta la llegada al Aeropuerto Internacional de Múnich-Franz Josef Strauss (Destino)

Tabla 7. Lead time

LEAD TIME		
Proceso	Descripción	Duración Estimada
SELECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA	<p>Proteína cruda entre 2 y 12%</p> <p>Grasa cruda entre 2 y 10%</p> <p>Fibra máxima un 1%</p> <p>Sólidos y Líquidos totales entre 30 -38 (humedad del 62 – 70%)</p>	N/A
SUMINISTRO DE LA MATERIA PRIMA	<p>Yogurt Natural o griego</p> <p>Trozos de pollo</p> <p>Plátano Maduro</p> <p>Miel</p>	<p>Ordenes de los pedidos: Martes dependiendo la cantidad de los suministros</p> <p>Despacho Pedido 3 días después de la orden</p>
ELABORACIÓN Y PRODUCCIÓN DEL HELADO	Mezcla y dilución de los ingredientes	El tiempo que garantice una disolución total los mismos
	<p>Pasteurización</p> <p>Se realiza en leche en este caso libre de lactosa- y/o agua.</p> <p>Esta dilución debe realizarse en un máximo de temperatura de 60 grados centígrados.</p>	20 minutos a 30 minutos.
	<p>Maduración</p> <p>La mezcla se somete a reposo y refrigerado</p>	NO podrá ser inferior a 4 horas
	<p>Batido</p> <p>La mezcla se congela y se le incorpora aire para formar una estructura suave (cremosa)</p>	<p>Según la porción</p> <p>De 5 a 9 minutos</p>

	<p>Llenado de recipientes y endurecimiento</p> <p>Debe obtenerse el aspecto deseado para cada porción</p> <p>En esta etapa, con el ánimo de obtener una trazabilidad se debe identificar con la fecha de elaboración, vencimiento, lote y sabor.</p>	<p>Según la porción tiempo mínimo 45 minutos</p> <p>Almacenar a temperaturas de congelación no mayores a -23 grados centígrados hasta garantizar que esté totalmente congelado.</p>
<p>CONTROL DE CALIDAD DEL PRODUCTO</p>	<p>Analizar la manera en la que se realiza cada paso para disminuir los riesgos que se puedan presentar y garantizar mejoras haciendo cada vez que el producto sea de mayor calidad</p>	<p>Auditorías internas 1 vez cada mes</p> <p>Auditorías externas cada 3 meses</p>
<p>ALMACENAMIENTO EN CUARTOS FRÍOS</p>	<p>Desde su producción hasta su consumo, manteniendo constante su temperatura y garantizando, de esta forma, su buen estado en centros de acoplo especiales</p> <p>La temperatura de congelación internacional fijada para la cadena de frío es de -18°C.</p>	<p>24 Horas por los 7 días de la semana</p>
<p>ALISTAMIENTO DEL PRODUCTO A EXPORTAR</p>	<p>Envase en Poliestireno</p> <p>Se utiliza en la fabricación de envases semirrígidos termoformados.</p> <p>También se puede expandir, lo que le da características de amortiguación y de barrera térmica.</p> <p>Proveedor Envase MUNDICOPOR S.A.S ubicada en Medellín</p> <p>Empaque en Cartón corrugado</p> <p>La flauta u onda se conoce también como corrugado medio lo que le da al</p>	<p>Se dispone de 4 personas para estas actividades con un tiempo aproximadamente de 2 horas y 30 minutos por cada unidad mínima de carga</p>

