



**EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DEL PLAN
LOGÍSTICO INTERNACIONAL, SU IMPACTO
EN COSTOS Y GRADO DE SATISFACCIÓN DE
PANELITAS COPELIA**

MARÍA VICTORIA DÁVILA ÁLVAREZ

LAURA JIMÉNEZ MOLINA

MARISOL ZAPATA POSADA

Institución Universitaria ESUMER

Facultad de Estudios Internacionales Medellín,

Colombia

2016

**EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DEL PLAN LOGÍSTICO
INTERNACIONAL, SU IMPACTO EN COSTOS Y GRADO DE
SATISFACCIÓN DE PANELITAS COPELIA.**

MARÍA VICTORIA DÁVILA ÁLVAREZ

LAURA JIMÉNEZ MOLINA

MARISOL ZAPATA POSADA

Trabajo de investigación presentado para optar al título de:

NEGOCIADOR INTERNACIONAL

Director (a):

Andrés Felipe Hincapié Rodríguez

Administrador de Empresas – Especialista en Gerencia de Proyectos y Candidato a MG. en Mercadeo

Línea de Investigación: Desarrollo

Económico

Institución Universitaria ESUMER

Facultad de Estudios Internacionales Medellín,

Colombia

2016

Resumen

En el presente trabajo de grado, se identificó un problema en la distribución física internacional de la panelita Copelia, fabricada y distribuida por la compañía Alimentos Copelia S.A. En este se realizó un estudio, partiendo de una recopilación de información que nos permitió determinar factores de influencia negativa en el proceso de exportación del producto; en este orden de ideas se determinó una inadecuada planeación y ejecución de la logística de distribución, donde se analizó el tiempo entre los canales de distribución, arrojando que este es de larga duración, por lo cual se disminuye el tiempo de vida del producto, haciendo que este no esté en buenas condiciones al momento de ser entregado al consumidor final.

Para el desarrollo de la solución del problema se establecieron tres factores objeto de estudio, costo y manipulación, tiempos y conservación del producto, y las variables que inciden en la distribución física internacional; esto con el fin de determinar estrategias que nos ayuden a realizar una eficiente planeación del proceso logístico que permita entregar el producto terminado en el tiempo propuesto y en óptimas condiciones; cumpliendo con la promesa de valor del consumidor final; todo esto de la mano de la excelente estructura en sus procesos administrativos financiero, comerciales, de calidad y de producción con los cuales cuenta la empresa Alimentos Copelia S.A.

Palabras clave:

- Costos ○ Inflación ○
- Logística ○ Conservación
- Distribución ○
- Inadecuada Planeación

Abstract

In this paper grade, a problem was identified in the international physical distribution of Copelia panelita, manufactured and distributed by the company Food Copelia S.A. This study was performed, based on a compilation of information that allowed us to determine factors negative influence on the process of exporting the product; in this vein inadequate planning and execution of distribution logistics, where time between the distribution channels analyzed, throwing that this is long lasting, so the lifetime of the product is reduced is determined by this is not in good condition when it is delivered to the final consumer.

For the development of the solution of the problem under study three factors, cost and handling times and preservation of the product, and the variables that affect the international physical distribution were established; this in order to determine strategies to help us make efficient logistical planning process that allows to deliver the finished product in the proposed time and in good condition; fulfilling the promise of value of the final consumer; all this in the hands of the excellent structure in its financial, commercial, production quality and administrative processes with which the company has Copelia Foods S.A.

Keywords:

- Costs ○ Inflation ○
- Logistics ○
- Conservation ○
- Distribution ○
- Inadequate planning

Contenido

MAR VICTORIA DÁVILA ÁLVAREZ.....	1
1. Formulación del Proyecto.....	3
1.1 Antecedentes	3
1.1.1 Estado del Arte.....	10
1.2 Planteamiento del problema.....	12
1.3 Justificación.....	15
1.4 Objetivos.....	16
1.4.1 <i>Objetivo general</i>	16
1.4.2 <i>Objetivos específicos</i>	16
1.4.3 Marco metodológico	17
1.4.4 <i>Método</i>	23
1.4.5 <i>Metodología</i>	24
1.5 Alcances	26
2. Ejecución del Proyecto	27
3. Hallazgos.....	54
4. Conclusiones y recomendaciones	55
4.1 Conclusiones	55
Recomendaciones.....	57
5. Referencias	59

Lista de Figuras

	<u>Pág.</u>
FIGURA 1: Ferias	
9 FIGURA 2 Árbol planteamiento del problema FUENTE: Construcción propia	
¡Error! Marcador no definido.	
FIGURA 3 Foto presentación de la panelita Copelia FUENTE: Construcción propia	
28	
FIGURA 4 Medidas pallets	
30	
FIGURA 5 Medidas Contenedor de 20 pies.	
31	
FIGURA 6 Presentacion Copelia, cajas	
35	
FIGURA 7 Presentacion Copelia, tarros	
36	
FIGURA 8 Cadena de frio y abastecimiento	
37	
FIGURA 9 Control de temperatura de contenedor para conservación	
38	
FIGURA 10 Cámara frigorífica	
40	
FIGURA 11 Mapa de procesos	
44	
FIGURA 12 Diagrama de flujo FUENTE: Construcción propia.....	
45 FIGURA 13 Evolución	
TRM.....	47 FIGURA 14
Volatilidad del dólar.....	¡Error! Marcador no definido.
FIGURA 15 Oportunidades para Colombia en USA	
50	

Lista de Tablas

	<u>Pág.</u>
TABLA 1. Participación de las exportaciones hacia países con acuerdo vigente 2014-2015	7
TABLA 2. Matriz de involucrados	13
TABLA 3 Medidas Contenedor de 20 pies.....	31
Tabla 4 Cantidad Panelitas	31
.....	31
TABLA 5 Volatilidad del dólar	¡Error! Marcador no definido.
TABLA 6 Exportaciones de Colombia	49
TABLA 7 Análisis sector, índice de producción.	51
TABLA 8 Análisis subsector, índice de producción.	52
TABLA 9 MATRIZ DOFA: FUENTE: Construcción propia	54

Lista de símbolos

€. Indica el símbolo de la moneda Euro

% Cálculo de un porcentaje \$

Signo para denotar pesos colombianos °C

Grado Celsius

Lista de abreviaturas

Gr: Gramos.

Kls: kilos.

Ton: Toneladas.

Cm: Centímetros.

Us\$: Dólar americano.

Tlc: Tratado de libre comercio.

CAN: Comunidad andina de naciones. **S.A:**

Sociedad anónima.

NTC: Norma técnica colombiana.

ICONTEC: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación.

DOFA: Debilidades, oportunidades, fortalezas, amenazas.

DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

EFTA: Asociación Europea de Libre Comercio

Referencias bibliográficas

Introducción

El presente trabajo de grado surge como un proyecto académico dentro del marco de los negocios internacionales, el objetivo de este es identificar una problemática de la empresa Alimentos Copelia S.A. En el transcurso de este trabajo se verá evidenciada información relevante que nos ayudará con la solución del problema que se desee plantear.

Para la ejecución del problema identificado; la mala distribución física internacional para la exportación de su producto estrella, en este proyecto fue necesario fijar tres factores objeto de estudio; costo y manipulación, tiempos y conservación del producto, y las variables que inciden en la distribución física internacional, esto con el fin de determinar estrategias que ayuden a la solución; eficiente planeación del proceso logístico el cual permita entregar el producto terminado en el tiempo propuesto y en óptimas condiciones, cumpliendo con la promesa de valor del consumidor final; todo esto de la mano de la excelente estructura en sus procesos administrativos financiero, comerciales, de calidad y de producción con los cuales cuenta la empresa Alimentos Copelia S.A.

En síntesis, lo que se quiere con este proyecto es identificar por medio de un exhaustivo análisis la manera más eficaz de realizar un plan de acción que permita que la compañía sea más competitiva al poder cumplir a cabalidad con el proceso de distribución física internacional a la hora de exportar el producto (Panelita Copelia).

Referencias bibliográficas

1. Formulación del Proyecto

1.1 Antecedentes

Para contextualizar el tema planteado es importante adjuntar la historia de la creación de la compañía, donde paso a paso se dará a conocer todo su proceso.

En 1983, en la América (En Medellín - Colombia), existía una cafetería, que estaba en venta, en ese momento dos estudiantes de universidades publicas buscaban la manera de pagar su estudio, por lo que vieron en esta cafetería un gran potencial así que la compraron y le dieron por nombre Copelia.

Para ser atendida los universitarios se dividieron el horario de esta forma uno trabajaba en la mañana y el otro en la tarde comprometiéndose también con su buen rendimiento en el estudio.

A los meses que están laborando en la cafetería se notó que el producto que más presentaba rotación eran las panelitas tomando así la decisión de vender únicamente estas, al ver su nivel de venta las empezaron a ofrecer con otras cafeterías y tiendas.

En 1984 llego un hermano de los jóvenes que residía en Estados Unidos, probando y analizando la cantidad de trabajo que generaba las panelitas se decidió hacer nacer la empresa de ALIMENTOS COPELIA S.A el 10 de julio de ese mismo año.

Con la unión de los tres hermanos el trabajo fue tornándose más equilibrado pues sus funciones estaban más envueltas en lo que cada uno estudiaba, tareas divididas en ventas, producción y administración del negocio. Dado en el año 1985.

Al poco tiempo con la dedicación de estos jóvenes se dieron resultados positivos para la empresa y familia, las ventas estaban en continuo aumento y el producto ya estaba siendo reconocido en grandes tiendas, almacenes, supermercados de la ciudad.

Dos años más tarde con el incremento en la demanda del producto se fue presentando problemas con las herramientas básicas en la preparación del producto, por ejemplo, la licuadora y el rallador utilizado para el coco se dañaban con más facilidad al alto uso de estos, pero los tres hermanos conocidos como "locos y genios" decidieron diseñar su propia maquinaria para la elaboración y proceso de las panelitas. En la actualidad las maquinas que se inventaron es la misma con gran rendimiento en calidad y tiempo.

En el año 1986 se abrió mercado en Bogotá, Cali, Bucaramanga, Cartagena Y Manizales.

Años más tarde se piensa en la estandarización del producto, haciendo de este una necesidad y para ello entran en comunicación con compañías de automatización de la esta clase de productos pero dichas empresa se niegan a dar ayuda por las condiciones en que el producto es realizado, pero aun así dos jóvenes extras no pertenecientes a esas compañías se midieron al reto.

Por la falta de recursos realizan un proyecto mostrando la fabricación de la maquina requerida y así presentase ante algunas entidades bancarias para el préstamo de algún dinero.

El proceso de realización del proyecto se dio entre los años 90 y 91 pero al momento de hacer pruebas en la empresa Copelia no cumplió con lo estándares requeridos en calidad.

Finalmente, en 1994 se logra descubrir dónde está la falla de la maquina haciendo de su proceso el adecuado.

En el mismo tiempo de este proyecto se viene desarrollando la idea de empaquetar la panelita de forma individual, la máquina para este proceso la poseían las empresas más grandes y eran demasiado costosas por lo cual Copelia decidió solo hacer este desarrollo a nivel nacional. Aun así contando con varias dificultades la maquina logro ser obtenida en 1994.

Esta fue la primera Flowpack desarrollada en Colombia. Máquina que actualmente es exportada desde Colombia a diferentes países del mundo.

A finales de 1993 la empresa incluyó un producto, añadiendo el arequipe gracias a las sugerencias que empresas a las que se les había dado a probar el dicho producto, la empresa Nabisco.

Actualmente Copelia produce panelitas de arequipe y coco, cocadas, arequipe y leche condensada.

En 1996 la empresa hace su primera exportación directa a Venezuela, este fue el punto donde se entró a discutir la incursión en nuevos mercados internacionales, capacitando a todo su personal y adquiriendo nuevo.

En 1997 la empresa líder en el mercado de los dulces La Nacional de Chocolates busca a Copelia para desarrollar leche condensada, para hacer nueva línea de productos y de esta manera la empresa copelia entra a un nuevo negocio y gracias a esto los procesos de gestión de calidad alcanza metas ya establecidas años atrás.

En 1999 y 2000 se logra instalar una distribuidora en Florida. La empresa Copelia es la primera en lanzar al mercado leche condensando en presentación doypack.

Este producto cambio completamente la base de consumo de la leche condensada en Colombia.

Actualmente la empresa tiene mercado abierto en países como Estados Unidos y Venezuela ya mencionados anteriormente además de Costa Rica, Guatemala, Canadá, Republica Dominicana y Perú la meta es llegar a más Países, para esto se está desarrollando una estrategia que permita tener una excelente distribución física internacional, basada en los tiempos de entrega y los costos. El éxito de la empresa radica en haber mantenido la calidad e industrializado un producto que sólo se fabricaba artesanalmente sin que perdiera su esencia.

A continuación, entraremos a analizar temas de suma importancia que se dieron durante el crecimiento de la compañía y que así mismo ayudaron a la continuidad de la misma.

En medio de la desaceleración económica en el comercio exterior colombiano de alimentos y aun así busca mantenerse y no perder el terreno ganado que ha desde hace algunos años con el ampliamente de sus alianzas internacionales.

Colombia en los últimos años ha firmado varios tratados de libre comercio donde la política y economía colombiana están enfocados en lograr un mayor crecimiento y desarrollo mediante una relación preferencial y permanente con un actor fundamental en la economía mundial, con el fin de generar nuevas oportunidades de empleo, mejorar la calidad de vida de la población, aumentar su bienestar y contribuir al desarrollo del país.

