



DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACIÓN DE LECHONA ENLATADA  
COLOMBIANA, A LA REPUBLICA DE EL SALVADOR

OPCION DE GRADO II  
CREACIÓN DE EMPRESA

PRESENTADO POR:  
JESSICA PAOLA ZUÑIGA MONTAÑA  
ANGIE DAYANA GOMEZ BRAVO  
MARIA CAMILA TORRES SOACHA

TUTOR  
RAFAEL GALVIS

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR - CUN  
FACULTAD DE CIENCIAS FINANCIERAS  
PROGRAMA TÉCNICO PROFESIONAL EN COMERCIO EXTERIOR  
BOGOTÁ, COLOMBIA

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

## **Dedicatoria**

Les dedicamos este esfuerzo personal y grupal a todos los participantes en nuestro proceso académico, Dios como principal apoyo, padres, docentes y compañeros de estudio. Es importante resaltar lo agradecidas que estamos al tenerlos presentes en nuestro camino de desarrollo y formación.

## **Agradecimientos**

Aprovechamos la oportunidad para agradecer su apoyo moral en este proceso de formación académico, damos un agradecimiento general por cada uno de sus pequeños o grandes aportes:

Dios, como principal fuente de energía e inspiración para ser cada día mejores y poder continuar en los obstáculos que se nos presentaron.

Profesor Rafael Galvis por transmitirnos su sabiduría y conocimiento profesional, en lo personal por ser una persona muy humilde, colaboradora, responsable en sus actividades laborales, tolerante, paciente con sus estudiantes, y por enfocarnos cada día por el camino del triunfo.

A nuestra familia por brindarnos su apoyo incondicional y estar presentes en momentos difíciles y darnos sus mejores consejos para seguir adelante.

A conocidos y compañeros que sin negarse nos colaboraron con alguna idea algún apunte o su apoyo moral han sido importantes en este proceso.

A las directivas de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, por ser tan serviciales y tener una gran institución.

Gracias a cada uno de ustedes.

## Tabla Contenido

Introducción .....	7
1. Justificación .....	9
2. Desarrollo de la matriz estratégica .....	10
2.1 Descripción de la Idea de Negocio .....	10
2.3 Futuro Preferido(visión) .....	13
2.4 Objetivo General .....	14
2.5 Objetivos Específicos.....	14
2.6 Valores.....	14
2.7 Análisis de PESTEL .....	15
2.8 Análisis de Porter: .....	16
2.9 Matriz de análisis de campos de fuerzas.....	17
2.11 Cadena de Valor .....	18
*El producto contará con el cumplimiento de normas nacionales e internacionales en materia de alimentos.....	22
*La estrategia que se buscará en materia del producto es obtenerlo con la mejor calidad y al menor costo.....	22
*Invertir en diseño imagen y marca.....	22
*Tener una excelente publicidad del producto para llamar la atención del cliente.....	22
*Centrarnos en el nicho del mercado .....	22
*Analizar la competencia y realizar una comparación en cuanto a los productos, procesos y servicios.....	22
*Medir resultados indicadores, costos gastos .....	22
3. ESTUDIO DE MERCADOS .....	22
3.1 Objetivos del Estudio de Mercados.....	22
Pentágono de Perfilación del cliente .....	23
3.2 Definición del mercado objetivo .....	24
3.3 Metodología de Investigación .....	44
3.4 Análisis de Investigación .....	47
4.1 Objetivos del Plan de Marketing.....	48
4.2 Estrategia de Producto .....	48
4.2.1 Estrategia de Marca .....	52
4.2.2 Estrategia de Empaque .....	53
4.2.3 Estrategia de Servicio Postventa.....	56

4.3 Estrategia de Precio.....	57
4.4 Estrategia de Publicidad .....	62
4.4.1 Publicidad .....	63
4.5 Estrategia de Distribución o Plaza.....	65
4.6 Proyección de ventas .....	69
5. CONCLUSIONES .....	72
6. BIBLIOGRAFÍA.....	73

## **Introducción**

La idea de realizar esta investigación para la creación de una empresa distribuidora y comercializadora de lechona enlatada dirigida a El salvador se basa en ofrecer un plato típico y tradicional de la gastronomía colombiana, de una manera diferente, en primera instancia para colombianos residentes en ese país, y segunda instancia incentivando a los salvadoreños a que degusten este plato colombiano, para con esto expandirlo a otros países.

En los últimos años los colombianos se han expandido en cantidades muy altas a nivel mundial, en países principalmente como Estados Unidos, México y Centroamérica, en el siglo XXI se ha logrado que la comida típica colombiana sea más apetecida por los colombianos en el exterior. En economías, como la de El salvador se observan necesidades gastronómicas que obedecen a la falta de comercialización de comidas típicas colombianas, por tal razón queremos facilitar el consumo de lechona enlatada, plato típico que es muy apetecido por los colombianos, que en este momento les queda difícil de adquirir, ya que no hay proveedores que lo vendan. Nuestra intención es comercializar este producto en los grandes supermercados, teniendo en cuenta que su demanda es muy amplia, y que sus ingresos son equilibrados, lo que hace que el producto sea adquirido sin ningún problema.

Según datos en PROCOLOMBIA de 2014 a este año, actualmente hay 5 empresas que se dedican a la comercialización y distribución de lechona enlatada a nivel internacional, las cuales son Pepsico Alimentos Colombia LTDA, Signal Grain S.A.S, Comercio Internacional Bopi Lemon S.A.S, Imporfood S.A.S, e Iberoamericana de Alimentos y Servicios S.A.S; dirigido a países como El Ecuador, Panamá y Honduras. Es una buena oportunidad para invertir con un producto de excelente calidad y sabor, a el país de El Salvador, teniendo en cuenta que en el momento no ha llegado a ese mercado nuestro producto.

Natalia Fonseca una estudiante de la CUN, dice que en El Salvador conoce bastante sobre la comida, costumbres, música, todo lo relacionado con su cultura y se dio cuenta que hay muchos colombianos en ese país, quienes en festividades se reúnen muy seguido en lugares como restaurantes, bares, parques principales del país, con el fin de intercambiar opiniones, mantener sus costumbres y cultura; en estas celebraciones se prepara comidas típicas como: ajiacos, empanadas, buñuelos, bandejas paisas, etc. A los salvadoreños les gusta mucho nuestra gastronomía, ya que es muy parecida, como por ejemplo, a las arepas ellos le dicen “pupusas”, la diferencia es que están hechas de arroz; los frijoles los consumen, al desayuno, almuerzo y comida pero molidos, el ajiaco con el nombre de caldo de gallina india, y por lo general su comida es más salada y picante. Una vez pasadas estas reuniones la comida colombiana es muy difícil de adquirir, por eso ella indica que la lechona impactaría mucho en el mercado salvadoreño.

Es importante resaltar que empresas colombianas están invirtiendo en El Salvador como la aerolínea Avianca llamada en el salvador aerolínea Taca y Bancolombia llamado en el salvador como Banco Agrario, y han obtenido ganancias muy rentables en los últimos años.

Para concluir, la intención de este proyecto es una idea de negocio para expandir la gastronomía nacional llegando a lugares donde residen colombianos y recordarles con este plato típico una mezcla de sabores exquisitos nativos de su país de origen.

## 1. **Justificación**

El presente trabajo realiza un análisis, en donde busca innovar y satisfacer un mercado internacional por medio de un producto típico de Colombia, para a dar a conocer un producto destacado de la gastronomía nacional, cumpliendo con la normatividad aduanera y comercial a la hora de exportar desde Colombia a El Salvador; llevando a manos del consumidor, el producto en perfectas condiciones para su consumo, con excelente presentación y calidad. La idea es expandir este mercado a nivel internacional para aumentar el crecimiento de la economía colombiana, permitiendo grandes ventajas y dándonos a conocer a nivel mundial como una empresa comercializadora de un producto enlatado de gran demanda y calidad.

Esta idea de negocio surgió porque Colombia es un país con una gran variedad de comidas típicas, la degustación de cada una de ellas es una mezcla de sabores que conforman una combinación perfecta, y sería bueno que otras personas en el mundo probaran este delicioso sabor colombiano. Para dar inicio a esta idea de negocio se piensa en lo satisfactorio que sería para un colombiano en el extranjero recordar ese sabor casero, por eso se toma la decisión de enfocarse en exportar este producto a el país de El salvador con el fin de que colombianos y salvadoreños disfruten este delicioso plato colombiano.

En lo personal se ve la posibilidad de desempeñar la carrera de negocios internacionales profesionalmente, creando una empresa que se encargue de llevar la gastronomía colombiana a manos extranjeras y en un futuro poder competir en un mercado internacional, obteniendo así grandes beneficios para el país y personalmente. Además, este proyecto se hizo con el fin de averiguar a fondo qué implicaciones tiene realizar una exportación desde Colombia a El salvador, conociendo los beneficios, las desventajas, la normas, los requisitos, el mercado que se quiere llegar, conocer cómo está la economía

colombiana, los riesgos, etc., y en el cual se obtiene grandes conocimientos con la realización de este proyecto.

Este producto va dirigido a personas colombianas que viven en el país de El Salvador, uno de los beneficios que trae esta idea de negocio es facilitar el acceso de lechona enlatada en cualquier almacén de cadena, para que así los colombianos no tengan que esperar bastante tiempo en degustar este delicioso plato típico de su país natal.

Además, permite abrir nuevos mercados basados en la experiencia que tengan los colombianos y salvadoreños, y con sus opiniones acerca del producto, dar la seguridad y con confianza de llegar a nuevos mercados en diferentes países.

## **2. Desarrollo de la matriz estratégica**

### **2.1 Descripción de la Idea de Negocio**

Este proyecto es referente a una idea de negocio, en donde se pretende crear una empresa de distribución y comercialización de lechona enlatada dirigida al país de El Salvador, en donde su objetivo principal es poner a disposición del mercado salvadoreño, comida típica colombiana; para comenzar el producto a exportar es lechona enlatada, con esto se pretende satisfacer una de las necesidades que actualmente presentan los colombianos residentes en el extranjero.

La idea nace, gracias a una estudiante de la universidad CUN, que compartió su experiencia, contando lo que vivió en El salvador, donde indica que era muy difícil conseguir comida típica de Colombia, en ese momento se identifica una necesidad que actualmente presentan colombianos residentes en ese país. Con esta idea de negocio se busca satisfacer esa

necesidad, facilitando el acceso de este producto, sin cambiar su sabor, color u olor, además dar a conocer un poco de la gastronomía colombiana a través de la lechona, a nativos de El Salvador y extranjeros.