	<p>cartón corrugado su propiedad de ser indeformable. Son las más utilizadas en el embalaje destinado al transporte y almacenamiento de un amplio tipo de productos.</p> <p>Proveedor empaque INDUGEVI S.A ubicada en Sabaneta-Antioquia</p>	
TRANSPORTE TERRESTRE	<p>Vehículo frigorífico</p> <p>Es un isoterma que incorpora un dispositivo de producción de frío, y permite, con una temperatura media exterior de 30°C, reducir la temperatura del interior de la caja vacía y de mantenerla entre 12 °C y -20 °C.</p> <p>Vehículo Doble Troque</p> <p>Peso bruto vehicular:28 toneladas</p> <p>Camión rígido de 3 ejes</p> <p>Peso de la carga hasta 17 Toneladas</p> <p>Empresa Transportadora CONALCA S.A.S</p>	<p>Tiempo terrestre Medellín-Bogotá Aproximadamente de 9 horas para un total de 6 peajes</p> <p>Tiempo terrestre Cali-Bogotá Aproximadamente de 11 horas para un total de 10 peajes</p>
TRAMITES DOCUMENTALES PARA EXPORTACIÓN	<p>Trámites aduaneros encargada la Agencia Aduanas Mariano Roldan Agente de Carga BEMEL</p> <p>Presentación de la DEX, Documentos soportes, Selectividad, Despacho</p> <p>Entidades</p> <p>DIAN, ICA, PONAL</p>	<p>Comunicación constante con la AA para el seguimiento y cumplir con el pedido de 8 a 10 días para la presentación y volar la carga</p>
RECEPCIÓN DE LA MERCANCÍA EN LA AEROLÍNEA	<p>El traslado del punto de fabrica al Aeropuerto Internacional El Dorado a la aerolínea se recepciona durante todo el</p>	<p>Aproximadamente de 4 a 5 días</p>

		tiempo mientras la documentación está en firme para que sea montada al avión y vuele a destino	
TRANSPORTE AÉREO		Vuelo directo con la aerolínea Lufthansa-Cargo que en Colombia la maneja Transaereo a Munich-Alemania en un AIRBUS INDUSTRIE A340-300	Tránsito de 11 horas con 20 minutos
DESANUAMIENTO EN DESTINO	EN	Verificación por parte de las autoridades competentes del país importador para dar el aval respectivo para distribuir la mercancía	NA
TRANSPORTE TERRESTRE EN DESTINO		Cumplir con la entrega de los helados para mascotas de la manera y en el momento adecuado en las instalaciones del clientes finales	<p>Tiempo terrestre Munich - Odenwald 55 min a 1 h con 30 min</p> <p>Tiempo terrestre Munich - Odenwald 32 min a 1 h</p> <p>Tiempo terrestre Munich - Pulheim 5 horas a 6 h con 30 min</p> <p>Tiempo terrestre Munich-Bremen 7 h a 8 horas</p>

Para determinar de la operación es necesario conocer y determinar el termino de negociación incoterm; entendiéndose inconterm como conjunto de términos comerciales de tres letras que permiten establecer cláusulas de precio en los contratos internacionales de compra venta de mercancías.

PRECIO FÁBRICA

Helado de trocitos de pollo

Ingredientes

1. 1 yogur natural o yogur griego sin azúcar
2. Caldo de pollo
3. Trocitos de pollo cocido
4. Medio plátano maduro
5. 1 cucharada pequeña de miel

Preparación

1. Poner a cocer el pollo con un poco de agua sin sal ni ningún otro ingrediente
2. Poner a enfriar el caldo
3. Trozar el pollo evitando los huesos del mismo
4. Mezclar el pollo, el caldo, junto con el yogur griego sin azúcar, y enfriar
5. Triturar el plátano hasta que quede una masa poner una cuchara de miel
6. Añadir a la mezcla anterior y envasar

Con base en los ingredientes y preparación la cual es de manera manual para la preparación de 432 helados son aproximados 1'300.000 pesos colombianos de los cuales estuvieron destinados a la compra de la materia prima, mantenimiento de las licuadoras, contratación de personal, medidas de salubridad, servicios de agua, luz y gas.

EMPAQUE

Se hicieron distintas cotizaciones con empresas especializadas en empaques para alimentos refrigerados, se escogió PLASTIVALLE S.A.S ubicada en Calle 21 Bis No. 39-37. Bogotá-Colombia por la garantía y propiedades físico químicas de sus envases, adicionalmente se logró negociar el gasto del envío el cual correrá por la empresa teniendo en cuenta que sus instalaciones quedan alejadas a cada una de las sedes encargadas de la elaboración del producto.