- Acuerdos comerciales vigentes en los últimos años:

CAN

Venezuela

México

Mercosur

Chile

Triángulo Norte

Canadá

EFTA

Unión Europea

Estados Unidos

- Acuerdos Comerciales Suscritos 2015:

Panamá

Alianza Pacífico

Israel

Corea del Sur

Costa Rica

TABLA 1. Participación de las exportaciones hacia países con acuerdo vigente 2014-2015

Acuerdo	2014		2015		Variación %
	US\$ Mill	Part. %	US\$ Mill	Part. %	
Estados Unidos	14.200	41,5%	9.853	41,1%	-30,6%
Unión Europea	9.406	27,5%	6.008	25,1%	-36,1%
CAN	3.210	9,4%	2.730	11,4%	-15,0%
Mercosur	1.863	5,4%	1.393	5,8%	-25,2%
Venezuela	1.987	5,8%	1.060	4,4%	-46,6%
México	914	2,7%	914	3,8%	0,0%
Chile	989	2,9%	737	3,1%	-25,5%
EFTA	542	1,6%	460	1,9%	-15,0%
Canadá	665	1,9%	417	1,7%	-37,3%
Triángulo Norte	449	1,3%	382	1,6%	-14,9%
Total Exp. hacia países con Acuerdo	100,0%	34.225	100,0%	23.954	-30,0%

Fuente: DANE.- DIAN. Cálculos OEE - MinCIT

En 2015, las exportaciones hacia países con acuerdo comercial continuaron siendo lideradas por Estados Unidos, Unión Europea y la CAN, hacia donde se dirigieron el 77,6% del total esas exportaciones.

Antecedentes del país:

Según cálculos de Proexportes, es importante destacar que los países que tienen mayor participación en las exportaciones de alimentos procesos a distancia corta; es Venezuela, aunque en la actualidad con los problemas que enfrenta a nivel político nos hemos visto afectados, pero siempre se han tomado como cliente potencial. Seguido de Estados Unidos que tiene una alta participación en el mercado y en el desarrollo colombiano.

Contando otros países vecinos como Perú, Chile y Brasil se encuentran que estoy llevan más productos alimenticios y bebidas colombianas, al igual que a países de Centroamérica, como Panamá, Guatemala y Costa Rica.

También encontramos grandes cantidades en materia exportaciones a países como Alemania, Bélgica y Reino Unido puesto que entrar en el mercado Europeo no es tarea fácil nos brinda amplias posibilidades al ingreso de alimentos.

Es destacable que ningún país asiático aparece en los primeros lugares, mostrando grandes oportunidades para exportar por ahora se tiene como estrategias entrar a ese mercado primero como proveedores de insumos y después de alimentos con proceso.

Como es lógico para el mercado colombiano los registros muestran que las principales exportaciones están ocupadas por el café y el banano, pero ahora con la ampliación y las oportunidades dadas a los empresarios colombianos se da a conocer en mercados internacionales portafolio de alimentos como confites, chocolates y galletas, mostrando además empresas que cuentan con tecnología de punta que les da la capacidad de innovar y desarrollar productos que se destaquen generando impacto y liderazgo en los consumidores extranjeros.

El país tiene como objetivo un desarrollo sostenible donde todos los sectores económicos puedan sacar grandes tajadas de participación en los diferentes mercados, para esto muestra al mundo, es decir a los demás países el compromiso, la calidad e innovación con que trabajan las empresas.

En nuestro caso que es la comercialización de panelitas, alimentos procesados pertenecientes al sector de snacks, harinería, molinería o confitería ofrece oportunidades que cuentan con condiciones en producción de bienes de talla internacional, materias primas nacionales, productos donde se muestra una cultura una tradición que quiere llegar a ser conocida y reconocida,

Para este sector de alimentos procesados se puede pensar en entrar al mercado de Guatemala y Honduras, realizando previas investigaciones denotan que en el año 2014 estos países realizaron importaciones de estos productos de US\$ 160 millones hasta cifras de US\$ 251 millones; si se analiza la entrada a mercados asiáticos encontramos a países como China, Japón e India con importaciones de US\$ 91 millones hasta US\$ 650 millones.

En temas donde se evaluó los pasos dados por el país para el desarrollo, crecimiento o fortalecimiento logísticos podemos mencionar que se está haciendo parte de reuniones,

congresos y múltiples alianzas con diferentes modos de transporte, una de las reuniones más reciente fue realizada el 22- 23 de octubre de 2015, EXPO LA BARRA, reunión dada la presentación de alimentos, hostelería, restaurante, catering en Bogotá; 15-18 de octubre de 2015- Maridaje presentando alimentos, bebidas, delicatessen, pastelería, quesos, restaurantes realizada en Medellín y mencionando algunas de las importantes a la que se asistirá esta la Feria ALIMENTEC Bogotá Colombia 2016, entre el 8 y 11 de junio , Alimentec y Anuga se unen para realizar ALIMENTEC 2016, evento que reunirá lo más representativo de la industria nacional e internacional en materia de la industria de Alimentos, bebidas y servicios afines; entre otras como:



FIGURA 1: Ferias

FUENTE: Portalferias.com

El 27 – 28 de mayo de 2015, 17º Reunión Latinoamericana de Logística, es la única reunión en la región especializada en la logística, la reunión es un ámbito inigualable para la actualización sobre mejoras de procesos, tecnologías y tendencias, oportunidades, intercambio de bestpractices, y nuevos desafíos y soluciones.

Añadiendo a estos desarrollos logísticos la gran variedad de eventos que ofrece entidades del Estado, Procolombia para el crecimiento de las empresas contado para ello con.

- Colombia participa en la feria de alimentos más importantes de Medio oriente y África.

- Inversiones de china en maquinaria y tecnología.
- Viajes de familiarización con 167 mayoristas de 27 países recorrerán 13 departamentos.
- Evento de Corferias con la participación de más de 800 empresarios.

Centrándonos en puntos fundamentales donde Colombia genera y fortalece el progreso de las exportaciones e importaciones es de suma importancia mencionar los puertos marítimos – incluidos operadores portuarios y sociedades portuarias del sector público y privado– movieron en total 153 millones de toneladas de carga, registrando un aumento del 1,3% frente al 2011, según cifras del DANE

Para nuestra incursión en mercados extranjeros se ha encontrado buenas noticias, Buenaventura ahora nos abre las puertas a mercados asiático destacado por poseer las principales rutas que atraviesan el mundo generando para el mercado colombiano grandes oportunidades con tratados de libre comercio ejecutados actualmente, este puerto contempla inversiones por 450 millones de dólares, de los cuales 175 millones serán destinados a equipos, 215 millones en infraestructura y 60 millones de dólares en logística.

1.1.1 Estado del Arte

El producto estrella de la empresa alimentos copelia son las panelitas, sobre el cual está enfocado nuestro trabajo.

2010 - 2015

- *“Alimentos Copelia lanza al mercado la Conchita rellena de Arequipe. Lanzamiento al mercado de la Línea caserita, línea que nos acercó a la población colombiana con un producto diferenciado, económico y de fácil acceso. Lanzamiento al mercado del Dulce de Leche con Coco, una versión cuchareable de la Tradicional Panelita de Arequipe y Coco Copelia. Y aunque este lanzamiento solo se hizo a nivel nacional, la empresa en años anteriores como se menciona en los antecedentes hace una gran inversión en el año 2000 creando su propia distribuidora en Estados Unidos.”*

(Copelia, 2016)

- Colombia firma varios tratados de libre comercio, entre ellos el TLC con Canadá, Estados Unidos, Costa Rica que son de los mayores mercados de Alimentos Copelia, pero a su vez también firmo TLC con Chile, México, Corea del Sur, la Unión Europea entre otros, para de esta manera incentivar la exportación de productos colombianos y así aumentar las exportaciones. Para alimentos copelia, claro está el tratado de libre comercio que más los beneficia es el de Estados Unidos que se suscribió en el años 2006, cinco años después es aprobado por el congreso de los Estados Unidos. En el acuerdo se hablaron diversos temas como los criterios de origen para de esta manera, el arancel que debe de pagar las panelitas copelias para ingresar al mercado norteamericano es del 6.4 %, producto que se beneficia del tratado de libre comercio.

(Comercio, 2016, pág. Princ.), (Schedule, 2016)

- De igual forma Colombia busca incentivar las inversiones en el país, para incrementar el comercio, y uno de sus proyectos está enfocado a la infraestructura vial con las vías 4G, (también conocidas como carreteras de cuarta generación) el objetivo principal es disminuir costos y tiempos el proceso logístico por medio de nuevas carretera, túneles, puentes y dobles calzadas; con una inversión estimada de \$47 billones de pesos (cerca de \$18000 millones de dólares) un proyecto que se viene pensando desde el 2013. Proyecto que entre sus beneficios se prevé un crecimiento del 1.5% del PIB durante los años de construcción, una disminución del 1% en la tasa del desempleo, la disminución en tiempo será de un 30% y en costos de un 20%, entre las obras la principal es la circunvalar de la prosperidad que conecta a Cartagena y Barranquilla.

(Enciclopedia, 2016)

1.2 Planteamiento del problema

Situación problema o diagnóstico

La empresa Alimentos Copelia S.A, ubicada en el municipio de Medellín-Antioquia, se encuentra en este momento (Diciembre de 2014) haciendo presencia en mercados internacionales en países como Costa Rica, Estados Unidos y República Dominicana; exportando Panelitas, (Producto estrella) cajetas de arequipe y coco, Arequipe, leche condensada, entre otros productos que se encuentran en el portafolio. En el proceso de la exportación de los productos de la compañía, se evidencia una inadecuada planeación y ejecución de la distribución física internacional, donde se analiza, el tiempo entre los canales de distribución, el cual es de larga duración, lo que disminuye el tiempo de vida del producto, haciendo que este no esté en buenas condiciones al momento de ser entregado al consumidor final. De esta manera, se causan impactos negativos, donde se reflejan pérdidas significativas que afectan el desarrollo económico de la compañía, por eso es necesario realizar una estrategia que permita ejecutar el montaje de toda la cadena de distribución física internacional especializada (Logística), para poder entregar el producto al consumidor en un tiempo estimado de 6 meses antes de su vencimiento y en buenas condiciones.

Para el proceso se estableció una herramienta metodológica, que se denomina matriz de involucrados; instrumento del marco lógico que nos permite identificar intereses individuales, interés en común, problemas individuales y problemas en común, que presentan los diferentes grupo involucrados.

TABLA 2. Matriz de involucrados

Grupos de Interés	Intereses individuales	¿Cuales es el interes comun?	Problemas Percibidos	Problemas en Común	Recursos
Importadores y Exportadores	Disminución en los tiempos de entrega		Menor competitividad mercados internacionales		Agencias de carga
	Mejora en la cadena de distribución		Se retrasa la operación documentalente		agencias de aduana
	aprovechamiento de acuerdos comerciales y tratados de libre comercio		Falta de analisis de la oferta de agencias de carga y aduanas		Proexport
	conocer los costos de la distribución		Altos costos en los trámites aduaneros y logísticos, que conllevan a la operación		La Dian
			Retraso en los tiempos de tránsito y entrega		
Estado	Incremento de importaciones y exportaciones	Identificar elementos que permitan el fortalecimiento de la logística y distribución internacional de la panelita copella para ser más competitivos	Altos costos del transporte local e internacional	La inadecuada planeación y ejecución de la distribución física internacional para la exportación de sus productos	
	Incremento del PIB		Mala planeación de tiempos de transito		
	Generación de empleo		No se empiezan a planear la ejecución de la exportación, a partir de la aprobación de la cotización		
	Promover comercio internacional		No cumplimiento de las obligaciones tributarias		Banco de la Republica
	atracción de inversión extranjera		Desempleo		Ministerio de Comercio Industria y Turismo
			Aumento de costos para el estado lo que lleva a una menor inversión social		Superintendencia de Sociedades
Gremios	Fortalecimiento a nivel sectorial		Disminución de la inversión extranjera		Proexport
	capacidad de generar gestiones de representatividad a nivel sectorial frente a estamentos gubernamentales		Pais menos competitivo		
	Desarrollo de modelos de asociatividad		Riesgo cambiario		
Instituciones Educativas	promover programa de fortalecimiento de clientes y proveedores que permita convertirse en Altex		Volatilidad en los mercados		
	Desarrollar modelo de información de acuerdo a la necesidad de los grupo de investigación		Normatividad más rigurosa		
	Obtener descuentos comerciales		Desintegración de las empresas que conforman los gremios		Fenalto
Sector Financiero	procesos de actualización permanente		Perdida de competitividad a nivel sectorial		Camara de comercio
	Más operaciones internacionales cambiantes		Disminución de encadenamiento comercial		Proexport
	Desarrollo de nuevos portafolios y servicios		Profesionales menos competitivos		Ministerio y Secretarías de Educación
	Incremento de rentabilidad mediante el aumento de transacciones internacional		Perdida de credibilidad		
			Aumento de la cartera		Banco de la Republica
			Disminución de rentabilidad		Proexport

(Jimenez, 2016)

Por otro lado, para entrar a analizar más a fondo el tema tratado en la investigación, se realizó un árbol de problemas: herramienta por medio de la cual se logró identificar las causas y los efectos que se dieron a partir del problema presente en los grupos de interés de este proyecto.