En la idea de negocio se quiere exportar un bien tangible, con 24 meses de vida útil, en donde se comprarán grandes cantidades de lechona enlatada a la empresa INCOLCAR S.A Industria Colombiana de Carnes, y cumpliendo con el debido proceso legal y de distribución física internacional, exportarlo a el país de El Salvador, exactamente a la ciudad de San Salvador, para así, distribuirlo en las diferentes tiendas de Super Selectos. Teniendo en cuenta lo anterior, esta idea de negocio pertenece al sector terciario o de servicios ya que se dedica a la actividad de compra y venta de productos.

Para obtener buenos resultados, como empresa tenemos que tener en cuenta lo siguiente: la recepción del producto elaborado por el fabricante, en este caso la empresa INCOLCAR; la función de inspección; la cadena de transporte; el almacenaje y la entrega al cliente. En otras palabras, es el conjunto de actividades relativas al tratamiento de las órdenes de compra, el debido proceso para conservar y proteger los productos, el medio de transporte donde incluye el cargue, descargue y plan de ruta, desde que el producto sale de la bodega de la empresa INCOLCAR, hasta que el buque llega al puerto de la Libertad; realizar la gestión de cobro, y por último hacer entrega del producto al cliente, con el término CFR, según lo acordado en la negociación. Por otro lado, en cuanto a lo legal, cumplir con toda la normatividad aduanera nacional y extranjera.

### **Antecedentes de la Idea de Negocio**

Según datos de PROCOLOMBIA, en el año 2014 la empresa Pepsico Alimentos Colombia LTDA, en enero exportó a el país de Ecuador exactamente a la ciudad de Quito, 8.000 K neto y en septiembre exportó 1.300 K neto, a través de la Agencia de Aduanas Techcomex Ltda., por vía terrestre, a la empresa importadora, Pepsico alimentos Ecuador Cía. Ltda.

En el año 2015 se realizaron dos exportaciones, la primera fue en el mes de febrero, la empresa Signa Grain S.A.S, exporto a Panamá exactamente a la Ciudad de Panamá, por vía marítima 2,4 K neto, a través de la Agencia de Aduanas Aduanera Mundial S.A.S, dirigido a la empresa importadora Productos Lux S.A. Y la segunda fue en el mes de Mayo la empresa Comercio Internacional Bopi Lemon S.A.S realizó una exportación dirigida también a la Ciudad de Panamá por vía aérea, donde se exportaron 118,78 K neto, a través de la Agencia de Aduanas Global Customs Operator S.A.S, para la empresa importadora Comercializadora Int Productos Agropecuarios y Alimenticios.

En el año 2016 se realizaron 4 exportaciones dirigidas a los países de Panamá y Honduras; Imporfood S.A.S, realizó tres exportaciones a Panamá, exactamente a la Ciudad de Panamá, en Marzo se exportó 634,2 K neto y en el mes de octubre se realizaron dos exportaciones, también a la Ciudad de Panamá, en la primera se exportó 583 K neto y la segunda 539,2 K neto, estas exportaciones se realizaron por vía Marítima a través de la Agencia de aduanas American Customs Ltda, dirigida a la empresa importadora Inversiones Lasser S.A. Y la otra exportación la realizó la empresa Iberoamericana de alimentos y servicios S.A.S dirigida a el país de Honduras, exactamente a la ciudad de Tegucigalpa, en donde se exportó 152 K neto, por vía aérea a través de la Agencia de

aduanas, DHL Global Forwarding Colombia S.A, dirigida a la empresa importadora Noel Bueso Aguilar.

En este año 2017 se han realizado dos exportaciones por vía marítima, la empresa Imporfood S.A.S exportó el 11 de Agosto, 697,56 K neto y en la segunda exportación 605,77 K neto, desde el Valle del Cauca, a través del puerto de Buenaventura por medio de la Agencia de aduana American Customs Ltda, dirigida a la Ciudad de Panamá, a la empresa importadora Inversiones Lassne

## **2.2 Identidad Estratégica**

## **2.3 Futuro Preferido(visión)**

En los dos primeros años llegar hacer una empresa reconocida de distribución y comercialización de lechona enlatada en el país de El Salvador, llevando a manos del consumidor, el producto en perfectas condiciones para su consumo, con excelente presentación y calidad. logrando satisfacer las necesidades de los colombianos en el extranjero, y con ello obtener excelente aceptación para generar ingresos y en aproximadamente 4 años ser una empresa de producción, distribución y comercialización de lechona enlatada con nuestra propia marca, desarrollando más alianzas comerciales en diferentes países.

## 2.4 Objetivo General

- Exportar lechona enlatada a el país de El salvador para expandir la gastronomía colombiana a través de la creación de una empresa de distribución y comercialización, cumpliendo con toda la normatividad nacional y extranjera.

## 2.5 Objetivos Específicos

- Definir estrategias que se puedan implementar para la exportación de comida típica colombiana.
- Conocer la experiencia de empresas que exportan lechona a otros países del mundo.
- Escoger la mejor empresa de lechona enlatada en Colombia para que el producto sea el de mejor calidad en el exterior.
- Conocer las variables necesarias para distribuir con excelente calidad y servicio.

## 2.6 Valores

La empresa Típicas Colcap tendrá ante todo como prioridad los siguientes valores:

**Compromiso:** El nivel y el tipo de compromiso de los Empleados inciden tanto en la voluntad de permanencia como en el esfuerzo que el Empleado está dispuesto a hacer para aumentar su esfuerzo y nivel de contribución en la organización.

**Pro actividad:** conocer, evaluar, y satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes en función a los objetivos propuestos, con el fin de cumplir con el resultado esperado de nuestra gestión en tiempos breves.

**Responsabilidad:** Ser responsables en cada paso de nuestro proceso y también con nuestros clientes logrando satisfacer sus necesidades, brindándoles una mejor calidad y tranquilidad a la hora de llevar el producto para que este llegue en buen estado.

**Comunicación:** Hace referencia a la comunicación que manejamos tanto con nuestros clientes como con nuestros trabajadores la cual debe ser total para que nuestros sistemas funcionen en pro de mejora constante.

**Respeto:** tener y promover permanentemente relaciones humanas cordiales, respetuosas y armoniosas a nivel interno como externo.

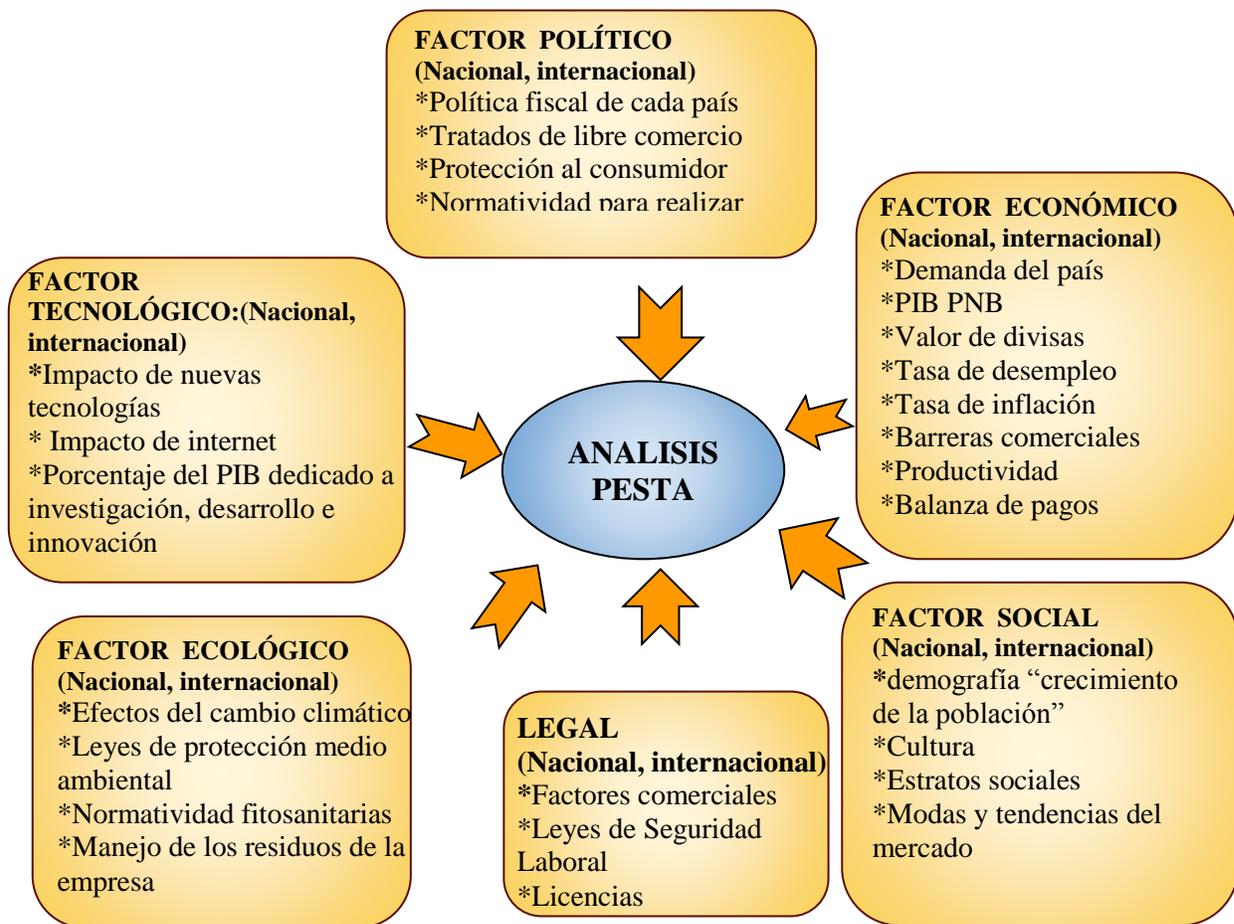
**Innovación:** Amplia vía a la innovación creación e implementar novedades en nuestra empresa para lograr una mejor calidad.

**Calidad:** ofrecer con los mayores estándares de calidad a la hora de la manipulación y entrega del mismo.

## **2.7 Análisis de PESTEL**

El análisis PESTEL es una herramienta de gran estrategia la cual nos sirve para observar el grado de crecimiento que puede tener la empresa frente a algunos factores, las cuales permitirán saber que tanta posibilidad de éxito tiene nuestra idea de negocio.

Por medio de esta herramienta se evaluará y detallara de una mejor forma el entorno en el que opera la empresa, teniendo en cuenta los siguientes factores a nivel político(legal) socio-culturales, económico, tecnológicos y ecológicos.