Su variedad de tamaños para empaques llamo la atención ya que es una empresa con variedad y sello de calidad.



- Pote de helado de 1/4 kg.
- Pote de helado de 1/2 kg.
- Pote de helado de 1 kg (1000ml)

Propiedades físico – químicas

- Estabilidad térmica entre -150° y $+70^{\circ}\text{C}$
- Resiste: agua, agua de mar, ácidos diluidos, álcalis fuertes, jabones, lejías, alcoholes, aceites de siliconas
- Resiste limitadamente: Aceites vegetales, aceites animales
- No resiste: Aceites minerales, naftas, esterres, cetonas, disolventes, ácidos anhidros

ETIQUETADO

El diseño de la etiqueta es propio por tal razón la cotización solo se basó en el costo de su impresión ya que cada una de las sedes será encargada de empacar y adicionalmente de etiquetar.



Entre varias imprentas, se seleccionó DI-MATIC ubicada en Carrera 26 #68-79. Bogotá-Colombia. Las etiquetas son suministradas por ellos son en rollos ya sea para pegado automático o manual, en papeles metalizados aptos para procesos de repujado, películas con apariencias cristalinas como el Polipropileno transparente con respaldo poliéster.

Adicionalmente la empresa maneja tintas amigables con el planeta, las cuales no serán tóxicas para el producto y tienen mayor durabilidad.

ESTIBA

Se cotizaron con varias empresas de Medellín (Estibas de exportación, Insuma, bio-estibas) quienes garantizaban mayor vía útil del producto, sin embargo se decidió por INSUMA. Sus estibas son 100% reciclables y cuentan con certificación de calidad y cumplen con norma industrial.

Transporte terrestre local

AMIL CARGO



Es la empresa encargada de realizar el transporte nacional de las distintas sedes de heladería para el entregar el producto final al almacén principal ubicado en Bogotá.

Dirección: Carrera 71 #21 – 19

Local 8A- Montevideo Bogota

Telefonos: (1) 411-7742; (1) 411-6963

Página Web: <https://amilcargo.com/>

COLTRANS S.A.S



Es la segunda opción para realizar el transporte nacional de las distintas sedes al almacén principal ubicado en Bogotá.

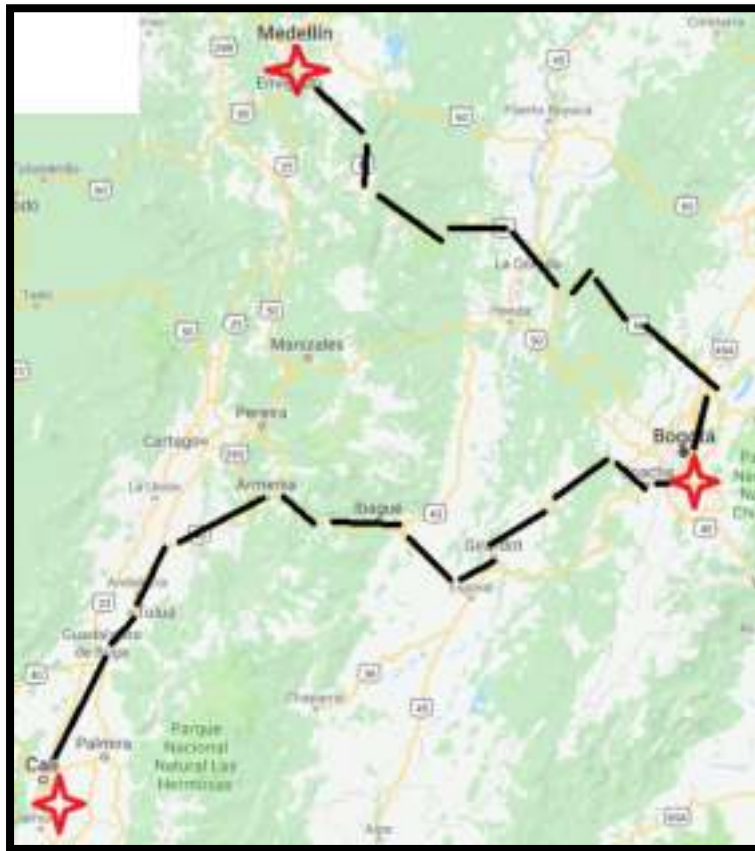
Dirección: Carrera 98 No. 25G-10 Interior 18 Centro Empresarial El dorado