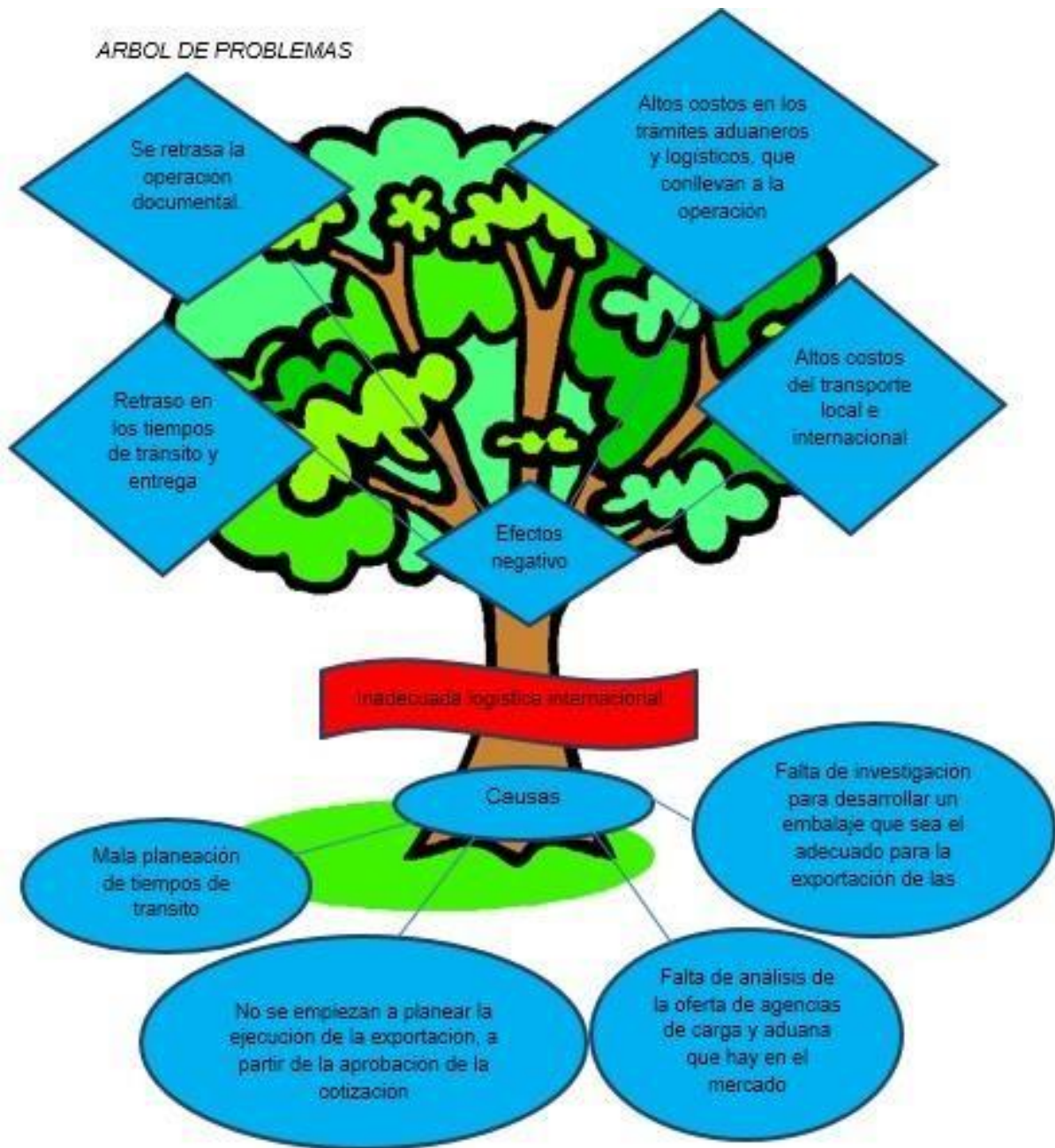


FIGURA 2: Árbol planteamiento del problema.

(Copelia I. A., 2016)

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, se formulan las siguientes preguntas, las cuales se irán resolviendo durante el desarrollo de esta investigación y que enmarcarán los objetivos del objeto de estudio:

- Si Alimentos Copelia tuviera una estrategia para la planeación de los tiempos de tránsito, ¿Se tendría un control en la medición de los tiempos de entrega, en los que se conservaría el tiempo de vida del producto?
- Si se empezara a planear la ejecución de la exportación a partir de la aprobación de la cotización ¿Sería más eficiente el proceso de la logística (Tiempos de tránsito y entrega) para la exportación de los productos?
- Al estudiar y analizar las ofertas de las agencias de carga y aduanas que existen en el comercio, ¿Se podría determinar una eficiente labor en la cadena de distribución?
- Si alimentos Copelia hubiese realizado una previa investigación para el desarrollo de un embalaje que permitiera una adecuada exportación de la Panelita, ¿Estuviesen presentando las dificultades en su distribución física internacional actualmente?

1.3 Justificación

Justificación Teórica

Este proyecto se da teniendo en cuenta las variables negativas identificadas en el desarrollo de un análisis realizado por la empresa a los canales de distribución, en el cual se identificó la inadecuada logística internacional que tiene la compañía, lo cual es bastante preocupante y a la vez un reto sumamente importante pues de esto depende en gran parte el aumento de las ventas en el exterior. De acuerdo a lo anterior la empresa se ha centrado en plantear una estrategia que les permita identificar las posibles soluciones, guiados por datos muy puntuales como la calidad

del producto y su vida útil, singulares características que para el consumidor final son bastante importantes a la hora de consumir el producto.

Justificación Social

Este proyecto surge como respuesta a una problemática encontrada en la empresa Alimentos Copelia, por la inadecuada logística internacional que se ha venido evidenciando en los tiempos de entrega, haciendo que el producto llegue al país de destino con una vida útil mucho más baja a la registrada en su empaque; lo anterior ya no haría el producto tan comercial, debido a la calidad que este presenta por el deterioro, significando una importante pérdida para el cliente, pues este no podría vender la panelita Copelia al consumidor final, al igual que la empresa en cuanto al reconcomiendo y perdida sus cliente. Por otro lado, es importante mencionar que la solución al problema que presenta la compañía, traerá consigo beneficios en cuando a la competitividad y reconocimiento del producto en el mercado, lo cual generaría al cliente y a la empresa un incremento en sus ventas.

Justificación Personal

Este es un proyecto que nos enfoca a un crecimiento en cuanto a conceptos y desarrollo con un perfil profesional más amplio, en la medida en que logramos pasar de la teoría a la práctica real, permitiéndonos enfocar nuestras ideas a la solución de una problemática.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Desarrollar un plan de logística internacional para las exportaciones aéreas y marítimas, que permitan cumplir con las finalidades de la logística; reducir costos integrales al mínimo, entrega conforme a las expectativas del cliente y reducir el uso del capital al mínimo.

1.4.2 Objetivos específicos

- Consultar los costos actuales de la distribución física internacional, aérea y marítima para la exportación de los productos.

- Conocer los tiempos de conservación del producto para determinar estrategias, que permitan una eficiente planeación del proceso logístico, con el fin de cumplir con la promesa de valor del cliente final.
- Determinar y analizar las variables que inciden en la distribución física internacional, para mejorarla competitividad de la empresa.

1.4.3 Marco metodológico

En Colombia se han firmado tratados de libre comercio uno de ellos y de los mas importantes es el actual que se tiene con EEUU a través de una plataforma que permite a los empresarios tener un desarrollo empresarial que permite impulsar el comercio exterior y la competitividad del país.

El tratado de libre comercio entre Colombia con Estados Unidos, México y con todos los países de América del Sur (excepto las Guayanas) además de los cuatro tratados suscritos por el país os cuales son los siguientes:

La importancia de firmar tratados de libre comercio genera un medio eficiente para proveer un entorno estable y sin barreras para el comercio y la inversión y de esta forma garantizar el acceso

de los productos y servicios del país a los mercados externos. Al ser aprovechado por los empresarios nacionales, permite que la economía del país crezca, aumente la comercialización de productos nacionales, se genere más empleo, se modernice el aparato productivo, mejore el bienestar de la población y, adicionalmente, se promueva la creación de nuevas empresas por parte de inversionistas nacionales y extranjeros.

En la actualidad, la mayoría de países del mundo están celebrando tratados de libre comercio, abriendo sus puertas al mercado mundial y, por esta vía, logrando mejorar las condiciones para vender sus productos y servicios a las demás naciones. Si algún país no quiere hacerlo, simplemente pierde comparativamente las ventajas que se ofrecen entre los países que sí lo hacen.

Por sí sólo, un tratado de libre comercio no es suficiente para generar desarrollo. A pesar de sus aspectos positivos, también se requiere la voluntad de los países para implementar políticas que permitan dar seguridad y estabilidad a la economía y reducir las diferencias económicas y sociales internas. Es por lo tanto necesario trabajar para modernizar las instituciones públicas, disminuir la inseguridad, mejorar las vías, los puertos, los servicios públicos, las telecomunicaciones, y enfrentar problemas como la corrupción y las fallas en la justicia, entre otros factores.

Los países frecuentemente usan un amplio abanico de mecanismos para obstaculizar el comercio de terceros países, incluyendo las licencias previas, las cuotas o contingentes arancelarios, las barreras técnicas, las barreras sanitarias y fitosanitarias, las salvaguardias, entre otras.

Uno de los objetivos de los tratados de libre comercio es precisamente reglamentar todos estos mecanismos, con el fin de hacerlos transparentes y predecibles, en lugar de arbitrarios y discriminatorios.

Política de competencia: Al desmontarse las barreras a la entrada es posible que aumenten los incentivos para que haya una repartición de los mercados de una manera artificial, o que se apliquen por otros medios prácticas anticompetitivas de alcance internacional, y que la inexistencia de fórmulas entre estados que permitan investigar y sancionar las prácticas anticompetitivas que tengan efectos en el área de libre comercio, propicie una anulación o

menoscabo de los beneficios derivados de ese comercio libre. Por eso, en un ámbito como el de las áreas de libre comercio el objetivo principal de las normas sobre competencia es evitar que los beneficios de la liberalización comercial resulten menoscabados por efecto de prácticas restrictivas, pudiéndose así salvaguardar un entorno competitivo. Para el caso, las normas nacionales no son la solución apropiada en todos los casos, fundamentalmente por razones jurisdiccionales de la aplicación de la ley, razón por la cual en los Tratados es necesario contar con mecanismos para prohibir y/o contrarrestar prácticas anticompetitivas que afecten el comercio de bienes y servicios entre las partes por parte de empresas que disponen de poder de mercado.

Se evidencia que al inicio del Siglo XXI, las Pymes, enfrentan nuevos desafíos, ya que la calidad, la rapidez y la agilidad de su trabajo serán atributos no suficientes para competir con éxito. Por lo tanto, es necesario desarrollar nuevas competencias, desaprendiendo ciertas cosas y aprendiendo otras. El argumento amerita que se cuente con un discurso en donde las posturas realmente cambien las concepciones predominantes y permitan al nuevo gerente, ser adaptativo, con altísima capacidad de respuesta y en condiciones intelectuales para pensar más allá de lo imaginable (Ludovic,1995).

Resulta claro que el seguir anclado en viejos paradigmas llevará a paralizar la capacidad de pensar, actuar, de aprender las nuevas experiencias, lo cual obstaculiza aportar cambios fundamentales en las áreas de innovación, intuición o inspiración. La presencia de la Pyme en la composición del tejido industrial es prominente a escala Mundial. Esto se evidencia con el apoyo de las cifras presentadas por Díaz D (2001), en Europa, las Pymes constituyen el 77% de las empresas; en Alemania, 99% de las empresas. En 1993, en la actual Unión Europea, UE, (antes Comunidad Económica Europea) existían 17 millones de Pymes; En Estados Unidos de América (EUA), las Pymes forman el 95% de las empresas. En cuanto a Asia, Japón, se componen del 99% de las empresas. Respecto a la América Latina, las Pymes son en un 99% en México, en Argentina corresponden al 26.8 y las Mi pymes un 71.7%, así mismo, en Colombia son el 56.2% y las Mi pymes 30.9%, según datos suministrados por la División de Desarrollo Productivo y Empresarial de la CEPAL, sobre las cifras oficiales de cada país (CEPAL, 2002). De esta manera queda demostrada la alta representatividad de las Pymes en la economía de las Naciones, lo cual se traduce en una relevancia social y económica, contribuyendo estas empresas a la economía del

país, por ser sectores decisivos que generan altos grados de ocupación de la fuerza laboral; igualmente, como aportante de exportaciones, inversiones y también por su incidencia en el Producto Interno Bruto por persona. (PIB/p).

A juicio de López (2009), la globalización es una realidad en marcha, y las consecuencias de este proceso afectan la competitividad de los negocios, entonces la necesidad de innovación y la adaptación de las empresas a los cambios que se producen en su entorno son temas de interés y actualidad. La actitud de las organizaciones ante la tecnología y su generación, selección, adquisición y utilización es lo que se conoce como actividades de I+D " que proporcionan ventajas competitivas a las empresas con la generación interna de tecnologías de innovación. El desarrollo interno de I+D se muestra como la principal estrategia para la introducción de productos nuevos en el mercado. No se debe, pues, sobrevalorar la importancia de la adquisición externa de conocimiento y el diseño de las políticas de innovación debe estar orientado fundamentalmente al fortalecimiento de las capacidades internas y externas de las empresas.

Alan Lerner, (2007), asevera que, resulta posible afirmar que para las empresas ya posicionadas en el mercado, resulta difícil tener innovaciones, ya que se rigen por prestar mayor atención a las demandas de los clientes y hacer inversiones que generen alta rentabilidad. En las compañías ya establecidas el mercado y los valores definen cual es el impacto real en su negocio. Debido a que los recursos materiales son más flexibles y adaptables que los procesos o los valores, las pequeñas empresas tienden a responder mejor a los cambios contextuales que las grandes corporaciones. Por ello, resulta necesario entender y pensar sistemáticamente en términos de las capacidades de creación de valor que posee la organización, es decir, aquellas que residen en sus procesos, productos y valores a la hora de crear nuevos conocimientos.