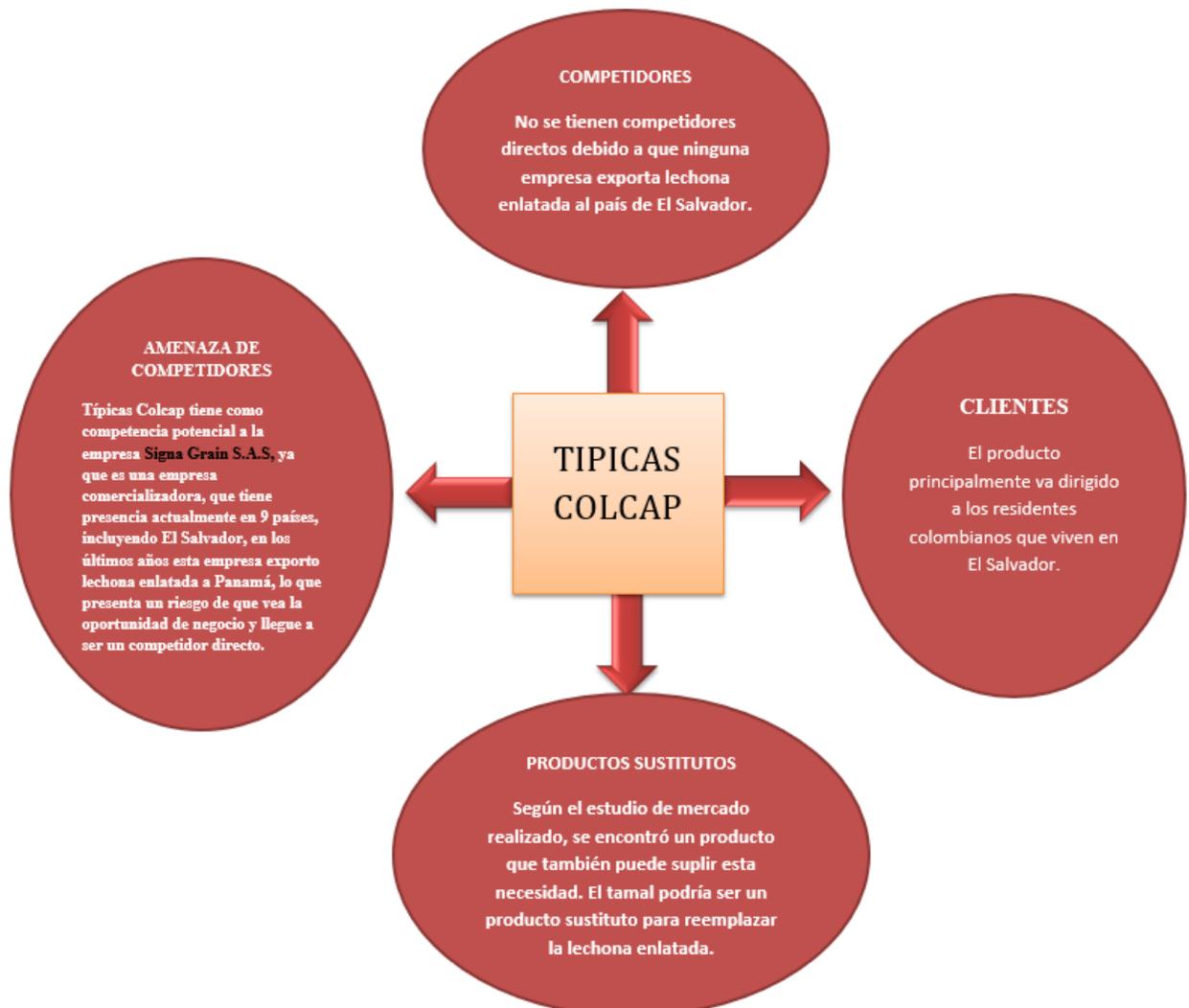
## 2.8 Análisis de Porter:

Es un modelo estratégico el cual nos permite clasificar nuestra competencia y analizar cómo podemos buscarle una estrategia para enfrentarla, ello conlleva a aplicar las 5 fuerzas.

## 2.9 Matriz de análisis de campos de fuerzas

Para la empresa es de vital importancia aplicar la cinco fuerzas de PORTER debido a que con esto se puede determinar el nivel de competitividad que hay en la industria y con las cuales la organización se verá afectada.

Esto conlleva a realizar un análisis para generar estrategias y deducir si el proyecto tendrá una buena rentabilidad en el mercado.



## 2.10 Matriz de Despliegue estratégico Generativa

### MATRIZ DOFA:

<p style="text-align: center;">ANÁLISIS EXTERNO</p> <p style="text-align: center;">ANÁLISIS INTERNO</p>	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES (O)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Calidad en el servicio</li> <li>*Buena estructura organizacional</li> <li>*Personal capacitado</li> <li>*Apertura de nuevos mercados</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES (D)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Costos mayores que los de la competencia</li> <li>*Poca experiencia en el mercado</li> <li>*Infraestructura inadecuada</li> <li>*Al ser un producto nuevo se demora en ser aceptado por el cliente.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS (F)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Adquirir experiencia y capacitación en el campo laboral</li> <li>Posible expansión a nivel nacional e internacional</li> <li>* Aceptación en el mercado</li> <li>*Empresa generadora de empleo</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS (FO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Utilizar los recursos y ampliar nuestro aprendizaje</li> <li>*Aprovechar al máximo la estructura organizacional para buscar la expansión a nivel internacional buscando satisfacer al cliente.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS (FA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Poner precios competitivos en el producto y servicio.</li> <li>*Buscar mejoras en nuestros procesos, con la finalidad de responder en el mercado en el menor tiempo posible.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS (A)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Alza de los precios de los productos</li> <li>* Aumento de competencia directa o indirecta</li> <li>* Clima</li> <li>*Falta de disponibilidad de los productos</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS (DO)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Afianzar los recursos y sus costos para generar un producto con alta calidad</li> <li>*Aprovechar al máximo la estructura organizacional para diferenciarnos de la competencia.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS (DA)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Buscar un mayor desarrollo en campañas publicitarias y muestras e indagar cómo es este tipo de mercado y de esta manera agilizar la obtención de certificados de calidad.</li> <li>*Buscar ubicaciones que nos genere un menor costo.</li> </ul>

## 2.11 Cadena de Valor

La cadena de valor es una herramienta la cual describe la variedad de actividades que se requiere para llevar un producto o servicio desde su punto de origen, teniendo este

que pasar por intermedias de la producción y la entrega hasta los consumidores finales, el cual es de vital importancia



## Actividades primarias

**\*Logística interna:** la logística interna hace parte de la estructura, debido a que se realizan actividades donde se permite organizar los flujos de información de la empresa en las cuales se encuentran: control de inventarios, depósito de la mercancía, transformación de los insumos, inspecciones, devoluciones al proveedor y posibles riesgos.

**\*Logística externa:** la logística externa de la compañía se centra en los procesos que se realizan al momento de la distribución del producto como : Distribución física internacional del producto, proceso del pedido de los clientes, almacenamiento, operación de transporte de entrega, distribuidores al cliente final.

**\*Producción:** son aquellas actividades de transformación y ensamble de la materia prima como

**\*Comercial/Marketing:** Herramienta fundamental, la cual utilizara la empresa **TÍPICAS COLCAP** para realizar publicidad al producto y que este pueda ser reconocido por los clientes, teniendo en cuenta: La investigación de mercado, promoción, fuerza de ventas, cotización, fijación de precio y selección de canales de distribución.

**\*Servicios postventa:** actividad en la que se brindara una adecuada prestación de servicios para lograr mantener un valor estándar en el producto y que el cliente logre estar satisfecho: como dar soluciones rápidas, garantías, verificar el tiempo de entrega y condiciones de envío.

#### **Actividades de apoyo:**

**\*Infraestructura de la empresa:** aquellas actividades que complementan las primarias en el funcionamiento general de la empresa como la planificación, la parte administrativa, finanzas, recursos humanos, control de costes, gestión de la calidad y los temas legales y fiscales.

**\*Administración de recursos humanos:** Área estratégica de la organización en donde se encargan de la selección del personal, capacitación, motivación a los empleados.

**\*Desarrollo de tecnologías:** modernas tecnologías para que los procesos internos como externos sean más eficientes.

**\*Aprovisionamiento:** La empresa se encargará de la selección de proveedores, compra de materia prima la cual se mantendrá almacenada hasta el momento de su comercialización.

## **2.12 Estrategia Competitiva**

Nuestra compañía quiere ser líder en cuanto a la comercialización y distribución de lechona enlatada dirigida al San Salvador, la cual suplirá una necesidad. Según el estudio de mercado que se realizó, logramos ver que no tenemos competencia directa, por lo cual es un punto a favor ya que la empresa sería la primera en posicionarse dentro del mercado Salvadoreño.

La empresa pretende desarrollar las siguientes estrategias competitivas que darán mayores garantías de éxito al proyecto:

\*El producto contará con el cumplimiento de normas nacionales e internacionales en materia de alimentos

\*La estrategia que se buscará en materia del producto es obtenerlo con la mejor calidad y al menor costo.

\*Invertir en diseño imagen y marca

\*Tener una excelente publicidad del producto para llamar la atención del cliente

\*Centrarnos en el nicho del mercado

\*Analizar la competencia y realizar una comparación en cuanto a los productos, procesos y servicios.