Teléfono: +57 (1) 423 - 9300

Email: bogota@coltrans.com.co

Página Web: <http://www.coltrans.com.co/es/>

Consolidación, manipulación, flete interno, seguro interno



La mercancía se consolidará en la ciudad de Bogotá de la siguiente manera

- Bogotá: 55% de producción 237 cajas de helados
- Medellín: 35% de producción despacha 151 cajas de helados
- Cali: 10% de producción despacha 44 cajas de helados

Trámites Aduaneros

Las agencias de aduanas son personas jurídicas autorizadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales para ejercer actividades auxiliares en materia mercantil y de servicio, orientada a garantizar que los usuarios de comercio exterior que utilicen sus servicios cumplan con las normas legales existentes en materia de importación, exportación y tránsito aduanero y cualquier operación o procedimiento aduanero inherente a dichas actividades (Procolombia, 2016).



Agencia de Aduanas Mariano Roldán S.A Nivel 1
Tel: (571) 263 1662

Tiene como fin esencial colaborar con las autoridades aduaneras en la estricta aplicación de las normas legales relacionadas con el comercio exterior para el desarrollo adecuado de los regímenes aduaneros y demás actividades y procedimientos derivados de los mismos.

Por su gran experiencia a través de los años en el campo de comercio exterior, por sus esenciales servicios en importaciones, exportaciones, clasificación Arancelaria , entre muchos otros más, sus excelentes alianzas con Marex Cargo – Agente de Carga y SIKER-Operador Logístico y principalmente por su ubicación geográfica en Bogotá tan cercana al Aeropuerto Internacional El Dorado es que se ha elegido a esta agencia de aduanas para que sea la encargada de realizar los debidos trámites aduaneros que se requieren para esta exportación.

INCENTIVOS PROMOCIONALES

Es cualquier objeto, elemento, componente o pieza, ajeno al alimento, pero en contacto directo con éste, incluidos los adhesivos, láminas, stickers, sistemas de impresión, marcado o grabado en la superficie interna del empaque, que tenga por finalidad promover o inducir la adquisición del producto alimenticio. (INVIMA, 2018)

DI-MATIC S.A.S

Por su trayectoria de más de 30 años, por sus amplios servicios y productos como la fabricación en tapadoras para envases rígidos y semirrígidos, diseño especializado en maquinaria para empaque, circuitos eléctricos y fabricación de partes.

El incentivo que ellos proporcionan para el producto esta protegido con un material apto que garantiza la inocuidad de este alimento de consumo de animal, además en los sistemas de impresión y marcado son elaborados con tintas, lacas y sustancias atoxicas es por esto que es la empresa más indicada para elaborar la lámina y los adhesivos para este producto.

Costos Administrativos

Los costos administrativos son los recursos necesarios para las operaciones y manejos dentro de una empresa, son los gastos o costos que la empresa aplica para la realización de trámites y movimientos internos (Anonimo, Ejemplo de Costos administrativos, 2018)

Capital Inutilizado

Son todas aquellas materias primas que por el manejo normal en los productos se perdieron luego de un proceso físico o de transformación perdiendo sus principales propiedades para ser nuevamente transformadas o utilizadas.

Manipuleo de Embarque

El costo de manipuleo en el lugar donde va a ser embarcada esta unidad de carga el cual está relacionada con el termino de negociación asignada para manejar esta exportación, que es la actividad de tomar la carga establecida desde la bodega de la aerolínea al avión que es el principal medio de transporte internacional de esta operación.