Según, José Enebral Fernández (2002), en las empresas la innovación no apuntan sólo a nuevos productos o servicios; también a nuevos métodos y herramientas, nuevas maneras de gestionar sus recursos y capacidades, o nuevas formas de llegar a los clientes. No se trata de innovar por innovar, sino para mejorar el negocio; innovamos para aproximarnos a la visión o los objetivos estratégicos formulados como proyecto de empresa. En lo que se refiere al impulso de las ideas en pro de la innovación, hay que recordar que no se trata sólo de resolver original y

eficientemente los viejos o nuevos problemas; las empresas precisan también de la creatividad para alcanzar nuevas metas y explotar mejor sus ventajas

Competitivas. Las Mi pymes poseen un gran poder generador de empleos y a la vez emplean a la mano de obra más abundante, produciendo así un mejoramiento de los niveles de desempleo existentes en la población.

De este modo es como las Pymes forman un aporte a la industria ya que ayudan a los grandes productores a generar sus productos, en la mayoría de los casos, sobre todo aquellas dedicadas a la fabricación de un producto, ya sea intermedio o de consumo final, que orienta su negocio, por lo general, al mercado interno. Por lo tanto, también las pequeñas y medianas empresas deben adoptar tecnologías que soporten plenamente los objetivos de la empresa permitiendo reaccionar de forma rápida y flexible ante los acontecimientos externos, interviniendo en la organización: comercial, logística de producción, como en la toma de decisiones financieras. Uno de los grandes desafíos para la Pyme de carácter familiar, es lograr la independencia de su gestión respecto de la propiedad, desplazándola a un plano netamente técnico. En las industrias más pequeñas, este problema se encuentra incluso en las finanzas de la organización, que con dificultad son independientes de las finanzas familiares. En estos tiempos de permanentes transformaciones, producto de: El desarrollo de nuevas tecnologías, la globalización creciente en la economía, ritmo acelerado de la introducción de innovaciones, aparición de productos nuevos y competidores en los mercados, entre otros, es necesario para las empresas prepararse para esos cambios a través de la anticipación de los mismos. El desarrollo de nuevos productos contribuye de manera específica al reto de las pymes, en considerar la naturaleza global de sus mercados y la necesidad de hacer frente a la creciente competitividad existente. Frente a la incertidumbre provocada por las mutaciones y la complejidad de los sistemas, las empresas están llamadas a utilizar más que nunca la flexibilidad, concertación e imaginación, lo que permitirá anticiparse y salir de la crisis provocada como consecuencia de la inadecuación en las estructuras productivas a los cambios sufridos de manera permanente. Una perspectiva global y ordenada, ayuda a la gestión de la tecnología e innovación de la empresa, en los planos teórico como práctico, incidiendo especialmente en la situación de las empresas colombianas con relación a los diversos aspectos que deben considerarse para innovar de forma eficiente y continúa.

Las certificaciones se han convertido en una herramienta importante para las negociaciones en los mercados extranjeros, gracias al reconocimiento de los gobiernos para demostrar el cumplimiento de las normas que son de obligatorio cumplimiento en otros países.

Adicionalmente, la certificación de producto como la del Icontec se encuentra acreditada por el Organismo Nacional de Acreditación de Colombia (ONAC) en Colombia y por el Instituto Americano de Normas Nacionales de Estados Unidos (ANSI) en diversidad de sectores para certificación de productos.

La calidad de los productos se ha constituido en el atributo de mayor peso en la decisión de compra de los consumidores, factor que representa un valor agregado importante para los productos que ostentan el Sello de Calidad Icontec.

Ventajas y beneficios de Copelia con la exportación de sus productos al mercado americano.

- Brinda confianza a los clientes sobre los productos que adquieren.
- Permite abrir las puertas a nuevos mercados.
- Mejora continua de los procesos para lograr la rentabilidad de los productos.
- Refuerza las exportaciones, con el apoyo de los reconocimientos gubernamentales con varios países, y facilita el ingreso de productos certificados por Icontec.
- Facilita la comercialización de los productos en el sector gubernamental, que exige en sus compras la certificación del producto.

Los problemas que afronta el departamento de Antioquia lugar de ubicación de la sede industrial de Copelia, requiere que las vías a intervenir en dobles calzadas, construcción, pavimento, rehabilitación y mantenimiento periódico, sean significativas para mejorar el estado de la red vial en el departamento y posibilitar la conexión con los flujos nacionales e

Internacionales; los proyectos se ejecutarán de forma integral y bajo las condiciones ambientales que se requieran.

El problema se solucionaría por medio del Planes Estratégicos implementados por la

Gobernación de Antioquia, para el desarrollo de la infraestructura vial y transporte que permite superar el aislamiento de las zonas de producción a los centros urbanos de consumo al interior del departamento con los mercados nacionales e internacionales.

1.4.4 Método

El método que se utiliza para abordar el objeto de estudios será por medio de investigación, interpretación y noticias, que permita analizar el impacto de la infraestructura vial en el proceso de internacionalización para la inversión extranjera y su incidencia en la competitividad del Departamento de Antioquia.

Se realiza la investigación con base a la metodología de investigación exploratoria. A continuación se hace una introducción a la misma con el fin de que se conozca cómo se van a desarrollar los tipos de análisis propuestos anteriormente. Investigación Exploratoria La investigación exploratoria es considerada como el primer acercamiento científico a un problema. Se utiliza cuando éste aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado y las condiciones existentes no son aún determinantes, se decidió escoger este tipo de análisis por qué se justifica que la planeación estratégica y los indicadores de gestión como una técnica de control que permita la optimización de los procesos de apoyo a la cadena de valor de las empresas exportadoras en Colombia. Esta investigación, está orientada a la recolección, interpretación y análisis de información externa, la cual pueda ser utilizada para apoyar la toma de decisiones, así como sustentar los planes estratégicos desarrollados. Es con este fin que se recurre a la aplicación de investigaciones de mercados, análisis técnico y análisis organizacional.

Varela Rodrigo. Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la creación de empresas, Prentice Hall, 2001, (Capítulo 7, Página 169) Según la naturaleza de los objetivos en cuanto

Al nivel de conocimiento que se desea alcanzar acerca del impacto en la infraestructura vial para el transporte de mercancías en el departamento de Antioquia y su incidencia en el comercio internacional de la región, que permita la optimización de los procesos de apoyo a la cadena de valor de las empresas exportadoras en Colombia para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de desempeño y mejorar la comprensión del investigador.

Acerca de la necesidad de información Kinear (1.998) dice: *“El primer paso en el proceso de investigación es establecer cuál es la necesidad de información de una investigación. El proyecto de investigación debe suministrar cierta información, pertinente para la toma de decisiones.”* Tomando en consideración lo anterior, definir una situación específica al momento de aplicar el estudio, representa la base para su estructuración esto indagando profundamente en las diferentes áreas. En el caso de un a investigación exploratoria incluye la recolección de estudios precedentes, en cada una de sus áreas y la consulta de datos externos que pudieran guiar el desarrollo del proyecto. Luego de esto es imperativo elaborar los lineamientos que seguirá la investigación para mejorar el proceso de implementación. Acerca del diseño de la investigación y fuentes de datos.

Kinear (1.998) dice: *“Una vez definidos los objetivos de estudio y enumeradas las necesidades de información, el paso siguiente consiste en diseñar el proyecto formal de investigación e identificar las fuentes apropiadas de datos para el estudio. Un diseño de investigación es el plan básico que guía las fases de recolección y análisis de datos del proyecto de investigación.”* (Kinear, 1998)

Es la estructura que especifica el tipo de información a recolectar, las fuentes de datos y los procedimientos y análisis de recolección de datos.

Al llevar lo antes planteado a un estudio exploratorio, se observa que será durante este proceso que aquella información recolectada mediante los instrumentos de recolección de información a profundidad será filtrada, analizada y convertida mediante tablas o gráficos que usara el investigador para realizar su análisis y así completar los objetivos planteados.

1.4.5 Metodología

Recolección de información Secundaria: Debido a que este trabajo es netamente investigativo e interpretativo esencialmente se recurrirá a fuentes secundarias de información como bibliografía de infraestructura vial, internet, publicaciones gubernamentales, noticias, para así desarrollar el objeto de estudio con el análisis y priorización de la información.

Se plasmará los efectos a corto y largo plazo del impacto del desarrollo económico y la competitividad que se genera por la creación de nuevas vías que mejoren la infraestructura vial del Departamento de Antioquia generando así una mejor conectividad a nivel regional y nacional.

Se lleva a cabo una investigación que combina algunos de los elementos esenciales de las investigaciones de tipo cualitativa y cuantitativa; pero que además tenga un carácter fundamentalmente descriptivo.

Debe considerarse inicialmente que toda investigación de tipo cualitativo privilegia notablemente la experiencia de quien está investigando; en este sentido Taylor y Bogdan consideran que la investigación cualitativa: *“Es aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable”* (1992, p.20). Posibilitando con esto la interpretación del impacto de la infraestructura vial para el transporte de mercancías en el Departamento de Antioquia y la incidencia en el comercio internacional de la región, en este sentido Denzin y Lincoln señalan que la investigación cualitativa *“implica un enfoque interpretativo, naturalista hacia su objeto de estudio”* (1994, p.2).

Adicionalmente debe tenerse presente que para una investigación cualitativa es fundamental la tematización y categorización de una gran cantidad de información documental; para LeCompte la investigación cualitativa se diseña precisamente: *“A partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de campo, registros escritos de todo tipo, fotografías o películas y artefactos”* (1995, p. 2). Los datos que apoyaran la investigación que se pretende, serán tomados tal y como se encuentran, sin reconstruirlos o modificarlos, la calidad, según LeCompte significa: *“lo real, más que lo abstracto; lo global y concreto, más que lo disgregado y cuantificado”*. (1995, p.3).

Sin embargo por ser una investigación mixta se tomara del modelo cuantitativo la posibilidad de establecer una relación representable por algún modelo numérico. Según lo refieren Hernández, Fernández y Baptista la investigación cuantitativa:

Utiliza la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente hechas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadísticas, para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (2003, p.5).

Adicionalmente dicha investigación es de tipo descriptivo por lo cual: *“busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice”* (Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p.119). La descripción además, permite reunir los resultados de la investigación en una exposición coherente y ordenada; y como lo refiere Carlos Arturo Monje Alvares (2011) corresponde a *“la etapa que lleva al investigador a presentar los hechos y eventos que caracterizan la realidad observada tal como ocurren, preparando con esto las condiciones necesarias para la explicación de los mismos”*. (p.96).

El objetivo fundamental de dicha metodología entonces es procurar el análisis del impacto que genera A grandes rasgos se pretende llevar a cabo una investigación mixta que convine algunos de los elementos esenciales de las investigaciones de tipo cualitativa y cuantitativa; pero que además tenga un carácter fundamentalmente descriptivo.

1.5 Alcances.

Este trabajo realiza el análisis del proceso de explotación de la empresa Alimentos Copelia S.A. a los Estados Unidos en la actualidad y para identificar las mejores alternativas del proceso logístico para la exportación de la misma, con respecto a los estándares internacionales en cuanto al cumplimiento, manejo de cadenas de frío, costos logísticos y variables que inciden a mejorar la competitividad de la empresa.

Este estudio se fundamenta en información recolectada en los últimos cinco años en tendencias de operación logística internacional que puedan ser implementadas por la empresa alimentos Copelia s.a.

2. Ejecución del Proyecto

A partir de un estimado de ventas de 360000 panelitas para la distribuidora en Florida hemos realizado una serie de cotizaciones con agentes de carga internacional para llegar a las siguientes conclusiones.

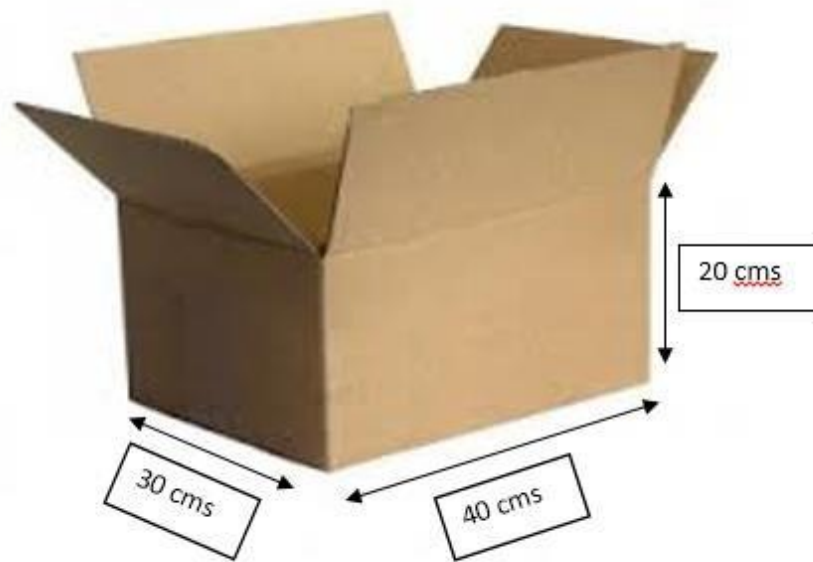
El empaque de las panelitas serán cajas por 50 unidades con las siguientes dimensiones: largo 18 cms * ancho 14 cms * alto 10 cms y un peso neto de 1150 gr.



FIGURA 2 Foto presentación de la panelita Copelia
FUENTE: (Foto Alimentos copelia, 2016)

Para la manipulación y la seguridad de la mercancía usaremos cajas con las siguientes dimensiones: largo 40 cms * ancho 30 cms * alto 20 cms y un peso neto de 500 gr.