\*Medir resultados indicadores, costos gastos

### **3. ESTUDIO DE MERCADOS**

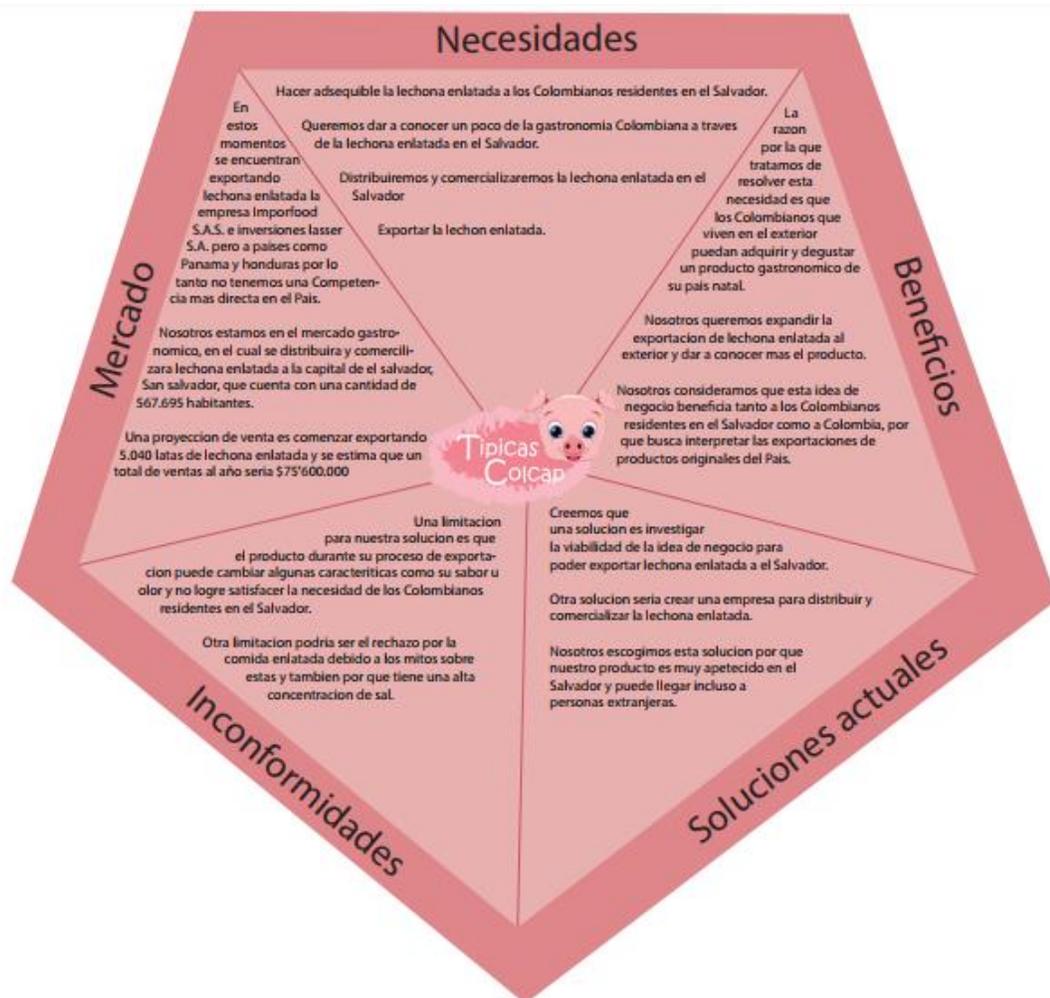
#### **3.1 Objetivos del Estudio de Mercados**

Los objetivos que se pretenden alcanzar a partir de la investigación de mercado son los siguientes:

- Recopilar suficiente información y la más necesaria para tener una idea clara del mercado que se desea alcanzar.
- Conocer más acerca del proceso de exportación para que el producto tenga una buena distribución física internacional.
- Identificar y determinar las características de nuestros posibles competidores directos y potenciales, y de esta manera estructurar efectivamente nuestra forma de acción empresarial.

## Pentágono de Perfilación del cliente

En este pentágono se realizó un estudio profundo para analizar la viabilidad de esta idea de negocio, se identificaron; las necesidades que se quieren satisfacer, el mercado al que se piensa llegar, los beneficios que trae esta idea de negocio, las inconformidades o limitación que podrían afectar la realización del proyecto y por ultimo las soluciones que se le dan a esas limitaciones.



### 3.2 Definición del mercado objetivo

#### Perfil de logística desde Colombia a El Salvador



Fuente: ElSalvadormipais.com - 2015

El Salvador se encuentra ubicado en Centroamérica, limita al norte y este con Honduras, al sur con el océano Pacífico, y al oeste y noroeste con Guatemala. Es el país más pequeño de la zona continental de Centroamérica. Su capital y ciudad más grandes es San Salvador.

El PIB del país se encuentra dividido así: 64,9% corresponden a los servicios, 25,1% a la industria y 10% a la agricultura. Los principales productos del país son café, azúcar, maíz,

frijol, semillas oleaginosas, algodón y sorgo. Sus principales socios en importaciones son Estados Unidos, Guatemala, México, China y Honduras los cuales representan el 65% de las mismas.

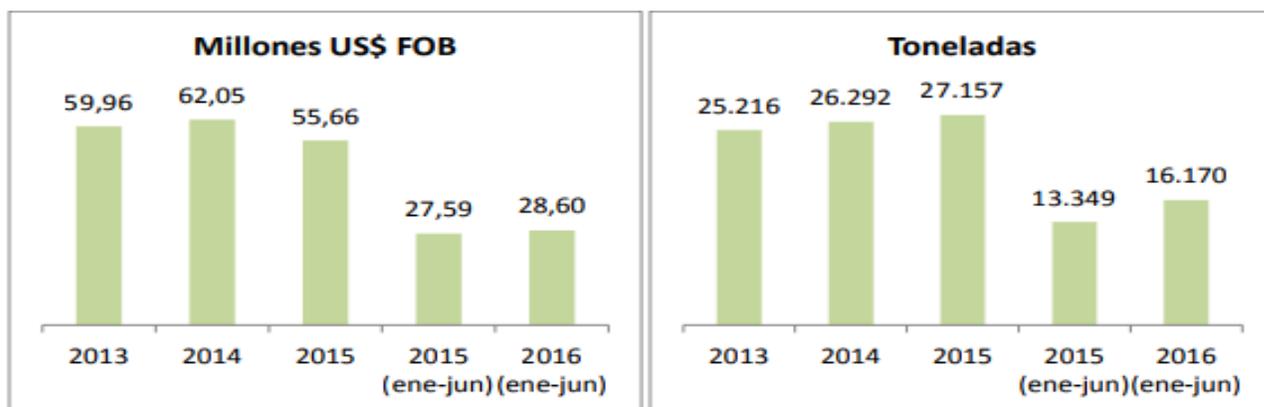
El Salvador cuenta con alrededor de 10.029 km de carreteras distribuidas a lo largo de su territorio, de las cuales forman parte la carretera panamericana y la carretera litoral. Además, se encuentra en construcción la carretera Longitudinal del Norte que atravesará el país desde la frontera El Amatillo con Honduras hasta la frontera Anguiatú con Guatemala.

Posee 6.918 kilómetros de vías, de las cuales 3.247 kilómetros de las mismas se encuentran pavimentados, incluyendo 341 de autopistas. La terminal principal del país es el Aeropuerto Internacional de El Salvador, además de contar con otras 4 terminales pavimentadas. (PROCOLOMBIA, 2017)

### **Exportaciones colombianas**

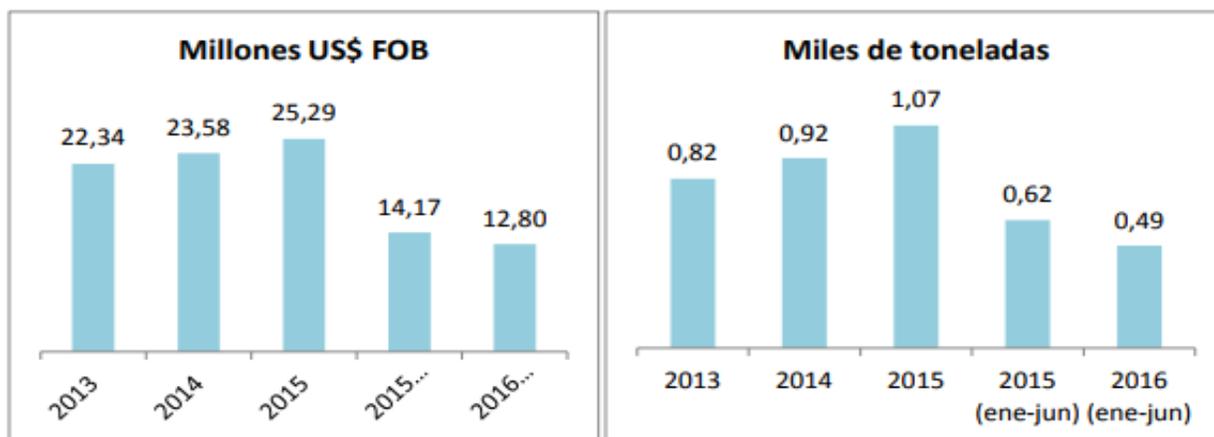
En el primer semestre de 2016, se exportaron a El Salvador 16.664 toneladas, que corresponden a US\$ 41,40 millones en valor FOB. El mayor volumen de carga se transportó vía marítima, representando el 97,04% del total. En cuanto a toneladas y valor US\$ FOB exportado de Colombia a El Salvador por modos de transporte encontramos el siguiente para los últimos 4 años:

## Marítimo



Fuente: DANE, MinCIT - 2016

## Aéreo



Fuente: DANE, MinCIT - 2016

## Desempeño logístico de El Salvador

Según el Logistics Performance Index (LPI) Publicado por el Banco Mundial en el 2016, El Salvador ocupa el puesto 83 en el mundo en cuanto al desempeño

logístico. Sumado a lo anterior es importante señalar que el desempeño presentado por El Salvador en cada uno de los diferentes aspectos que componen el LPI, fue el siguiente:

### Logistics Performance Index de El Salvador

LPI	Puntaje	Puesto
	2,71	83
<b>Aspectos evaluados</b>		
Eficiencia aduanera	2,37	107
Calidad de la infraestructura	2,25	114
Competitividad de transporte internacional de carga	2,82	76
Competencia y calidad en los servicios logísticos	2,66	83
Capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	2,78	76
Puntualidad en el transporte de carga	3,29	74

Fuente: Banco mundial - 2016

Acceso marítimo



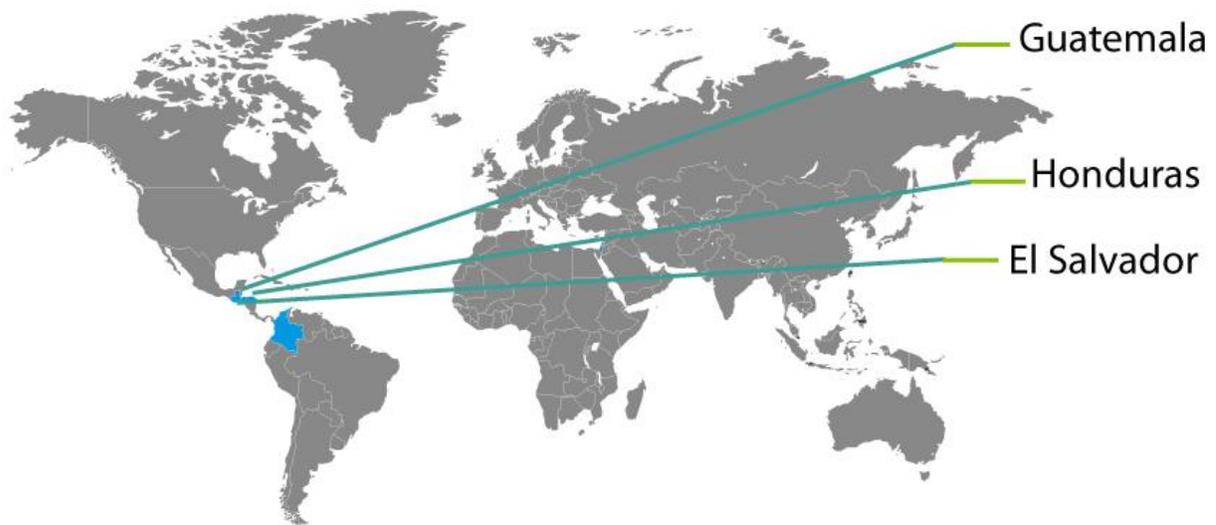
Fuente: Procolombia-2016

El Salvador cuenta con una infraestructura portuaria escasa a lo largo de su costa en el Océano pacífico conformada por el Puerto de Acajutla y el Puerto de la Unión. De los puertos mencionados, el tráfico marítimo de mercancías entre Colombia y El Salvador, se concentra en el Puerto de Acajutla, ubicado en la Costa Pacífica destino hacia el cual se ofertan servicios semanales desde los puertos de Barranquilla, Cartagena y Buenaventura.(PROCOLOMBIA, 2016)