Agentes De Carga

Un agente de carga actúa como intermediario entre el embarcador o remitente y un proveedor de servicios de transporte resolviendo cualquier problema vinculado con el transporte, consolidación, almacenaje, manejo, embalaje o distribución de productos. (Anonimo, DDE Que son los agentes de carga, 2018)

Kuehne + Nagel

Se ha convertido en uno de los mayores especialistas en transporte de carga aérea al ofrecer una amplia gama de soluciones internacionales de carga aérea y niveles de servicio al cliente insuperables por su alcance mundial los 7 días a la semana, las 24 horas al día generando un control de calidad efectivo.

Los envíos se etiquetan especialmente en todos sus sistemas operativos, así como en la guía aérea para una fácil identificación de la carga, y se monitorean activamente de extremo a extremo en la base de mapas de rutas (Cargo iQ). Por lo tanto, incluyen una promesa de tiempo de entrega, así como la visibilidad y el seguimiento de todos los movimientos. Por ende, es el agente más indicado para manejar este tipo de carga porque alivia los cuellos de botella de la capacidad en las rutas comerciales ocupadas y regularmente inician charters de temporada alta, garantizándole el espacio de carga cuando se necesite.

Flete Internacional

El flete es el precio del servicio de transporte aéreo internacional. Será a pagar (según el Incoterm pactado) por los exportadores (freight prepaid) o los importadores (freight collect) de las mercancías transportadas. (España, 2018)

TRANSAEREO S.A

Transaereo es una compañía con más de 45 años de experiencia en servicios aeroportuarios extendidos a otras actividades logísticas en el mercado colombiano con operaciones en Bogotá, Medellín, San Andrés, Barranquilla, Cartagena y Pereira.

Se elige esta empresa porque en sus nuevas y modernas instalaciones refrigeradas y bodega reciben y procesan la carga perecedera, principal producto de exportación por vía aérea de Colombia y la carga general que exporta la industria colombiana, sus procesos son apoyados por modernos sistemas informáticos que permiten optimizar los tiempos en todas las operaciones de cargas que manejan en todas las fases de la operación, la carga se inspecciona al 100% a través de modernos equipos de rayos X, que permiten incluso revisar contenedores llenos de carga sin desembalar pieza por pieza del contenedor; además como plus de esta compañía ofrece una completa atención en las actividades en tierra directamente en la aerolínea sin tener que desplazar la carga ni representantes a ningún sitio y es la encargada de manejar Lufthansa aquí en Colombia que es una de las pocas aerolíneas que maneja vuelos directos a Múnich-Alemania.

Seguro De Carga Internacional

El objetivo del seguro de transporte de carga, es el de cubrir las mercancías contra los diferentes riesgos que se puedan originar durante el transporte, desde que la mercancía sale del almacén del proveedor hasta la llegada a su destino final.

Estos riesgos se aseguran mediante la contratación de una póliza de seguro en la cual el asegurador, por el pago de una prima determinada, se obliga a indemnizar al asegurado o beneficiario por las pérdidas o daños causados a las mercancías durante el transporte. (Blay, 2013)

SURA

Es una compañía con más de 70 años de experiencia en el sector asegurador en Colombia que brinda la solución a todas aquellas importadoras o exportadoras permitiéndoles amparar las pérdidas o daños que puedan sufrir los bienes por motivo del transporte

Ofrece una cobertura en hurto, extravío, accidente del vehículo transportador, incendio, rayo, explosión y, en general, todos los riesgos de pérdidas y daños de los bienes movilizados con ocasión del transporte en operaciones urbanas, nacionales, importaciones y exportaciones en los diferentes modos de transporte, pérdidas y daños durante las operaciones de cargue y descargue y

como valor agregado esta aseguradora ofrece un auxilio del 10 % sobre el valor de la indemnización (luego de aplicar el deducible),entre muchísimas otras más.

La póliza de seguro estará compuesta por el valor de la mercancía incluyendo fletes, impuestos, costos de embalaje, seguros y gastos adicionales en puertos es decir que para esta exportación se aplica sobre el valor CIF de la mercancía.