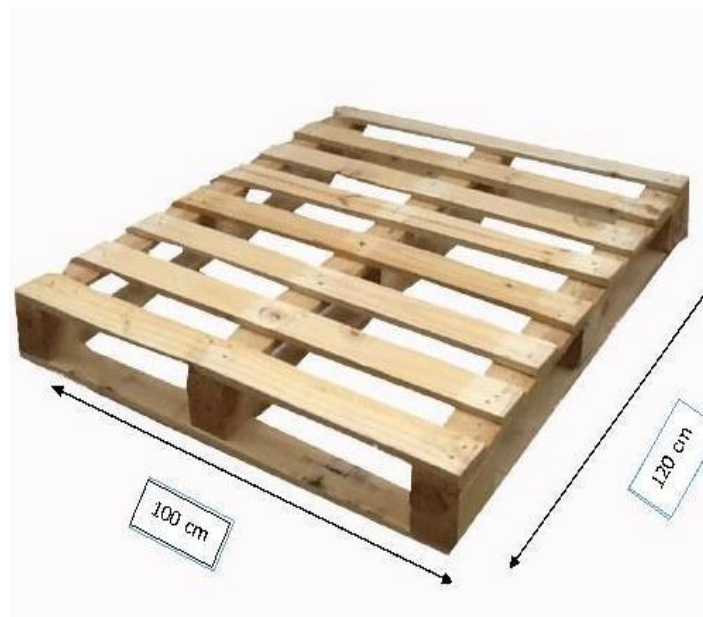
Para hacer llegar nuestro producto utilizaremos la vía Marítima o aérea, manejando la carga en pallet estándar con las siguientes dimensiones:



Fuente: (investigacion, 2016)

De esta manera en la caja nos caben 6 unidades en un primer tendido y otras 6 unidades en un segundo tendido; para un total de 12 unidades por caja y de 600 panelitas por caja; con un peso bruto de 14.3 kilos.

Para hacer llegar nuestro producto utilizaremos la vía Marítima o aérea, manejando la carga en pallet estándar con las siguientes dimensiones:



FUENTE: (pallets service Mexico, 2016)

FIGURA 3 Medidas pallets

Por lo tanto en el pallet caben 6 cajas ubicadas largo x largo y ancho x ancho, de alto nos dan 5 pisos con una altura de 100 cms de las cajas más 15 cms de la altura del pallet para un total de 115 cms, y un peso de 25 kilos del pallet más el peso de la mercancía 429 kilos para un total de 454 kilos igual a 0.454 toneladas; para un total de 30 cajas y un total de 18000 panelitas por pallet.

Posteriormente en un contenedor de 20ft nos caben 10 pallets tamaño estándar intercalados con un peso de 0.454 toneladas y una altura de 115 cms, por lo que se puede hacer otro piso, para un total de 20 pallets, un peso de 9.08 toneladas más la tara del contenedor de 2.4 sería un peso bruto de 11.48 toneladas y una altura de 230 cms; para un total de 600 cajas y 360000 panelitas.

20 pies estándar (dry cargo) 20'x8'x6'



MEDIDAS	EXTERNA		INTERNA		PUERTA ABIERTA	
	Metros	Pies	Metros	Pies	Metros	Pies
LARGO	6.05	20'	5.90	19'4"		
ANCHO	2.43	8'	2.34	7'8"	2.33	7'8"
ALTO	2.59	8'6"	2.40	8'6"	2.29	7'6"

FIGURA 4 Medidas Contenedor de 20 pies.

TABLA 3 Medidas Contenedor de 20 pies

FUENTE: (Agente de carga internacional , 2016)

Cantidad total de panelitas	
Panelitas * Entre Caja	50 unidades
Entre cajas	7200
Entre caja * Caja	12 Entre cajas
Entre Caja * pallet	360 Entre Cajas
Cajas * Pallets	30 Cajas
Cajas* contenedor	600 Cajas
Pallets	20 Pallets
Panelitas * contenedor	360000 Unidades
Peso * Entre Caja	1150 gramos
Peso * Caja	14.3 kilos
Peso * Pallet	0.454 Toneladas
Peso * Contenedor	11.48 Toneladas

Tabla 4 Cantidad Panelitas

FUENTE: Construcción Propia

Vía Aérea		Vía Marítima	
Valor FCA de la mercancía	U\$ 60000.00	Valor FOB de la mercancía	U\$ 60000.00
Flete	U\$ 14573.00	Flete	U\$ 930.00
Seguro	U\$ 52.20	Seguro	U\$ 42.65
CIF	U\$ 74625.20	CIF	U\$ 60972.65
Documentación	U\$ 200.00	Documentación	U\$ 200.00
Nacionalización	U\$ 10558.01	Nacionalización	U\$ 8626.37
Gastos en destino	U\$ 646.64	Gastos en destino	U\$ 646.64
Costo total del envío	U\$ 86029.85	Costo total del envío	U\$ 70445.66

Fuente: (investigacion, 2016)

Para los cálculos del costo de la mercancía utilizamos una TRM de \$ 3000 y un precio de venta de la panelita copelia de \$500 en el que ya está incluido el costo del transporte interno en destino sea a puerto o aeropuerto, por lo que el valor FOB/FCA sería de U\$ 60000, el seguro es del 0.07% (tarifa de la negociación con Seguros Sura) y se asegura la mercancía y el flete cotizado con la naviera Panalpina, la panelita copelia paga un arancel del 6.4%, el agente de aduana cobra una tarifa del 0.3% sobre el CIF, el tax (equivalente al iva en Estados Unidos) es del 7%, estos son los gastos de la nacionalización en Estados Unidos, el descargue del contenedor es de U\$ 8 la tonelada más el costo del transporte en destino es de U\$ 50 la tonelada esto son los gastos en destino.

Los tiempos del trayecto pueden variar dependiendo del agente de carga que se contrate para él envío de la mercancía y el destino final de esta, en el transporte aéreo con destino a Florida el

tiempo de trayecto puede variar entre uno y dos días, y en transporte marítimo es entre ocho y diez días.

Con esto podemos definir que los costos de envío son más favorables para el transporte marítimo pero en el tiempo de tránsito es más favorable el transporte aéreo, y que a la hora de escoger el medio de transporte para su envío entran en juego varios factores como: tipo de mercancía, destino, cantidad, conservación entre otros.

Fuente: (CEPOCAMBIARIO, s.f.)

Para la determinación de la conservación del producto, Alimentos Copelia S.A, realizo un estudio bajo la norma técnica colombiana NTC 4979 Leche y productos lácteos. La cual tiene como objetivo fundamental la Determinación del contenido de sólidos totales en leche, crema de leche, leche evaporada, leche condensada azucarada, arequipe, dulce de leche, helados y queso, por medio de la cual se encuentra regida.

Para la aplicación de esta norma, se tiene en cuenta lo regido por la misma en el principio 3.1 Para leche, crema de leche, leche evaporada, leche condensada azucarada, queso, y queso procesado se seca previamente una muestra en un baño de agua en ebullición y se continua con la evaporación del agua remanente, mediante un calentamiento seco a $102 \pm 2 \text{ }^\circ\text{C}$ en un horno de secado.

Esta norma les permite a las empresas del sector alimentos, dar seguridad al cliente, debido a que la misión fundamental de esta es facilitar soporte y desarrollo al producto y protección al consumidor; haciendo a las empresas más competitivas en los mercados en los que estas deseen

incursionar; además, porque el ICONTEC, también presta servicio de información sobre las normas internacionales, regionales y nacionales. (947-1, 2001).

Para determinar los tiempos de conservación de la Panelita Copelia, es importante en primera instancia conocer su materia prima, pues esta es un factor determinante en el momento de establecer la duración del producto, teniendo en cuenta las propiedades que cada una le brinda al producto final.

En este orden de ideas, ya determinada la materia prima, se inicia la elaboración del producto que se da mediante la concentración por ebullición de una combinación de leche, panela, mantequilla, harina de trigo y coco. Es un exquisito complemento alimenticio rico en energía, minerales, carbohidratos, proteínas y vitaminas; perfecto en todas las etapas del crecimiento y complemento ideal en cualquier momento del día.

Estudio para ayudar a determinar la conservación y duración de la Panelita Copelia.

- **Características Organolépticas**

Color: Castaño característico

Sabor y olor: Dulce característico, sin olor ni sabores extraños Apariencia:
textura dura o seca, sin una forma específica.

- **Características Físico- químicas**

°Brix: 69- 71°Brix

Humedad: Máx. 30%

Materia Grasa: 6-9%

- **Composición nutricional** Carbohidratos: 60%

Proteína: 6.5%

Líquido-grasa 7.0 %

Agua: 20%

Minerales: 6.5%

Calorías aportadas por 100g y 300 cal

- **Condiciones de almacenamiento y vida útil**

Recomendaciones de conservación y uso

Conservar en un ambiente fresco, seco y ventilado, después de abierto su empaque conservar en refrigerador entre 2 y 8°C, tener presente siempre las buenas prácticas de manufactura durante el tiempo de vida útil.

- **Presentaciones**

Caja x 50 unidades 1150 grs



Tarro x 36 unidades 552 grs

FIGURA 5 Presentación Copelia, cajas

FIGURA 6 Presentación Copelia, tarros

Fuente: (Copelia I. A., 2016)

La Panelita Copeliacremosita internamente, de puro coco y arequipe fresco natural (Producto estrella), cuenta con una elaboración tecnificada, mencionada anteriormente, la cual le permite tener una vida útil de 6 meses, establecida teniendo en cuenta las condiciones de almacenamiento, envase y capacidad del mismo, además; como se ya se mencionó Alimentos Copelia S.A, cuenta con un excelente uso en sus materias primas, las cuales son de la más alta calidad, permitiendo así la obtención un de producto único y original, con los mejores estándares de calidad, higiene y de fácil consumo (proveedores-supertiendas, 2011-2016).

Presentaciones/ Vida útil

Tipo de envase	Capacidad	Vida Útil
Pote plástico	400g	6 meses
Envase Plásticos 1	4kg	6 meses
Envase Plásticos 2	10 kg	6 meses

Para las oportunidades de negocios que traen consigo la venta de la Panelita Copelia, es indispensable para la empresa tener claro las buenas prácticas en logística de alimentos perecederos, los cuales requieren cadena de frío.

En este orden de ideas es importante resaltar que los productos de Alimentos Copelia dentro de su producción han pasado por un proceso de refrigeración, con el fin de prevenir la aparición de micro-organismos, disminuyendo la emisión de calor, desprendimiento de gas carbónico y oxígeno, teniendo como base que la Panelita Copelia es un producto perecedero pues este al contacto con el aire se tiende a descomponer en el menor tiempo posible, debido a su contenido de leche y nutrientes que representan un alto riesgo de intoxicación.

Los micro-organismos son bacterias que se reproducen en un producto, haciendo que este no sea apto para el consumo humano. Según la organización panamericana de la salud, estos parásitos en los últimos años han causado la muerte a más de 150 mil personas debido a que son altamente contaminantes, pues cuando se introducen dentro del alimento estos cambian el olor, sabor y color del producto transformando su composición en la medida en la que crecen las bacterias. Es importante mencionar que, en Colombia, anualmente se producen 630 millones de toneladas de productos perecederos de los cuales 10% son para el comercio mundial, 30% se pierden durante

su producción primaria y un 60% se consumen dentro del país; pero gran parte se pierden durante un mal manejo en la cadena de frío.

Teniendo en cuenta lo mencionado inicialmente, para la empresa Alimentos Copelia S.A es fundamental garantizar el proceso de la temperatura de sus productos de exportación de acuerdo a las características del mismo a lo largo de sus fases sucesivas, para tener una correcta conservación y poder lograr un producto en buen estado al momento de ser entregado al consumidor final.



FIGURA 7 Cadena de frío y abastecimiento
FUENTES: (PROEXPORT, 2013)

En la anterior cadena de frío se evidencia las actividades que garantizan la adecuada temperatura que se debe manejar durante todo el transporte de la mercancía de acuerdo a sus características, dentro de la cadena de abastecimiento, Desde el momento de la compra de la materia prima,

almacenamiento de la misma y del producto terminado, transporte y comercialización hasta llegar al cliente final. Todo esto con el fin de conservar el producto en buen estado.

La empresa Alimentos Copelia, es una organización que busca tener un gran éxito dentro de su logística para la cadena de frío, para esto es indispensable tener presente el impacto y la influencia que se pueda dar dentro del proceso de abastecimiento y la cadena de frío del producto, es por eso que se debe tener en cuenta los siguientes factores a la hora de querer alcanzar el éxito en cada proceso dentro de la cadena de distribución física internacional.

Medición permanente y control de la temperatura: Se debe tener un riguroso control de la temperatura de los productos perecederos por medio de termómetros portátiles, termógrafo y el termo fijo, estos instrumentos deben tener una precisión de más o menos 0.5°C y estar en una gama entre -30°C y 20°C , con un tiempo de respuesta que alcance el 90% de las diferencias entre la lectura inicial y final en tres minutos, además; el aparato debe contener un certificado de calibración válido, este punto del proceso es fundamental dentro de la cadena de frío, debido a que garantiza el cumplimiento de las temperaturas en las cuales puede oscilar un producto.

CONTROL DE TEMPERATURA



FIGURA 8 Control de temperatura de contenedor para conservación

FUENTE: *PROEXPORT-Mayo 2013*

Almacenamiento: El almacenamiento se realiza en una cava, cuarto frío o cámara frigorífica, dentro de este se deben tener presentes varios puntos estratégicos bastante importantes a la hora de tener un excelente cuidado y conservación del producto:

- ✓ Ubicación del producto y equipos
- ✓ Embalajes
- ✓ Temperaturas de almacenamiento
- ✓ Cargue y descargue

Se debe mantener las distancias mínimas, como se indica en la gráfica.