### **Servicios marítimos**

Desde los puertos ubicados en la Costa Atlántica: Cartagena y Barranquilla, Colombia cuenta con servicios en conexión hacia Acajutla y San Salvador, teniendo así tiempos de tránsito desde los 11 días. Las conexiones se realizan principalmente en puertos de Panamá y México. Actualmente desde Buenaventura, la oferta de servicios de transporte de carga hacia El Salvador, es prestada por 6 navieras con rutas en conexión hacia Acajutla y San Salvador, logrando tiempos de tránsito desde los 14 días. Las conexiones se realizan en puertos de Panamá y México principalmente.(PROCOLOMBIA, 2016)

### **Tratado de Libre Comercio entre la República de Colombia y el Salvador**



Fuente: MINCOMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO- 2011

Colombia y los países del Triángulo Norte de Centroamérica (El Salvador, Guatemala y Honduras) inician negociaciones para la firma de un tratado de libre comercio que les permita a los cuatro países mejorar las condiciones de acceso a sus respectivos mercados, aprovechar las complementariedades de sus economías, así como promover las inversiones mutuas, con miras a lograr mayores niveles de desarrollo que beneficien a la población.

Las relaciones comerciales de Colombia con Guatemala, El Salvador y Honduras han estado enmarcadas en Acuerdos de Alcance Parcial suscritos en 1984 en el marco de la ALADI. Dichos Acuerdos cubren un grupo reducido de productos mediante preferencias arancelarias fijas.

Con el fin de fortalecer la integración económica regional como instrumento esencial para el avance del desarrollo socioeconómico de los países latinoamericanos,

Colombia, Guatemala, El Salvador y Honduras, iniciaron en junio de 2006 negociaciones para un Tratado de Libre Comercio.

Las negociaciones del TLC-TN se realizaron entre mayo de 2006 y marzo de 2007 e incluyen asuntos como: Trato Nacional y Acceso de Mercancías al Mercado, Inversión, Servicios, Comercio Transfronterizo de Servicios, Comercio Electrónico, Cooperación, Solución de Diferencias, Contratación Pública, Facilitación del Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Normas Técnicas, Normas de Origen y Medidas de Defensa Comercial.

El Acuerdo fue firmado el 9 de agosto de 2007 en Medellín Colombia, radicado en el Congreso colombiano en febrero 20 de 2008 quien lo ratificó el 3 de junio. Obtuvo sanción presidencial el 30 de julio de 2008 con Ley 1241. Fue declarado exequible por la Corte Constitucional, el 8 de julio con Sentencia C-446 de 2009 , que se notificó el 23 de septiembre de 2009.

- Colombia y Guatemala el TLC entró en vigor el 12 de noviembre de 2009
- Colombia y El Salvador el 1 de febrero de 2010
- Colombia y Honduras el 27 de marzo de 2010 ( MINCOMERCIO,

INDUSTRIA Y TURISMO, 2011)

Los productos que se empezaron a importar al El Salvador, fueron los plásticos, textiles y herramientas de meta lmeccánica. Por otra parte, en Colombia los productos que se exportaban eran, el petróleo y el aceite, con el tiempo estas actividades comerciales trajeron grandes beneficios para ambos países, por tal motivo en los últimos años Colombia

ha invertido gran capital en El salvador, con una empresa muy representativa del país llamada Bancolombia conocida en El Salvador como Banco agrario, siendo visible para los clientes y usuarios con el mismo logo colombiano. También se encuentra el banco Davivienda como uno de los grandes inversionistas que tiene Colombia. Actualmente nuestro país ha venido desempeñando buenas negociaciones en El Salvador con la venta de aviones llamados Avianca. (PROCOLOMBIA- 2016)

## **Cultura**

La cultura de El Salvador es una mezcla de las culturas Maya, Lenca, Nahua, Ulúa, española y otros grupos étnicos minoritarios.

Menos del 1% de la población habla náhuat. La religión católica desempeñó un papel importante en la cultura de El Salvador. Los artículos de pintura, de cerámica y de textil son las principales expresiones artísticas manuales.(elsv.info, 2014)

## **Gastronomía**

Las pupusas, platillo tradicional por excelencia.

La comida más notable de El Salvador son las pupusas. La Pupusa es una tortilla gruesa hecha a mano (ya sea usando masa de maíz o a masa de arroz) rellena con uno o más de los siguientes ingredientes: queso (normalmente un queso suave llamado Quesillo con/sin Loroco), chicharrón, frijoles refritos, y/o loroco con queso. Otros ingredientes tales como el camarón, pollo o el ayote son utilizados generalmente por los restaurantes. Otros

platos típicos salvadoreños son el atol shuco, tamales de gallina, tamales de elote, tamales pisques (reellenos de frijol), la yuca frita o sancochada, el pan con chumpe (pavo), enchiladas, camote en miel, los nuegados de yuca bañados con miel de atado de dulce de panela acompañados de chilate caliente. En el oriente del país encontramos los totopostes y rosquillas. (elsv.info, 2014)

### Tamales

Aparte de los tradicionales tamales de carne de cerdo o pollo, también existen otras variedades, siempre a base de maíz, entre ellas: los de chipilín, en los que a la masa se le incorporan hojas de dicho vegetal; Ambas clases utilizan como envoltorio hojas de plátano o de banano y carecen de un relleno.

Adicionalmente, se consumen también tamales de elote, cuyo ingrediente principal son granos de maíz tierno molido y mezclado con leche o mantequilla, también existen tamales de frijoles fritos, quesillo o chicharrón, y se envuelven en las hojas de los mismos elotes. Por último en El Salvador a los tamales dulces se les conoce como "de azúcar" y su relleno es por lo general en base a uvas o ciruelas pasas o mermeladas a base de pita. Este tipo de tamales también cada vez es más escaso. (elsv.info, 2014)

### **Documentos requeridos para ingreso de mercancías**

- 3 Facturas Comerciales (preferiblemente en Español). Conteniendo, en adición a los detalles usuales, medio de transporte, aeropuerto de carga, país de origen, y una declaración firmada que diga lo siguiente:

“Declaramos solemnemente que todos los datos contenidos en la presente factura concuerdan en un todo con la realidad, dándonos cuenta de que nos exponemos a las sanciones penales que determine la ley cuando en los datos mencionados se compruebe cualquier inexactitud con tendencia a defraudar los interés fiscales y comerciales de El Salvador”

- Para el envío de armas, explosivos, narcóticos se deben diligenciar 7 facturas comerciales deben ser presentadas para la legalización; el consulado retiene 5 copias.

- 3 Certificados de Origen, certificados por la cámara de comercio y legalizadas por el Consulado de los bienes sujetos a derechos preferenciales.

- Licencia de importación. Donde no haya consulado disponible, un consulado de una nación amiga o un notario público deberá legalizar. (PROCOLOMBIA, 2016)

Muestras sin valor comercial

Para bienes valuados en US\$ 50 (FOB) o menos: Presentar 2 Facturas Pro forma. En el caso de bienes valuados sobre US\$ 50 (FOB), aplican las normas de envíos comerciales del punto anterior.

Transporte de muestras sin valor comercial Se entiende por muestras sin valor comercial a aquellas mercancías que tienen por finalidad demostrar sus características y que carecen de valor comercial por sí mismas, las cuales no deben ser destinadas a la venta en el País. Sin embargo esto varía de acuerdo a la legislación de muestras existente en cada uno de ellos. Dentro del manejo de mercancías por vía aérea, ya sea como muestras sin valor comercial o envíos urgentes, se destacan las ALIANZAS que Procolombia ha suscrito con diversas transportadoras, para reducir el costo de los envíos en que incurren aquellas empresas que trabajan en los diferentes programas ofrecidos por nuestra entidad.

Transporte por carretera Se debe tener en cuenta que cada país establece el Peso Máximo Vehicular para el tránsito de los diferentes vehículos por las carreteras nacionales. Estos reglamentos son generalmente expedidos por los Ministerios de Transporte y su incumplimiento acarrea sanciones a los dueños de los vehículos Para efectos prácticos, en El Salvador el peso permitido para el tránsito de contenedores de 20' y 40' es de 20 TON. El tránsito de vehículos con sobrepeso en las carreteras podrá ser sancionado con multas hasta de US\$ 5.500. (PROCOLOMBIA, 2016)

#### Normatividad Fitosanitaria

Exigencia Cumplimiento de la Norma Internacional de Protección Fitosanitaria. El ICA exige sin excepciones para todas las importaciones y exportaciones el cumplimiento de la norma NIMF-15 desde septiembre de 2005. Esta medida reduce el riesgo de

introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca.(PROCOLOMBIA, 2017)

## Incoterms

Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada termino permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato.

El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional. (BusinessCol.com, 2017)

El Incoterm que se va a utilizar para llevar a cabo la exportación de lechona enlatada es el CFR (coste y flete, puerto de destino convenido), término utilizado exclusivamente cuando el transporte de la mercancía se realiza por barco (mar o vías fluviales de navegación interior).

El vendedor pagará los gastos y el flete necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino convenido, si bien el riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercancía traspasa la borda del buque en el puerto de embarque. Este término exige que el vendedor despache la mercancía de explotación

#### Obligaciones Comprador

- Tiene la obligación de pagar el precio según lo dispuesto en el contrato de compra-venta y conseguir, por su cuenta y riesgo, cualquier licencia de importación o cualquier otra autorización oficial precisa, así como llevar a cabo todos los trámites aduaneros para la importación de la mercancía.

- Aceptar la mercancía cuando ésta sea entregada y la recibirá del transportista en el puerto de destino designado. Los riesgos de pérdida o daño de las mercancía los asumirá desde el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque a no ser que no de aviso al vendedor en cuyo caso asumirá todos los riesgos de pérdida o daños que pueda sufrir la mercancía a partir de la fecha convenida o la fecha de expiración del plazo fijado para el embarque.

- Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que haya sido entregada, así como todos los derechos, impuesto y otras cargas oficiales y trámites aduaneros, exigibles por la importación de la mercancía.

- Cuando tenga el derecho de determinar el tiempo de embarque de la mercancía y/o el puerto de destino dará al vendedor el aviso suficiente.

- Aceptar el documento de transporte y pagará, de no haber convenido otra cosa, los gastos de la inspección previa al embarque.

- Otras obligaciones es pagar todos los gastos y cargas en que se haya incurrido para la obtención de los documentos y reembolsar los efectuados pro el vendedor al prestar su ayuda al respecto.

- Posibilidad de contratar seguro para cubrir el riesgo durante el transporte en barco.(areadepymes - 2010)

#### Obligaciones Vendedor

- Suministrar la mercancía y la factura comercial de conformidad con el contrato de venta, así como obtener cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial precisa y llevar a cabo todas las formalidades aduaneras necesarias para la exportación de la mercancía.

- Contratar el transporte de la mercancía al puerto de destino designado por la ruta usual en un buque de navegación marítima del tipo normalmente empleado para transportar la mercancía descrita en el contrato.

- Asumir los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino.

- Entregar la mercancía a bordo del buque, en el puerto de embarque, en la fecha o dentro del plazo estipulados.

- Asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque.

- Pagar todos los gastos relativos a la mercancía hasta que haya sido entregada, incluidos los de cargar la mercancía a bordo y cualesquier gasto que por descargarla en el puerto de destino puedan ser exigidos por las líneas regulares de navegación cuando concluyen el contrato de transporte.

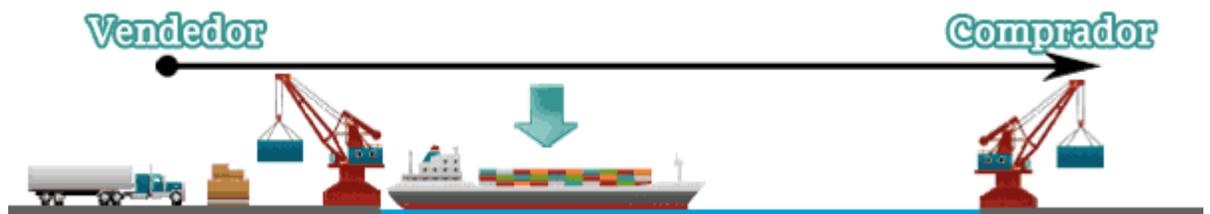
- A menos que se haya estipulado otra cosa, deberá proporcionar, a sus propias expensas y sin tardanza, al comprador el documento de transporte usual para el puerto de destino convenido, estando eximido de presentar al comprador una copia de la "chartes party" (póliza de fletamento).

- Pagar los gastos de las operaciones de verificación necesarios al efecto de entregar la mercancía, así como prestar al comprador, a petición, riesgos y expensas de éste, la ayuda requerida para obtener cualesquiera documentos o mensajes electrónicos equivalentes emitidos o transmitidos en el país de embarque y/o de origen que pueda necesitar el comprador para la importación de la mercancía.(areadepymes - 2010)

#### Documentación mínima a aportar por el vendedor

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

- Otras Certificaciones relativas al producto a tramitar en el país de origen.
- Documento de transporte marítimo (Bill of Lading Master de B/L o House de B/L).
- En función del Régimen Comercial de Exportación, el vendedor podrá precisar para el despacho Aduanero de Exportación algunos de los siguientes documentos:
  - Licencia de Exportación.
  - Autorización Administrativa de Exportación.
  - Documento de Vigilancia Comunitaria.
  - Notificación Previa de Exportación.(areadepymes - 2010)



Fuente: areadepymes - 2010

La flecha verde hacia abajo ( ↓ ) indica el momento de la entrega por parte del vendedor, lo que conlleva el final de sus responsabilidades para con la mercancía. En este caso, el vendedor cumple con sus responsabilidades cuando la mercancía ha sobrepasado la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Se diferencia del FOB en que el vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino.(areadepymes - 2010)

## Competencia

Competencia directa: según la página web GESTION.ORG La competencia directa “son las empresas o negocios que venden un producto igual o casi al que se vende en el mismo mercado en el que se está, lo que hace que ambas empresas busquen a los mismos clientes para venderles lo mismo”, por lo tanto la empresa Típicas Colcap no cuenta con una competencia directa porque no hay una empresa que exporte lechona enlatada desde Colombia hacia El Salvador.

Competencia Indirecta: según la página web GESTION.ORG La competencia indirecta “son las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente”, según lo anterior, desde Colombia no se tendría competencia indirecta ya que la mayoría de empresas que exportan a El Salvador, exporta medicamentos para uso humano, polipropileno, aceites livianos, aviones y productos de uso personal, entre otros.

Competencia potencial: según la página web GESTION.ORG La competencia potencial “son aquellas empresas que aún no han ingresado al mercado, pero que tienen altas probabilidades de hacerlo en breve”, entonces una posible competencia potencial sería la empresa **Signa Grain S.A.S.**, esta llegó a Bogotá en el año 1996 como una compañía comercializadora, actualmente cuenta con dos razones sociales una como productora “Prosigna”, y otra como comercializadora “signa grain”. Tiene presencia en 9 países; México, Costa Rica, Salvador, Panamá, Venezuela, Ecuador, Perú, Bolivia, y Colombia. Se caracteriza por ser una empresa de consumo masivo en alimentos y bebidas con generación de valor, que acompaña y divierte a las familias y clientes ofreciendo soluciones y marcas que originan vínculos emocionales en los consumidores. (Signa grain sas.- 2017)

En el 2015 esta empresa exportó lechona enlatada a Panamá exactamente a la Ciudad de Panamá, por vía marítima, 2,4 K neto, a través de la Agencia de Aduanas Aduanera Mundial S.A.S, dirigido a la empresa importadora Productos Lux S.A. A pesar de que esta empresa tiene presencia en el país de el Salvador actualmente no ha exportado lechona enlatada allí, posiblemente para un futuro lo comercialice. (PROCOLOMBIA, 2017)

### Super selectos

Super Selectos es una cadena de supermercados de origen salvadoreño y cuenta con 97 sucursales en todo El Salvador, divididas entre Super Selectos y **Selectos Market**, marca la de la cual Súper Selectos es poseedora. Las publicaciones en medios escritos, radio, televisión, internet y redes sociales acerca de los descuentos diarios de la cadena Super Selectos tiene medidas exageradas, cada día se publican decenas de ofertas de los productos más vendidos y preferidos por los salvadoreños.( Wikipedia- 2017)

Se escoge esta empresa como la proveedora de la lechona enlatada porque es una cadena de supermercados muy grande y que tiene acceso en todo el país por lo tanto es más fácil conseguirla para los colombianos que residen allá.



## Allianz Colombia

Allianz es una de las aseguradoras más grandes del mundo, atendiendo más de 85 millones de clientes, todo gracias al esfuerzo que desde 1890 la empresa pone día a día por entregarle tranquilidad a cada uno de los que ponen la confianza en ellos.

En Allianz Colombia siguen comprometidos con asegurar el futuro de cada colombiano, ofreciendo soluciones que se ajusten a todas sus necesidades.

Asegura integralmente los bienes y el patrimonio de las empresas, ya sea industrial, comercial o de servicios, frente a los diversos riesgos que puede enfrentar bajo la modalidad de todo riesgo daño material. (Allianz - 2017)

Como bien se dijo anteriormente la finalidad del presente proyecto es exportar lechona enlatada al país de El Salvador, pero como toda exportación, está sujeta a varios inconvenientes uno de ellos es la inseguridad del país, El salvador según “El diario de hoy”, dice que la violencia aumentó 117.6% a diferencia del 2015, por ende deducimos que nuestro producto a exportar estaría expuesto a; el robo por bandas criminales, a mayores costos en la operación por no contar con un personal adecuado, a demoras en la entrega por inconvenientes logísticos y a la informalidad legal por la inseguridad jurídica que presentan empresas que ejercen la competencia desleal.

Con estos inconvenientes la calidad del producto será menor, y por tal motivo no sería conveniente para lograr posicionar nuestro producto en el mercado salvadoreño. Además, se presentan obstáculos aduaneros dentro de los cuales se destacan:

- Barreras Fiscales, consisten en impuestos que gravan la entrada de mercancías al país, como el arancel, IVA, impuestos especiales e impuesto de sociedades.

- Barreras Cuantitativas es donde se limita la cantidad o volumen de mercancía que ingresa al país con libre derecho arancelario, una vez este cupo este lleno se negara el ingreso de nuevas mercancías por un periodo determinado.

- Barreras Técnicas, son los requerimientos relacionados con la salud, la calidad del producto y la seguridad; que en ciertas ocasiones dificultan notablemente la posibilidad de exportar a dichos países.

- Barreras Medioambientales, son una serie de requisitos que se deben conservar y respetar para no dañar el medioambiente, los aspectos que se centran en esta barrera son: forma de producción donde se prohíbe el uso de determinados gases químicos y se exigen determinadas normas ambientales; otro es el tratamiento de los residuos con esto se busca la forma de ingeniar nuevas utilidades para los materiales; y por último en cuanto al empaque y embalaje de la mercancía se implementó el método de reducir el volumen de mercancías para la protección del producto y hacer uso de materiales reciclables.

También se consideran barreras medioambientales a las barreras fitosanitarias que son normas que determinan las condiciones higiénicas y sanitarias que deben tener los productos en todos sus procesos.

Una vez superados los obstáculos aduaneros mencionados anteriormente se lograra el objetivo de este proyecto que es llevar lechona enlatada a el país de El salvador para complacer el paladar de colombianos residentes en él, ya que actualmente en ese país no hay acceso a este plato.

### 3.3 Metodología de Investigación

Se entiende por métodos de investigación, aquellos procedimientos lógicos y rigurosos que siguen los investigadores para obtener conocimiento, debemos recordar que la palabra método también se puede definir como camino o ruta.

Toda investigación nace a partir de una situación observada o sentida, que genera una serie de inquietudes o preguntas que no se pueden responder de forma inmediata, sino que requiere establecer un proceso de desarrollo para dar solución.(Investigación, 2014)

Por lo anterior la metodología de investigación utilizada en este trabajo es **Investigación Exploratoria**, Como el nombre lo indica, “busca examinar un tema que no ha sido estudiado o que se ha estudiado muy poco con miras a ampliar la información que se tiene sobre el tema, y poder tener un panorama más amplio de la situación, También se emplean para identificar una problemática ” (Metodológica, 2013)

Se ha escogido esta metodología de investigación ya que la exportación de lechona al extranjero es muy poca y al país El salvador no se hace desde Colombia, por lo tanto es un nuevo campo para la gastronomía típica de Colombia, el cual debe ser bien estudiado para saber si el producto va a tener un buen recibimiento por parte de los consumidores y proveedores.