Manipuleo De Desembarque

Por desembarque se entiende la acción de descargar de los medios de transporte en que llegaron al recinto aduanero, las mercaderías procedentes del exterior o de otras Aduanas de país. (Aduanero, 2018)

Tabla 7. Tabla de costos

Concepto	Cantidad	Costo Unitario (Usd)	Costo Total (Usd)	Tiempo
A.Costos Directos				
Precio Fabrica	432	1	432	8-9 horas
Empaque	(36) docenas	1,18	42,48	-
Etiquetado	(1 paquete de 2500 Unds)	10	10	1 día
Embalaje	1	18	18	1 día
Profit	-	15% sobre el valor EXW	75.37	-
Valor EXW	577.85			
Consolidación	1 pallet	40	40	4-5 horas
Manipuleo Local	1 pallet	85	85.00	-
Gastos de carga	1 pallet	85	85.00	1 hora

Almacenamiento	1 pallet	85	85.00	1 hora
Gastos de descarga	1 pallet	45	45.00	1-2 horas
Flete Interno	1 pallet	652.00	652.00	2 días
Seguro Interno	-	0.4% sobre el valor EXW	2.31	-
Tramites Aduaneros				
Manejo de Mercancía	1 pallet		33,34	8 horas
Conexión Siglo XXI	1 DEX		3,67	8 horas
Centro Admon Documental C.A.D	1 DEX		2,67	8 horas
Formulario y elaboración Declaración de Exportación	1 DEX		7,33	8 horas
Gastos Autorizados	1 pallet		22,67	8 horas
Servicio de Valor Aduanero	1 pallet		66,67	8 horas
Incentivos Promocionales				
Adhesivos	432		1,20	16 horas
Lamina Protectora	432		2,10	16 horas
Marcado	432		1,70	16 horas
<u>Total Costos Directos</u>	2296,35	-		
2.Costos indirectos				
Administrativos				
Sueldo personal	75 Empleados		333,33	24999,75 -
Servicios publicos	5 Servicios		166,66	166,66 -
Capital Inutilizado	10% materia prima		1,00	432,00 1 día
<u>Total Costos Indirectos</u>	598,66			
<u>Total país Exportador</u>	2895,01			

<u>(FOB) USD</u>				
Manipuleo de Embarque	1 pallet	63,33	63,33	
Agentes	1 pallet	528,679	528,679	
Flete Internacional	1 pallet	3338,28	3338,28	
Seguro Internacional	0,02 % Valor CIF			-
Manipuleo de desembarque	12 cajas	65,20	65,20	1 día
<u>Total Valor (CIF) USD</u>	3290,50 USD			

CAPÍTULO III.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

Con el análisis realizado se identificó que el factor común en estas empresas que formarán el Cluster de Exportación fue la innovación que es fundamental para la generación de competitividad facilitando una mayor atracción en el mercado alemán. La innovación debe ser sustentable y validada por el mercado, procurando suplir las necesidades de este con el producto en destino; es por esto por lo que debe resaltarse que la adaptación y aceptación del cambio por parte quien lo elabora y de quienes reciben estos productos innovadores en un aspecto importante para determinar si fue exitosa o no la operación.

Es importante promover las relaciones entre las empresas que se encargan de comercializar este tipo de producto y a los diferentes actores que puedan intervenir en las diferentes operaciones logrando su vinculación al Cluster, por lo cual es necesario sensibilizar a los empresarios acerca de los beneficios que implica la asociación, la cooperación y las exportaciones que generan competencias para la sostenibilidad del sector y un crecimiento a nivel internacional.

La globalización económica está abriendo oportunidades a nivel empresarial pero también significando amenazas para las empresas, exigiéndoles cambiar sus paradigmas gerenciales y diseñar nuevos mecanismos y estrategias de interrelación con el entorno y una ampliación en el mercado internacional.