SECCIÓN DE CÁMARA FRIGORÍFICA

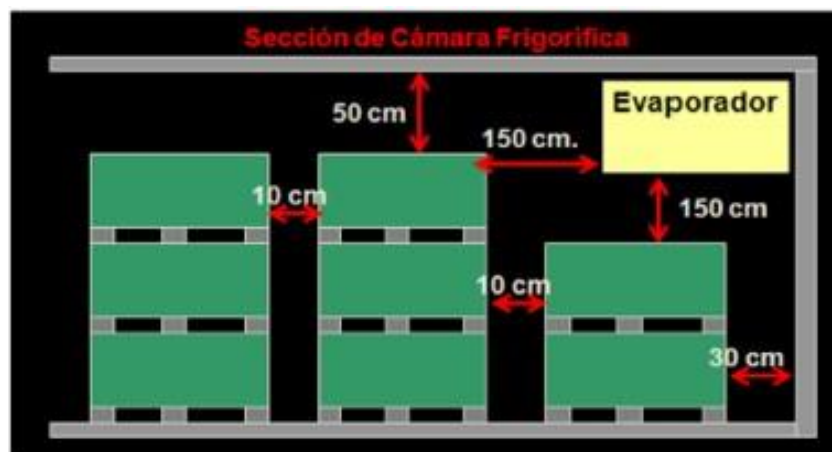


FIGURA 9 Cámara frigorífica

FUENTE: (PROEXPORT, 2013)

Recomendaciones para el almacenamiento

- Las puertas deben permanecer abiertas el mínimo tiempo posible.
- El lugar destinado para el almacenamiento debe cumplir con las condiciones sanitarias básicas de orden, aseo, limpieza y desinfección.
- La rotación de los productos debe ser FIFO (Primeras en entrar primeras en Salir). ○ La zona de almacenamiento debe contar con ante-cámaras y/o pos-cámaras con temperatura similar a la interior, para apoyar las operaciones de cargue y /o descargue.
- No colocar el producto directamente en el piso o junto a las paredes, esto obstaculizaría la circulación del frío.

- Embalajes

Es importante tener en cuenta que las unidades de carga utilizadas en un cuarto frío, deben permitir la circulación adecuada del flujo de aire que está dentro del cuarto.

Para productos frescos se utilizan empaques de ventilación lateral; para congelados, empaques con lados duros. Las canastillas plásticas se pueden utilizar en ambos tipos de productos.

Se recomienda que las medidas de estos embalajes sean acordes a las estibas, para obtener una mayor optimización de la misma; es decir 60 cm. x 40 cm., la altura depende del tipo de producto que se esté almacenando.

Las estibas deben ser de material plástico o metálicas. Las estibas de madera propician la acumulación de bacterias y cuando se llenan de humedad se parten con facilidad, generando riesgos en la manipulación.

- Temperaturas de almacenamiento

Depende del tipo de alimento, tipo de empaque y sistema que se utiliza para congelar.

- Cargue y descargue

Los vehículos deben con anterioridad enfriarse antes de ser cargados, este procedimiento debe hacerse con la mayor celeridad posible, contando con tiempos muy cortos desde el cuarto de frío hasta el vehículo, se debe verificar la temperatura del producto y la del vehículo antes de cargar y/o descargar.

Transporte: Se debe tener en cuenta que, para la determinación de este, es fundamental:

La rapidez, para transportar un producto que cuenta con tan poca vida útil como la Penelita Copelia.

La seguridad, con la cual se debe preservar el producto, es decir; el cumplimiento en el control de la temperatura en la gama óptima de cada producto.

Adaptabilidad, las exigencias de protección de las calidades variables de un producto a otro, como las organolépticas, frescura, presentación, etc.

Es importante tener presente que el equipamiento instalado en el medio de transporte está diseñado para sacar el calor de los rayos del sol, el calor del aire y del producto como tal, estos equipos ayudan a conservar la temperatura del producto, no la disminuye.

Operadores Logísticos: Otro punto fundamental dentro del proceso de la logística internacional, lo realizan los operadores logísticos; los cuales tienen como objetivo la tercerización de procesos dentro de la cadena de frío, la cual requiere de una alta especialización, para garantizar la temperatura de los productos perecederos en toda la cadena de abastecimiento.

Es evidente que cada sector (lácteo, cárnico, avícola, hortofrutícola, etc.) presenta unas particularidades muy concretas que revelan estrategias logísticas, ya sea de distribución o de aprovisionamiento, distintas, particulares y específicas.

Es relevante decir que, En Colombia, la mayoría de operadores solo se ofrecen servicios exclusivos de Almacenamiento o Transporte, existen muy pocos que han desarrollado el verdadero concepto de Operador Logístico, que se ocupe de manera integral a lo largo de toda la cadena, del manejo y conservación de productos que requieran temperatura controlada, lo cual es muy importante dentro de los requerimientos que se necesitan para poder cumplir a cabalidad

con las exigencias del cliente final, frente a una entrega oportuna y en óptimas condiciones del producto.

Es por ello que la subcontratación de estos servicios es estrictamente necesaria debido a que ofrecerían a los clientes no solo la posibilidad de reducir costos, al convertir los fijos en variables, sino también de dedicarse por completo a la fabricación o venta de sus productos y así mejorar la calidad del servicio.

Con base a lo anterior y teniendo en cuenta el problema que tiene Alimentos Copelia S.A en la distribución física internacional de la Panelita Copelia, debido a los tiempos en tránsito entre los canales de distribución, se determinan las siguientes estrategias para realizar una eficiente planeación del proceso logístico que permita entregar el producto terminado en el tiempo propuesto y en óptimas condiciones al consumidor final.

Estrategias

- ✚ Llevar a cabo un análisis que permita establecer un plan acción, para así garantizar las temperaturas adecuadas que se deben tener en la cadena de frio para conservar la Pamelita Copelia (Producto perecedero), desde el inicio del proceso de abastecimiento; compra de las materias primas, almacenamiento, transporte y comercialización del producto hasta que este llegue al consumidor final, todo esto de la mano de un personal altamente calificado.
- ✚ Realizar un análisis de competitividad que ayude a determinar el mejor aliado en operaciones logísticas del país, esto con el fin de que este diseño para la compañía un excelente proceso por etapas de la cadena de suministros (transporte, almacenaje y distribución, en el menor tiempo posible, bajo condiciones estrictas de buenas prácticas de manufactura.
- ✚ Implementar un exhaustivo control a lo largo de toda la cadena, del manejo y conservación del producto, debido a que este requiere de una temperatura controlada.
- ✚ incentivar a la capacitación de los empleados, debido a que con su experiencia en la elaboración del producto se podrá cultivar la manera de realizar valiosas innovaciones en la conservación del producto terminado en el proceso de la cadena de frio. (*Navarro, Mayo de 2013*)

Como parte fundamental para el cumplimiento de las estrategias, y obtención de una eficiente planeación en el proceso logístico y cumplir con la promesa de valor de los clientes, la empresa Alimentos Copelia S.A, cuenta con una excelente estructura en sus procesos administrativos financieros, comerciales, de calidad y de producción, los cuales se representan en un mapa de procesos, el cual permite identificar las actividades que se llevan a cabo dentro de la corporación, contribuyendo no solo de manera positiva, sino también negativa; Este gráfico, además permite evaluar el cumplimiento de la cadena de dichas tareas que se requieren inicialmente, para completar el resultado final de la negociación.

En este orden de ideas, para cumplir a cabalidad con el proceso y realizar una adecuada exportación del producto y en consecuencia a todo lo anterior, se realiza el diseño del flujo grama del proceso de distribución física internacional de la Panelita Copelia, en el cual se muestra la descripción y relación por etapas de la cadena logística, facilitando la visión integral de todas las actividades conjuntas, permitiendo el análisis de las alternativas más viables a la hora de tomar decisiones en cuanto a tiempo y costos, para así ajustar el proceso hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas. Por medio de este gráfico, se establece además un excelente control y medición de las tareas, arrojando resultados, objetivos concretos de las operaciones que se están realizando y poder así tener más claridad del cumplimiento de la promesa de valor del cliente final. (AITECO CONSULTORES, 2016)

- *MAPA DE PROCESOS*

FUENTE: (Alimentos copelia version 001, 2013)

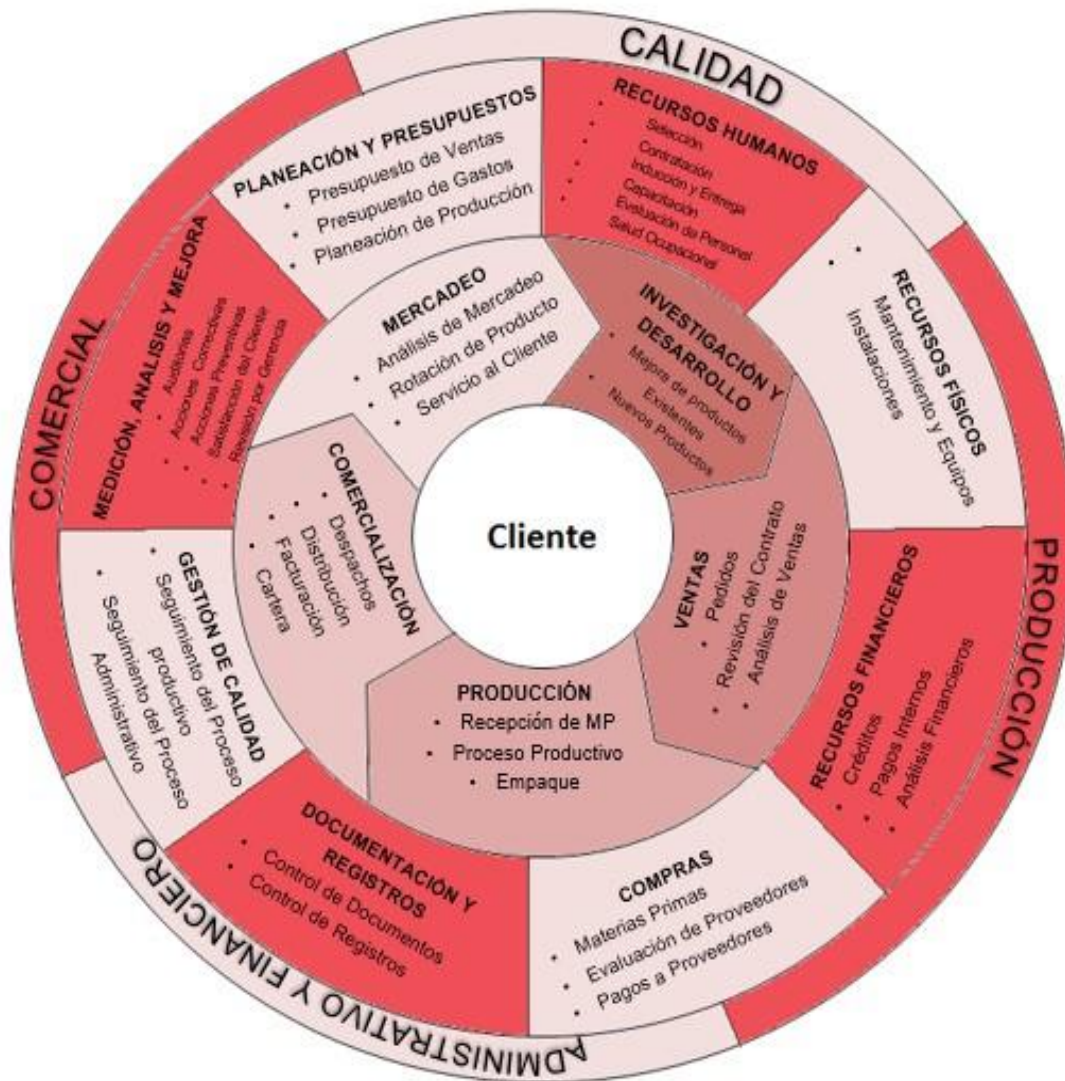


FIGURA 10 Mapa de procesos

- DIAGRAMA DE FLUJO

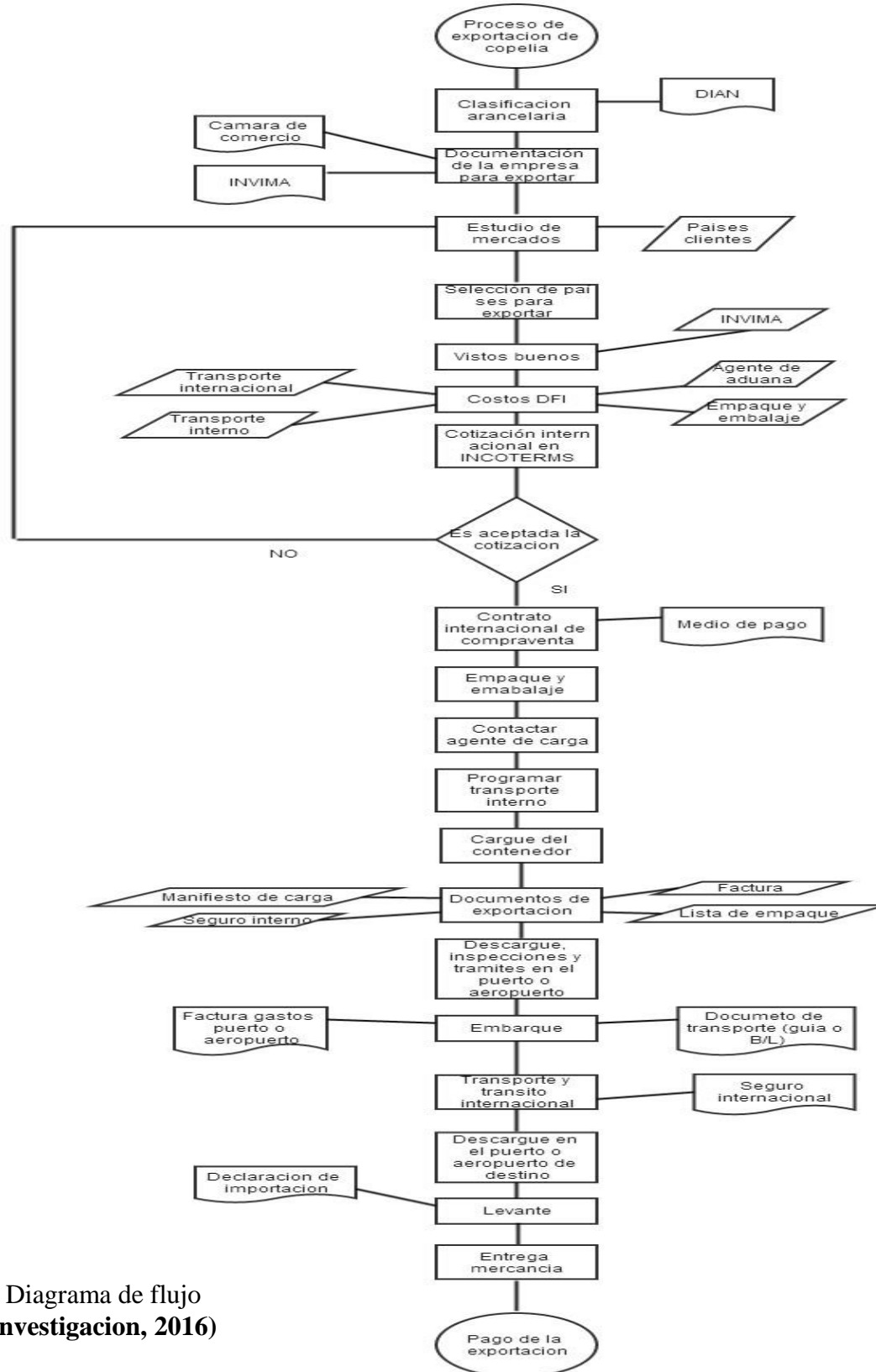


FIGURA 11 Diagrama de flujo
 FUENTE: (investigacion, 2016)