El enfoque que tiene este trabajo es cualitativo ya que que un estudio donde “parte del estudio de métodos de recolección de datos es de tipo descriptivo y de observaciones para descubrir de manera discursiva categorías conceptuales”.(Investigación, 2014)

## Fuentes de investigación

Según Sampieri, Collado, & Lucio (1991):

Fuentes primarias: las fuentes primarias que se utilizaron fueron revistas y periódicos electrónicos, documentos oficiales de instituciones públicas, páginas web, observación.

Fuentes secundarias: las fuentes secundarias que se utilizaron fueron libros y artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones.

La empresa no realizó ninguna encuesta debido que el mercado objetivo está en otro país y en el momento no se cuenta con el presupuesto suficiente para realizar una encuesta allá, por lo tanto se realiza una amplia investigación para poder conocer las necesidades de los colombianos residentes en El Salvador.

Sin embargo, se realizó una serie de preguntas que hubieran sido de gran ayuda para conocer más las necesidades de los consumidores, en caso que se hubiera podido realizar una encuesta.

### **1. ¿Ha probado Lechona Tolimense?**

- a) SI
- b) NO

### **2. Desde que llegó a El Salvador, ¿Cada cuánto come Lechona?**

- a) Una vez a la semana
- b) Una vez al mes
- c) Una vez al año
- d) Nunca

**3. ¿Es complicado conseguir lechona, en El Salvador?**

- a) SI
- b) NO

**4. ¿En qué lugar suele comprar sus productos de consumo diario?**

---

---

---

**5. ¿Le gustaría encontrar en las tiendas o almacenes de cadena, más comida típica de Colombia?**

- a) SI
- b) NO

**6. ¿Qué piensa acerca de la comida enlatada?**

- a) Buena
- b) Mala

**7. ¿Con qué frecuencia come productos enlatados?**

- a) Siempre
- b) Algunas veces
- c) Rara vez
- d) Nunca

**8. Si al mercado de El salvador llegará Lechona enlatada, ¿Usted la compraría?**

- a) SI
- b) NO

**9. ¿Cuáles son sus expectativas sobre el precio de una lata de lechona de 270 gramos?**

---

---

**10. ¿Qué piensa acerca de expandir la gastronomía colombiana a otros países?**

---

---

---

### **3.4 Análisis de Investigación**

Teniendo en cuenta que Colombia y El salvador han venido mejorando sus relaciones comerciales, en el presente proyecto se realiza una investigación sobre todas las condiciones, beneficios, requerimientos sanciones y métodos de negociación, que conlleva realizar una exportación desde Colombia a El salvador, para obtener un buen resultado es necesario conocer muy bien las características del producto que se va a exportar, así se tiene en cuenta el modo de transporte, las medidas fitosanitarias, las regulaciones aduaneras, los requisitos, las ventajas y desventajas el cual se encuentra expuesto nuestro producto, para evitar cualquier obstáculo que se llegue a presentar a la hora del ingreso de la mercancía al país de El salvador.

La lechona enlatada colombiana es muy complicada conseguirla en El Salvador, resaltando que en ese país conforme a las estadísticas del FIB, actualmente se encuentra un gran número de colombianos viviendo en El Salvador, manejando cargos laborales estables, que da gran demanda para el consumo del producto la lechona enlatada, en el momento no hay ninguna empresa que exporte la lechona a El salvador, lo cual hace que el producto en un futuro sea uno de los primeros líderes en exportar este exquisito plato típico colombiano. La empresa exportadora de lechona enlatada más cercana a El Salvador se llama Conservas típicas BYM, que exporta este producto a México y ha tenido buen resultado y por parte de Colombia no hay exportaciones de lechona enlatada por lo tanto no existe competencia directa desde este país.

## **4. PLAN DE MARKETING**

### **4.1 Objetivos del Plan de Marketing**

Con el plan de marketing se pretende que una vez se analice y se cumpla cada uno de sus pasos, esta empresa de distribución y comercialización de lechona enlatada pueda llevar a su lugar de destino San Salvador, un producto con excelente calidad y con el mejor proceso logístico, para llevar a cabo este proceso hay que cumplir los siguientes objetivos:

- Analizar qué ventajas y desventajas existen en el mercado objetivo, para obtener excelentes resultados a la hora de implementar el plan de marketing.
- Realizar adecuadamente cada paso del plan del marketing.
- Detallar los resultados del plan de marketing para determinar qué es lo que se está haciendo bien y cuáles son sus fallas.

### **4.2 Estrategia de Producto**

#### Lechona Colombiana

La lechona es un plato típico de Colombia, originada en el departamento del Tolima, la verdadera lechona no lleva arroz, para sorpresa de muchos, solo se cocina con arvejas fritas y carne de cerdo que se adoba con cebolla larga, cebolla cabezona, ajo y el toque secreto de cada cocinera o cocinero. Una parte fundamental de la preparación, radica en el horno de barro y en la leña que se utiliza para cocinarla, por lo menos por veinte horas. En otras regiones, como en Bogotá, la lechona se prepara con arroz, y otros tipos de carne, lleva arepa paisa y el tradicional cuero crocante de color dorado.ue secreto de la

lechona está en el insulso que se sirve en el Espinal junto con el cuero crocante. (El campesino, 2 de septiembre de 2015).

#### Arancel

La lechona enlatada se encuentra clasificada en la subpartida arancelaria como 16.02.49.00.00 siempre y cuando contenga más del 20% en peso de carne de cerdo.

Para comercializar fuera del país en los artículos 479 y 481 literal a) del Estatuto Tributario consideran como exentos del impuestos sobre las ventas a los bienes corporales muebles que sean objeto de exportación, esto es, que salgan del territorio nacional con destino a los mercados externos, y los exportadores de dichos bienes adquieren la calidad de responsables del IVA con derecho a devolución, pudiendo descontar los impuestos ocasionados en la adquisición de bienes y servicios, que constituyan costo o gasto para exportarlos.

#### Ronda Incolcar S.A

Para poder llevar esta idea de negocio, hay que tener presente que el objetivo principal es distribuir y comercializar la mejor lechona colombiana a un precio muy rentable y ofrecerlo a los colombianos residentes en El salvador y salvadoreños nativos, es por eso que después de una gran búsqueda de empresas hallamos Ronda Incolcar, esta empresa está dedicada a la fabricación, comercialización y distribución de productos enlatados, como: Salchicha viena y Frankfurt marca, RONDA Y BLONY , actualmente se comercializan: Carne y pollo en salsa, frijoles típicos, lechona enlatada y tamales, además de su último lanzamiento de las líneas de vegetales y atún. Con más de cuatro décadas en producción y comercialización de productos alimenticios para el mercado colombiano; Inició labores en el mes de Febrero de 1.967 en la ciudad de Bogotá, siendo

fundada por Adolfo López Tarajano, empresario de origen cubano, quien llegó a Colombia como técnico experto en carnes enviado por la O.N.U. Es una compañía consolidada en la elaboración de los mejores productos enlatados típicos y en conservas alimenticias en todas las presentaciones bajo los estándares de calidad y cumplimiento.

Esta, es una empresa que trabaja día a día por presentar un producto y un servicio de manera responsable, comprometida, organizada, eficaz y eficiente para trabajar en favor de la salud y nutrición de las familias colombianas. (Página: <http://www.rondaincolcar.com/index.php/nosotros>)

Datos generales: Teléfono: (571) 7112785 - Dirección: Av. Boyacá No. 47 A 45 Sur - Ciudad: Bogotá, Colombia.

La lechona enlatada que ofrece la empresa Ronda Incolcar la cual se va a exportar a El Salvador, es una lata de 270 gramos, alcanza para una porción y media, con 45 calorías de grasa, colesterol con 25 mg, sodio 890, carbohidrato total 29 g, proteína 27 g y hierro 20%.

Los ingredientes que utiliza esta empresa son: carne de cerdo, arroz, agua, arveja amarilla, cebolla, aceite vegetal, condimento sazónador, (sal, harina de arroz, mezcla de especias, pimienta, paprika, orégano, ajo, cebolla), acentuador de sabor, colorante artificial, (tartrazina, humo) caldo de gallina, (sal grasa vegetal, acentuador de sabor (glutamato monosódico e621) gelificantes (fécula de maíz) saborizantes naturales y artificiales (pollo), anticompactante (fosfato tricálcico E-341) y antioxidantes (BHT 321) y sal. Puede contener trazas de soya, gluten, sulfitos, nuez, moscada, lácteos y huevo. Por otro lado su registro sanitario es RSA-000935-2016. Para que este producto se conserve debe estar en un lugar seco fresco, listo para consumir, y en dado caso que esté abierto, mantenerlo

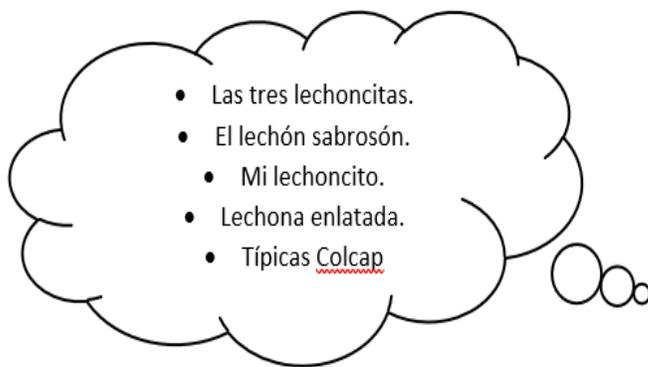
refrigerado de 0°C a 4°C. Como todo producto tiene algunas precauciones las cuales son: debe ser consumido antes de la fecha de vencimiento, no consuma si la lata muestra golpes o abolladuras y descártelo si la lata presenta abombamiento.