Se hace necesario anotar que por el manejo especial que requiere este tipo de carga los procesos de exportación se convierten en un poco tediosos para el exportador, por el tránsito normal de la cadena logística, los costos y gastos pueden llegar a ser mayores que las utilidades que puedan llegar a adquirirse por la operación pero que si se logran integrar las empresas en el Cluster y son constantes con la búsqueda de nuevos mercados potenciales ya sean o no alemanes lograría revolucionar tanto el mercado colombiano como el internacional puesto que los mercados que existen son totalmente abiertos al producto por lo que no es muy conocido y aún no se ha posicionado del todo en todos los mercados.

CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Las mascotas a través del tiempo han tomado gran importancia en los hogares de cada persona y de la misma manera la forma en que los alimentan, queda demostrado que para un país como Alemania es de vital importancia las características nutricionales de cada alimento y esto se ve reflejado en las exigencias para ingresar nuevos productos. Podemos definir cuáles son las necesidades de nuestro mercado objetivo desde un punto de vista de venta donde el factor diferenciador es la calidad.
2. Podemos concluir que es posible de desarrollar una fórmula y la metodología que permita obtener un helado tipo postre para mascotas, bajo parámetros nutricionales asegurando la aceptabilidad internacional.
3. Con la investigación realizada se logró analizar la viabilidad en términos de costos y sostenibilidad de un clúster comercializador de helados para mascotas. Dentro de este análisis se pudo comprender a fondo los factores que hacen rentable y sostenible este modelo de negocio; se lograron identificar ciertas falencias del mercado que permitieron plantear estrategias.
4. La investigación llevada a cabo permitió realizar dos tipos de análisis de mercado que como resultado definieron características demográficas básicas, es decir a qué tipo de mercado se debía vender el producto en pocas palabras identificar nuestro mercado potencial y posible cantidad de consumo, lo que permitió dimensionar el tamaño del negocio y diseñar estrategias que pudieran cubrirlo en su máxima extensión.

BIBLIOGRAFÍA

- Aduanero, C. (Noviembre de 2018). *Dirección de Aduanas - Uruguay*. Obtenido de <https://www.aduanas.gub.uy/innovaportal/v/2586/8/innova.front/desembarque-definicion.html>
- Anonimo. (Enero de 2016). *EXTERIORES*. Obtenido de http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/alemania_ficha%20pais.pdf
- Anonimo. (13 de Enero de 2017). *RED CAME*. Obtenido de <http://redcame.org.ar/comex/factores.php3#top>
- Anonimo. (6 de Noviembre de 2018). *DDE Que son los agentes de carga*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2015/07/que-son-los-agentes-de-carga.html>
- Anonimo. (marzo de 2018). *Ejemplo de Costos administrativos*. Obtenido de https://www.ejemplode.com/58-administracion/2689-ejemplo_de_costos_administrativos.html
- Blay, D. (12 de Mayo de 2013). *Blog David Blay*. Obtenido de <http://comerciointernacional12.blogspot.com/2013/05/seguro-transporte-de-carga.html>
- Colombiatrade*. (Septiembre de 2016). Obtenido de <http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/Perfil%20Alemania.pdf>
- Diez, D. M. (Abril de 2012). *ALLWORDGUIDES*. Obtenido de <http://www.allworldguides.com/pdf/guia%20de%20munich.pdf>
- España, C. O. (Noviembre de 2018). *Camaras Plan Cameral para exportaciones*. Obtenido de <http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/preguntas-comercio-exterior/-/preguntas-comercio-exterior/23f50e60-543a-4fc4-a971-ef189e3743b4>
- INVIMA. (30 de Octubre de 2018). *ABC Incentivos Promocionales en los alimentos*. Obtenido de <https://www.invima.gov.co/images/pdf/Prensa/publicaciones/ABC-Incentivos-promocionales-en-los-alimentos.pdf>