Para el desarrollo de este objetivo se ha determinado algunas variables que tiene una mayor trascendencia, importancia o acompañamiento en la búsqueda de oportunidades para la mejora continúa de la compañía en un ámbito internacional. Se realiza un breve estudio de estas variables donde se muestra el comportamiento de estas, el efecto que tiene sobre nuestro sector y alimento al que se quiere dar una mayor incursión en el mercado. Las variables que se han pensado tienen incidencia:

- La tasa representativa del mercado
- Aprovechamiento tratados de libre comercio (EEUU, países de Centroamérica)
- Aranceles en la entrada del sector
- Canales de distribución
- Análisis del sector alimentos
- Matriz DOFA

Las condiciones de la economía en el país definitivamente cambiaron, en los últimos meses el mercado ha sido muy volátil en cuanto a precios y entre más pasan los días los ciudadanos tendrán que irse moldeando a un dólar alto y al incremento en el valor de algunos bienes y servicios.

Para el 4 de agosto de 2015 la tasa representativa del mercado presento aumento de \$40,47 y se situó para el día siguiente en \$2902,98 cifra que no se alcanzaba desde hace aproximadamente 12 años es decir, muy cerca los \$3000, un precio de dólar que nunca ha visto el país.

En un informe presentado sobre la inflación del país se ha mencionado que la menor dinámica en la oferta de alimentos, la transmisión de la depreciación nominal a los precios al consumidor y el incremento en los costos de las materias primas importadas, explica en gran parte la aceleración de la inflación en lo corrido del año.

Ilustración de la dinámica del dólar en el periodo de 2014- 2015 donde de evidencia su subida constante.



FIGURA 12 Evolución TRM

FUENTE: (Periodico El Pais, 2015)

“Para el sector alimentos a partir de estas fechas (2015 – 2016) donde el dólar ha presentado alzas se ha visto afectada la canasta familiar, el aumento de la inflación recae directamente en los hogares colombianos pues este hace que se reduzca el poder de adquisición de bienes y servicios, es decir las familias compraran menos productos con el mismo salario.

El incremento en el costo de los alimentos se debe principalmente al aumento de las materias importadas.

Aunque nuestro producto no requiere de materias primas importadas es importante resaltar que nuestros proveedores en alguna parte de su cadena logística han de necesitar algún suplemento e insumo importante lo que en últimas representa para nosotros un aumento de su valor. Esto

puede ser visto desde el punto de adquisiciones tecnológicas, realización de los empaque del productos, mejora o mantenimientos de maquinaria, insumos para lavados de equipos de ordeño, impulsores y suministros de cercas eléctricas para los establecimientos donde se es debidamente cuidado el animal.

La devaluación del peso incrementa los precios de algunos insumos importados siendo esenciales para el funcionamiento de la ganadería en el país afectando en nuestro caso el abastecimiento del uno de las materias primas más importantes para la preparación como lo es la leche puesto que la importación de medicinas, agroquímicos y especialmente en los concentrados es muy alto, el precio de los concentrados ha subido entre el 6 y 10 %; mientras que los medicamentos hasta un 25 %.

Fuente: (Contextoganadero, 2015).

“Para darle una posible solución a este tema de la tasa representativa del mercado que genera tanta controversia y efectos en la producción y comercialización de las panelitas se tomaría como una opción u estrategias la negociación con los proveedores en tema de establecer precios donde no se nos incremente mucho el valor para ser llegado al consumidor final, siendo esto factible en ese momento donde el dólar nos muestra tantos cambios se puede seguir pensando en la incursión en mercados internacionales que incrementen la competitividad de la empresa.”

2.1 Aprovechamiento tratados de libre comercio

En este se hará mención de tratado de libre comercio con Estados Unidos pues es uno de los más importantes, mencionados y por el cual se trató de firmar por tanto tiempo.

Para los años en que fue firmado y entra en vigencia el tratado de libre comercio incremento las exportaciones del sector al que estamos apostando en el presente trabajo; el sector alimentos confitería, molinería y panadería.

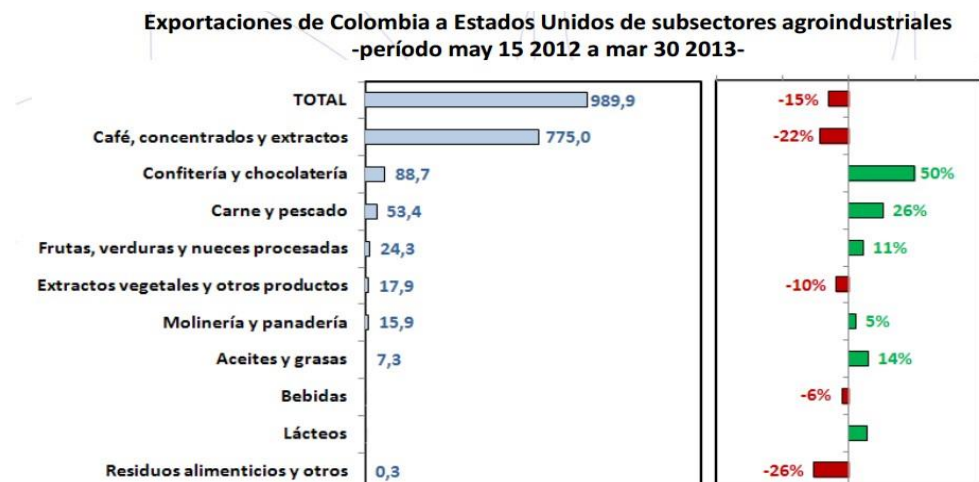


TABLA 5 Exportaciones de Colombia

Fuente: (ANDI, s.f.)

La mayoría de productos colombianos del sector agroindustrial ingresan a Estados Unidos sin arancel, para esto estamos hablando de aceites y grasas, derivados del café, flores frescas, frutas, legumbres, hortalizas frescas y procesadas, productos de panadería y molinería.

Para nuestro sector en la exploración de empresas que quizás este dispuestas a importar nuestro producto encontramos datos hasta el 2012 de 506 empresas que estaban inscritas para ese año donde el tratado de libre comercio estaba entrando en vigencia, ahora; en el presente año contamos con un aumento en empresas dispuestas e interesadas en las panelitas.

Entre los productos de sumo cuidado y potencial en el mercado Colombiano y de mayor protección por parte de Estados Unidos está el azúcar, factor e ingrediente llamativo en nuestro producto y de acuerdo a lo firmado y establecido en el tratado aumentará de manera importante la cuota de exportación, incluyendo algunos productos industriales con contenido de azúcar que hacen parte del programa de transformación productiva donde la empresa Copelia entraría a formar parte desarrollando estrategias para aumento de importaciones llegando a Estados de dicho país donde el consumo va en aumento y nos muestran oportunidades.

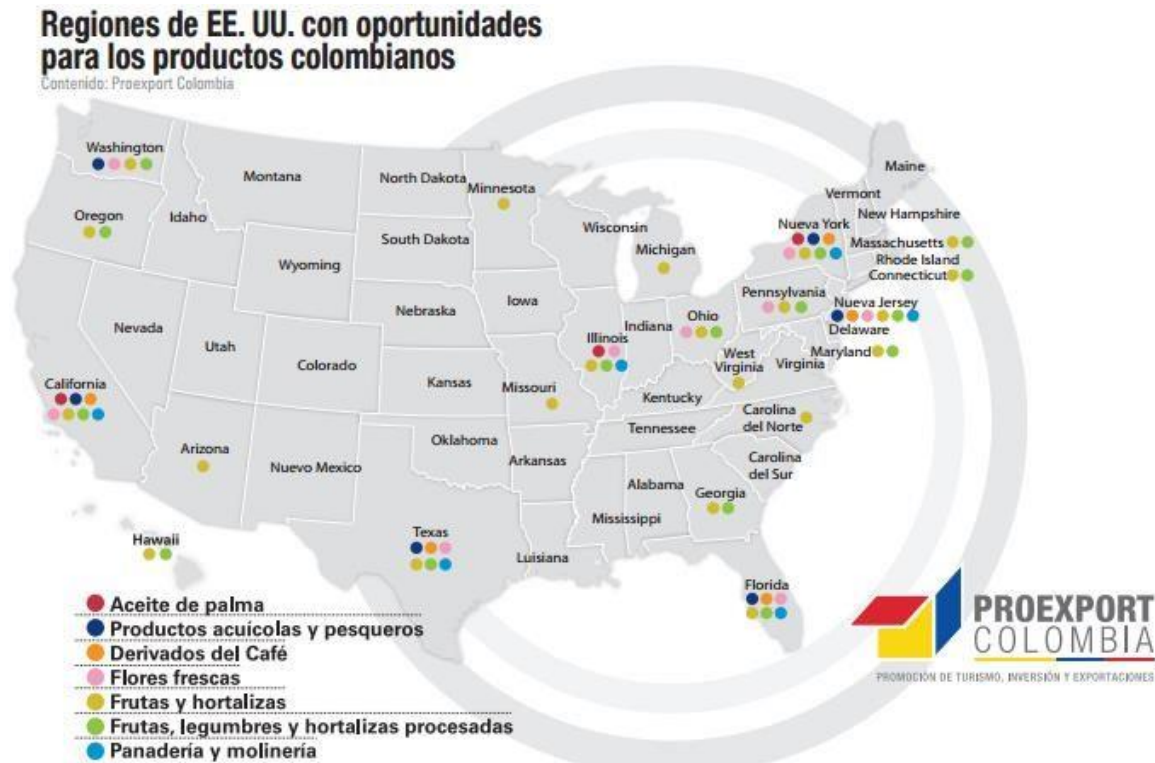


FIGURA 13 Oportunidades para Colombia en USA

FUENTE: (PROEXPORT, 2015)

Ecuador fue el mayor receptor, con US\$ 20 millones, que equivalen al 20,8% del total de las exportaciones colombianas de este sector.

Venezuela con el 14,6%

Panamá con el 8,4% Puerto

Rico con el 6,1%.

Fuente: (BANCOLDEX, 2015)

Los aranceles antes del tratado de libre comercio en el sector panadería y molinería pagaban aranceles hasta del 14,9%. Y al entrar en vigencia los productos del sector ingresarán con arancel de 0%.

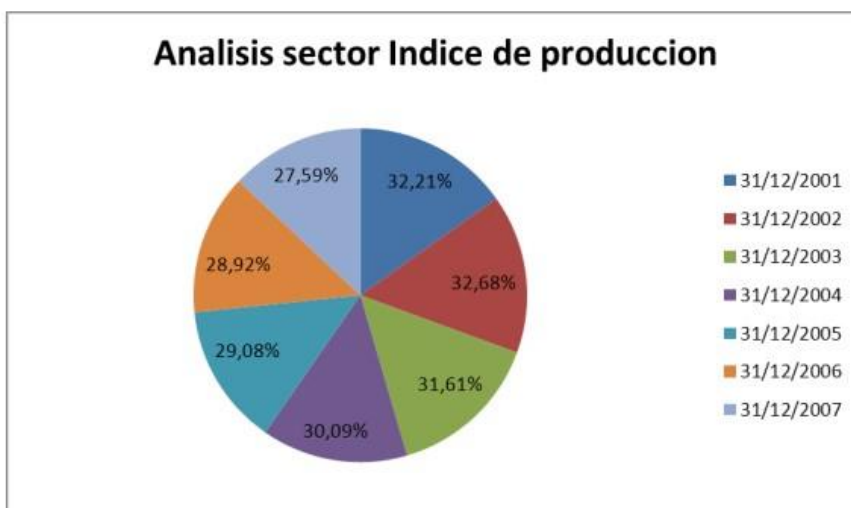
Colombia se ubica en los primeros puestos proveedores de este sector de alimentos; panadería y molinería con el 0,7% de las importaciones, es decir, US \$ 3.7 millones.

4. Los canales de distribución, las modalidades que el exportador debe de analizar debe ser teniendo en cuenta primordialmente el tiempo de conservación de la panelita.

Para esto se piensa en los minoristas quien entrega el producto en este caso las panelitas a las tiendas de abarrotes, droguerías y distribuidores masivos, para que lleguen al consumidor final.

Otra modalidad es que el importador distribuye sus productos al canal institucional, para que de este pasen al consumidor final.

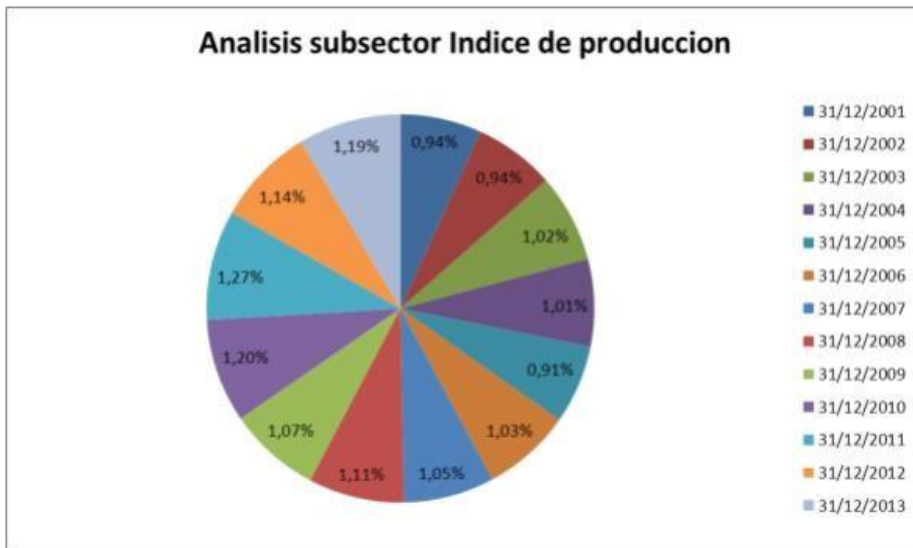
5.



Fuente: Análisis propio

TABLA 6 Análisis sector, índice de producción.
FUENTE: (investigación, 2016)

Analizando el gráfico de los comportamientos históricos del sector de los alimentos en Colombia observamos que entre los años que van desde 2001 al 2007, se redujo en más de 4 puntos porcentuales al pasar de un 32,2% en 2001 a cerrar con un 27,59% en 2007 por lo tanto la dinámica de producción del sector de los alimentos no presento niveles tan favorables como los esperados.



Fuente: Análisis propio

TABLA 7 Análisis subsector, índice de producción.
FUENTE: (Grupo de inves, 2016)

Entorno político

las políticas gubernamentales más relevantes del sector han sido los tratados de libre comercio los cuales demuestran pocos beneficios para este, podemos determinar que debido a estos han ingresado al país productos sustitutos que han conllevado a una notable reducción en el crecimiento del sector.

Otra política gubernamental son las iniciativas del gobierno nacional para empujar el crecimiento del sector como por ejemplo facilidad de acceso a créditos para iniciar o empujar empresas del sector.

En los factores políticos, es importante analizar políticas que se manejan en la creación y fortalecimiento de las empresas desde los ministerios de Agricultura, Desarrollo y comercio exterior (Hoy Ministerio de Comercio), el Sena, la cámara de comercio, los gremios y ONGS, entre otros.

Participación del sector en el PIB colombiano

El esfuerzo en productividad del sector se ha presentado en un entorno con avances en materia de política económica. Además, están la estrategia de integración del sector, el ambiente macroeconómico favorable; la política de innovación que está impulsando el gobierno. Una de ellas es la reforma a la ley de regalías, la cual tiene por objetivo captar amplios recursos económicos, que probablemente se traducirá en un mayor desarrollo regional y en una mayor inversión en ciencia y tecnología y la política de desarrollo productivo.

6. Matriz DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de producto. • Capacidad instalada de producción • Productos industrializados con características artesanales. • Innovación en la presentación del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad logística para exportaciones. • Capacidad de marketing a nivel interno y externo. • Altos costos para el proceso logístico. • Poca experiencia de exportación de productos en otros países.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Creación de productos complementarios • Innovación y diversidad en empaques. • Mayor posicionamiento de marca en el mercado interno y externo. • Lograr que productos de tradición Colombiana se incorporen en el consumo diario. • Tratados de Libre Comercio • Los productos son innovadores en el mercado extranjero. • Fortalecer estrategias de marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo reconocimiento de la marca a nivel nacional e internacional. • Potenciales competidores. • Débil estructura financiera.

TABLA 8 MATRIZ DOFA:

FUENTE: (propia, 2016)

3. Hallazgos

- El trato y la manipulación de la panelita copelia al momento de ser empacada y embalada es de suma importancia para la conservación la misma.
- El transporte aéreo puede llegar a tener un costo casi del doble en el flete a diferencia del transporte marítimo.
- La cadena de frio que debe de tener la panelita copelia es de alto cuidado ya que genera un gran impacto en su calidad.
- El buen almacenamiento que se le dé a la panelita copelia se verá reflejada en la vida útil con la que llegue al consumidor final.
- Los tratados de libre comercio son una gran oportunidad para Alimentos Copelia. S.A en especial el de Colombia y Estados Unidos por la distribuidora con la que cuenta en este país.
- La volatilidad del dólar afecta las exportaciones debido a que sus fluctuaciones no permitan tener un precio de venta constante.

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Proponemos que si finalmente se decide seguir utilizando el medio de transporte marítimo para el envío de la mercancía, sugerimos se use el puerto de Cartagena para los envíos a la distribuidora de Florida ya que el tiempo de tránsito es más corto y el precio final del producto no se ve afectado.

Se recomienda hacer un análisis profundo que permita garantizar las temperaturas de la cadena de frío y así poder determinar el mejor aliado en la operación logística que facilite tener un control a lo largo de la cadena.

- Aconsejamos tener una mesa de negociación para las divisas puesto que de esta manera la fluctuación del dólar no afecta las utilidades finales de la empresa.

Durante la investigación de los tres objetos de estudios que se fijaron para la solución del problema planteado, comprendimos que a pesar de que los costos aéreos tienen un incremento más alto que el transporte marítimo puede ser más favorable debido al tiempo del trayecto y a la cadena de fríos que debe tener el producto.

Es importante decir que una buena planeación ayuda a disminuir los riesgos en la conservación del producto, para que se conserve en buen estado y su vida útil no se vea afectada en el momento de llegar al consumidor final.

Concluimos que los tratados de libre comercio han incentivado a las exportaciones de Colombia y la de la panelita copelia a los estados unidos es un gran avance debido a la cantidad de latinos que residen en este país y gustan de producto.

En este orden de ideas alimentos Copelia debe aprovechar sus ventajas como la calidad, sabor y capital para llegar a más lugares del mundo por medio de los tratados y convenios comerciales entre los países logrando así mayores beneficios y mejor penetración en los mercados extranjeros.

Así mismo la empresa debe fortalecer su capital no solo económico sino también intelectual para generar mejores procesos y estrategias en las diferentes áreas de administración y ejecución de la compañía para estar a nivel de la competencia nacional e internacional.

Continuado con la idea alimentos Copelia debe mantenerse a la vanguardia de los cambios del mercado sin dejar de lado los cambios económicos, políticos y sociales, ya que de estos dependerá la estabilidad, rentabilidad y sobre todo la supervivencia y liderazgo entre sus competidores.

- El conocimiento sobre el trato adecuado que debe de realizar a panelita copelia en su proceso de empaclado y unitarización es la clave del proceso.
- Comprendimos que a pesar de que los costos aéreos tienen un incremento más alto que el transporte marítimo puede ser más favorable debido al tiempo del trayecto y a la cadena de fríos que debe tener el producto.
- Para la buena conservación de la panelita copelia la cadena de frio debe de estar a la temperatura adecuada.
- Cumplir con los requisitos necesarios a la hora del almacenamiento permite que la panelita copelia no llegue contaminada al consumidor final.

- Concluimos que los tratados de libre comercio han incentivado a las exportaciones de Colombia y la de la panelita copelia a los estados unidos es un gran avance debido a la cantidad de latinos que residen en este país y gustan de producto.
- Debemos decir que la fluctuación los afecta ya que deben analizar si de sean ser más competitivos y disminuir su ganancia al bajar el precio de venta o por el contralo sostenerlo.

Recomendaciones

- Proponemos que si finalmente se decide seguir utilizando el medio de transporte marítimo para el envío de la mercancía, sugerimos se use el puerto de Cartagena para los envíos a la distribuidora de Florida ya que el tiempo de transito es más corto y el precio final del producto no se ve afectado.
- Se recomienda hacer un análisis profundo que permita garantizar las temperaturas de la cadena de frio y así poder determinar el mejor aliado en la operación logística que facilite tener un control a lo largo de la cadena.
- Aconsejamos tener una mesa de negociación para las divisas puesto que de esta manera la fluctuación del dólar no afecta las utilidades finales de la empresa.
- Capacitar constantemente a las personas encargadas del empaque y embalaje sobre la adecuada manipulación que debe de tener las panelitas copelia para asegurar el buen manejo que se les da.
- Proponemos que si finalmente se decide seguir utilizando el medio de transporte marítimo para el envío de la mercancía, sugerimos se use el puerto de Cartagena para los envíos a la distribuidora de Florida ya que el tiempo de transito es más corto y el precio final del producto no se ve afectado.

- Se recomienda hacer un análisis profundo que permita garantizar las temperaturas de la cadena de frío y así poder determinar el mejor aliado en la operación logística que facilite tener un control a lo largo de la cadena.
- Estar atentos frente a cualquier inconveniente que pueda perjudicar el buen almacenamiento y por ende el producto se pueda ver en riesgo de contaminarse.
- En este orden de ideas alimentos Copelia debe aprovechar sus ventajas como la calidad, sabor y capital para llegar a más lugares del mundo por medio de los tratados y convenios comerciales entre los países logrando así mayores beneficios y mejor penetración en los mercados extranjeros.
- Aconsejamos tener una mesa de negociación para las divisas puesto que de esta manera la fluctuación del dólar no afecta las utilidades finales de la empresa y se puede llegar hacer más competitivos

Referencias bibliográficas

5. Referencias

947-1, I. (16 de Octubre de 2001). *icontec internacional*. Obtenido de <http://tienda.icontec.org/brief/NTC4979.pdf>

Agente de carga internacional . (04 de 2016). *T.G.A integral cargo solution*. Obtenido de http://www.tgaintegral.com/contenedor_maritimo.html

AITECO CONSULTORES. (2016). *AITECO CONSULTORES*. Obtenido de <http://www.aiteco.com>

Alimentos copelia version 001. (15 de Diciembre de 2013). *Alimentos copelia version 001*. Obtenido de <http://www.alimentoscopelia.com/Emprenderismo>

ANDI. (s.f.). *Aprovechamiento del TLC*. Obtenido de <http://www.andi.com.co/SeccAtla/Documents/Informacion%20de%20Interes/Memorias%20de%20Eventos/PRESENTACI%C3%93N%20ALIMENTOS%20%20.pdf>

BANCOLDEX. (2015). Obtenido de https://www.bancoldex.com/documentos/3758_TLC_eltiempo_03.pdf

Bogdan, T. (1992). Medellín.

Comercio, M. d. (04 de 2016). *Ministerio de Industria y Comercio/ TODOS POR UN NUEVO PAIS*. Obtenido de <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=5398>

Contextoganadero. (Enero de 2015). *Contextoganadero*. Obtenido de <http://contextoganadero.com/economia/alza-del-dolar-afecta-o-perjudica-la-ganaderiacolombiana>

Copelia, A. (04 de 2016). *Alimentos copelia*. Obtenido de <http://www.alimentoscopelia.com/Historia>

Copelia, I. A. (2016). *Distribución Física Internacional*. . Medellín: ESUMER.

Enciclopedia, L. (11 de Febrero de 2016). *Wikipedia*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/V%C3%ADas_4G_\(Colombia\)](https://es.wikipedia.org/wiki/V%C3%ADas_4G_(Colombia)) Conclusiones y recomendaciones

Fernández, J. E. (2002).

Foto Alimentos copelia. (2016). *Investigación*. . Medellín: Para ESUMER.

Grupo de inves, c. p. (2016). *Análisis subsector índice de producción*. Medellín: ESUMER.

Hernández, F. y. (2003). Hernández, Fernández y Baptista. En F. y. Hernández.

investigacion, C. P. (04 de 2016). Mapa de procesos. Medellín, Colombia: ESUMER.

Jimenez, L. (2016). Medellín.

Kinear. (1998).

pallets service Mexico. (04 de 2016). *pallets service Mexico*. Obtenido de <http://www.palletsservice.com.mx/productos.html>

Periodico El Pais. (4 de Agosto de 2015). Aumento en el precio del dólar empieza a afectar costo de vida de los colombianos. *El Pais*, págs. <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/aumento-precio-dolar-empiezaafectar-costo-vida-colombianos>.

PROEXPORT. (MAYO de 2013). *Colombiatrade*. Obtenido de http://www.colombiatrade.com.co/sites/default/files/conferencia_logistica_en_la_cadena_de_frio_proexport_2013.pdf

PROEXPORT. (2015). Obtenido de https://www.bancoldex.com/documentos/3758_TLC_eltiempo_03.pdf

propia, G. i. (2016). *DOFA Copelia*. Medellín. proveedores-supertiendas, G. d.

(2011-2016). Guía de proveedores-supertiendas.

Schedule, H. T. (2016). *Harmonized Tariff Schedule*. Obtenido de <https://hts.usitc.gov/?query=19019090>