- J.S Ramirez Navas, C. R. (11 de SEPTIEMBRE de 2015). *PARÁMETROS DE CALIDAD EN HELADOS*. Recuperado el AGOSTO de 2018, de https://www.researchgate.net/publication/281939654_Parametros_de_calidad_en_helados_Quality_Parameters_of_Ice_Cream
- Procolombia. (11 de Julio de 2016). *Colombia Trade*. Obtenido de <http://www.colombiatrader.com.co/preguntas-frecuentes/que-es-un-agente-aduanero>
- Red Judicial Europea en materia civil y mercantil*. (27 de Julio de 2006). Obtenido de EUROPA: http://ec.europa.eu/civiljustice/maintenance_claim/maintenance_claim_ger_es.htm
- Totosaur, P. y. (s.f.).
- Totosaus, P. (2013). *Parametros en calidad de Helados*. Recuperado el Agosto de 2018, de <https://www.researchgate.net/publication/281939654>
- Alonso, G., & Rodríguez, J. (1 de Mayo de 2014). Helado para perros postre para mascotas: Desarrollado bajo los parametros actuales de nutricion y palatabilidad canina. 15-16. Bogota.
- Anonimo. (junio de 2017). *Registro General De Productos Para La Alimentación Animal*. Recuperado el Agosto de 2018, de <http://files.sld.cu/med-veterinaria/files/2009/06/guia-de-registro-de-productos-para-alimentacion-animal.pdf>
- Europea, C. (2013). *Trade ec Europa*. Obtenido de Trade ec Europa: http://ec.europa.eu/food/safety/animal-feed_en
- Hand, M., Thatcher, C., Remillard, R., & Roudebush, P. (2015). Nutrición clínica en pequeños animales. *Nutrición clínica en pequeños animales: un*. Buenos Aires, Argentina.
- M, A. (10 de Julio de 2012). En Medellín fabrican helados para perros. *En Medellín fabrican helados para perros*. Bogota.
- Perez Sanchez, S., & Piña Cano, M. (2015). Productividad e inversión extranjera: La industria de alimentos. Texcoco de Mora, Mexico.
- Commision, E. (junio de 2015). *Ec.Europa EU*. Recuperado el agosto de 2018, de https://ec.europa.eu/food/safety/general_food_law_en
- Martinez, J. C., & Perego, L. H. (2000). *Competitividad y Clusters Productivos*.

PINTOR, M. Y TOTOSAUS, A. Propiedades funcionales de sistemas lácteos congelados y su relación con la textura del helado: Una revisión. *Bioteología y ciencias agropecuarias*, 2013, vol. 25, no. 1, p. 56-61.

Romero, C. F. (17 de 02 de 2015). <http://www.dinero.com/empresas/articulo/mercado-comida-para-perros-colombia/205854>. Obtenido de Dinero:
<http://www.dinero.com/empresas/articulo/mercado-comida-para-perros-colombia/205854>

J.S Ramirez Navas, C. R. (11 de SEPTIEMBRE de 2015). *PARÁMETROS DE CALIDAD EN HELADOS*. Recuperado el AGOSTO de 2018, de
https://www.researchgate.net/publication/281939654_Parametros_de_calidad_en_helados_Quality_Parameters_of_Ice_Cream

Totosaus, P. (2013). *Parametros en calidad de Helados*. Recuperado el Agosto de 2018, de
<https://www.researchgate.net/publication/281939654>

Anonimo. (13 de Enero de 2017). *RED CAME*. Obtenido de
<http://redcame.org.ar/comex/factores.php3#top>

Colombiatrade. (Septiembre de 2016). Obtenido de
<http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/Perfil%20Alemania.pdf>

J.S Ramirez Navas, C. R. (11 de SEPTIEMBRE de 2015). *PARÁMETROS DE CALIDAD EN HELADOS*. Recuperado el AGOSTO de 2018, de
https://www.researchgate.net/publication/281939654_Parametros_de_calidad_en_helados_Quality_Parameters_of_Ice_Cream

Totosaur, P. y. (s.f.).

Totosaus, P. (2013). *Parametros en calidad de Helados*. Recuperado el Agosto de 2018, de
<https://www.researchgate.net/publication/281939654>