#### Ficha técnica

Nombre de la empresa exportadora	Típicas Colcap
Logo de la empresa	
Producto	Lechona enlatada 
Nombre	Ronda
Descripción	Su especial receta la hace única de la gastronomía colombiana, es inigualable en su sabor.
Peso	170/270 g
Ingredientes	Carne de cerdo, arroz, agua, arveja amarilla, cebolla, aceite vegetal, condimento sazonador, (sal, harina de arroz, mezcla de especias, pimienta, paprika, orégano, ajo, cebolla), acentuador de sabor, colorante artificial, (tartrazina, humo) caldo de gallina, (sal grasa vegetal, acentuador de sabor (glutamato monosódico e621) gelificantes (fécula de maíz) saborizantes naturales y artificiales (pollo), anticompactante (fosfato tricálcico E-341) y antioxidantes (BHT 321) y sal. Puede contener trazas de soya, gluten, sulfitos, nuez, moscada, lácteos y huevo.
Registro sanitario	RSA-000935-2016
Precauciones	Debe ser consumido antes de la fecha de vencimiento, no consuma si la lata muestra golpes o abolladuras y descártelo si la lata presenta abombamiento.
Empresa que lo elabora	Ronda Incolcar S.A
Descripción de empresa	Esta empresa está dedicada a la fabricación, comercialización y distribución de productos enlatados, como: Salchicha viena y Frankfurt marca, RONDA Y BLONY, actualmente se comercializan: Carne y pollo en salsa, frijoles típicos, lechona enlatada y tamales, además de su último lanzamiento de las líneas de vegetales y atún

#### 4.2.1 Estrategia de Marca

Típicas Colcap, este proyecto es acerca de la creación de una empresa de distribución y comercialización de un producto típico de Colombia, conocida comúnmente como lechona tolimense, teniendo en cuenta que es uno de los platos más ricos y deliciosos de la gastronomía nacional, por tal motivo se quería encontrar un nombre que especificara lo tradicional de este plato, es ahí donde se destaca la palabra “Típicas”, con las tres primeras letras de Colombia y por último que llevará la inicial de las socias “Cap”, al comienzo fue difícil escoger el nombre, y surgieron varias ideas:



Nombres que surgieron para esta empresa de distribución y comercialización de lechona enlatada.



En cuanto al eslogan “Somos cultura y sabor” se creó con el fin de que la gente al escucharlo recuerde la empresa, dejando en claro que la intención es promover la gastronomía colombiana,, ofreciendo una de sus mejores comidas tradicionales con la mejor mezcla de sabores en un solo plato.

Ya para finalizar, en la representación gráfica del nombre y el eslogan, se decide escoger la imagen que está a continuación porque es la que mejor representa la idea de negocio, además con este diseño es muy fácil identificar la marca a comparación de las demás empresas. El objetivo con este diseño es vivir siempre en la mente de las personas sin ser olvidados.



#### **4.2.2 Estrategia de Empaque**

La lechona que se va a comprar es enlatada, se ha comprobado que los alimentos enlatados, tienen muchas ventajas en la vida moderna, ya que son alimentos frescos, que han sido cocinados y colocados en un envase con un recubrimiento interno de grado alimenticio que protege al alimento, es por ello que no existe ningún peligro al consumir un alimento contenido en una lata que ha sufrido alguna abolladura, a menos que esté inflada, explote al abrirla o presente óxido.

Las latas son cerradas herméticamente y sometidas a un proceso de calentamiento uniforme, por lo tanto, no se necesitan aditivos y pueden consumirse de forma segura y confiable. Tienen una vida de almacenamiento más larga que cualquier empaque de otro material y no necesitan consumir grandes cantidades de energía durante la refrigeración. Los envases de acero no son tóxicos y no afectan el sabor ni la calidad del contenido. Las latas son impenetrables a la humedad, gases, luz y a los olores por lo que los alimentos enlatados son los que se conservan en óptimo estado por más tiempo. (Canainca, Cámara Nacional de la Industria de Conservas alimenticias)

Como se dijo anteriormente la empresa proveedora del producto se llama Ronda Incolcar S.A en donde se va a comprar latas de lechonas de 270 gramos el cual tiene una durabilidad de 24 meses de vida útil, y sus formas de preparación son las siguientes:

Forma de preparación:

 Levante el anillo y retire la tapa.	 Vierta el contenido en un recipiente, mezcle y caliente en el horno microondas o en la estufa.	 Y esta listo para su consumo.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Imagen tomada de la página: <http://www.rondaincolcar.com/index.php/productos/tipicos-listos>



Imagen tomada de la página:  
<http://www.rondaincolcar.com/index.php/productos/tipicos-listos>

Para el producto a exportar se utilizará como embalaje cajas de cartón con rejillas, son cajas de uso pesado, y el divisor corrugado resistente que mantiene el producto en su lugar.

Las cajas de cartón son resistentes y sólidas, pero a la vez livianas y ligeras, brinda gran protección a los productos, es un embalaje simple y fácil de utilizar, garantiza rapidez de fabricación y entrega, se adapta a las diferentes formas y tamaños de los productos, permite una mayor capacidad de carga en palés y camiones, no presenta problemas de almacenamiento, permite una reducción de costes logísticos, ofrece estandarización de tamaños, permite un mejor paletizado, ahorra transporte, garantiza óptima calidad de impresión, añade enormes posibilidades para etiquetar la mercancía, simplifica el control de la trazabilidad, su presentación es más atractiva y se puede reutilizar. (juanchoblock.blogspot.com, Abril 2013)

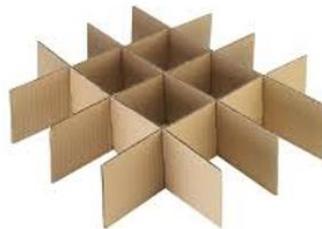


Imagen de Google



Imagen de Google

Se tiene estimado que, en una caja de 40 cm de ancho, 50 cm de largo y 22 cm de alto caben 36 latas de lechona de 270 gramos, para un total a exportar de 140 cajas, 5040 unidades, en un contenedor Dry Van de 20 pies, en total se exportarán 1360,8 kilos netos . La mercancía va a ser transportada en un tipo de carga paletizada, cada palets permite hasta

los 1500 kilos con una medida de 1. 20m por 1.00 m, con altura de 1.60 m, con un volumen aproximado de 1.92 m<sup>3</sup>.



Teniendo en cuenta las medidas del palet, se lograria ubicar 3 cajas de largo y dos cajas de ancho y de alto 7 cajas, para un total de 42 cajas en un palet. En total se utilizarían 4 palets para llevar el total de la mercancía. Cada palet tiene un peso de 28,576,8 kg este valor sale de la multiplicación entre: el peso del palet de madera = 20 kg, el peso neto de la mercancía ubicada en cada caja = 408,24 kg y por último el peso del empaque de la mercancía, la caja de carton corrugado = 3,5 kg. Teniendo en cuenta que son 4 palets el peso total de la mercancía ya lista para cargar es de 114.307,2 kg.

#### **4.2.3 Estrategia de Servicio Postventa**

Para Tipicas Colcap, es muy importante que el producto ofrecido a el mercado de el Salvador llegue en excelentes condiciones, satisfaciendo totalmente la necesidad que presenta nuestro cliente objetivo, para saber con exactitud si este propósito cumple con las expectativas esperadas, se realizará un servicio de postventa en donde, se hará un seguimiento con llamadas telefónicas a las tiendas de los supermercados Super selectos,

que comprara el producto, para saber si llegaron en perfectas condiciones; también a personas que consuman el producto para escuchar el grado de satisfacción que le produjo el consumo del mismo y a su vez escuchar sugerencias para mejorar; se realizarán encuestas callejeras para saber qué tan conformes están las personas con el producto y que fallas existen para ser mejores cada día, y por último para consentir a los clientes de primera y segunda instancia, y mantener su fidelidad se ofrecerán promociones, para que participen sin ningún compromiso.

### 4.3 Estrategia de Precio

Esta estrategia es muy importante para fijar un valor al producto ofrecido, es aquí donde se tiene en cuenta cada aspecto, inversión, costo o gasto realizado durante el proceso desde que se compra el producto hasta que llega a su lugar de destino.

MATRIZ DE COSTOS DE D.F.I. POR MODALIDAD DE TRANSPORTE		
INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial	LECHONA ENLATADA
	II POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	16.02.49.00.00
	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	---
	III UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	UNIDAD
	IV VALOR EX-WORKS POR UNIDAD COMERCIAL COP \$	44040000,00
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	V EMPAQUE	CAJAS DE CARTON
	DIMENSIONES	50 CM X 40 CM X 22 CM
	VI ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE - PUERTO DE EMBARQUE	Colombia - Soacha - Puerto de Buenaventura
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	VII DESTINO / PAÍS - PUERTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	El Salvador - Puerto de la Libertad
	VIII PESO TOTAL KG/TON	114.307,2 kg
	IX UNIDAD DE CARGA	PALLETS
	X UNIDADES COMERCIALES POR UNIDAD DE CARGA	5,040
	XI VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XII TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	CFR
	XIII FORMA DE PAGO Y TIEMPO	USD, CARTA DE CREDITO
	XIV TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	3.015,79

IMPUESTOS EN DESTINO	
GRAVAMEN	15
IVA	19
OTROS IMPUESTOS	0
OTROS	0
<b>SUMATORIA IMPUESTOS</b>	<b>34</b>

En esta tabla se refleja toda la información pertinente al proceso que debe tener en cuenta una empresa de distribución y comercialización, para exportar a otro país. Esta

información es sobre la empresa Típicas Colcap para exportar lechona enlatada a El Salvador, con sus respectivos impuestos.

A Continuación mostraremos en la tabla de costos, todo lo que implica realizar una exportación, utilizando el término Incoterm CFR. Estos datos son con valores aproximados, para determinar cuánto dinero, la empresa Típicas Colcap debe de tener en su capital para realizar sus actividades de exportación. Estos datos indican, que para exportar 5.040 latas de lechona desde Colombia a el país de El Salvador, se tendría que cancelar un valor de

\$ 62.240.000 pesos colombianos, con este valor se puede determinar que tan rentable es esta idea de negocio.

CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN		MARÍTIMO
		Costo Unitario
PAIS EXPORTADOR	A VALOR EXW	\$ 44.040.000
	<i>Costos Directos</i>	
	1 EMPAQUE y ETIQUETA	\$ 1.200.000
	2 EMBALAJE	0.0
	4 MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR	\$ -
	5 DOCUMENTACIÓN	\$ 1.800.000
	6 TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)	\$ 1.500.000
	7 ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	\$ -
	8 MANIPUELO PREEMBARQUE	\$ -
	9 SEGURO DE NO PAGO	\$ -
	10 SEGURO DE TRANSPORTE	\$ 1.800.000
	11 BANCARIO	\$ 150.790
	12 AGENTES	\$ 1.250.000
	PRECIO TOTAL EXW.	\$ 47.040.000
<i>Costos Indirectos</i>		
13 ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto	\$ 6.500.000	
14 CAPITAL-INVENTARIO	\$ 1.400.000	
COSTO DE LA DFI PAIS EXPORTADOR	\$ 54.940.000	
E VALOR : FOB	\$ 51.740.790	
TRÁNSITO INTERNACIONAL	1 TRANSPORTE INTERNACIONAL	\$ 3.600.000
	F VALOR CFR	\$ 58.540.000
	1 SEGURO INTERNACIONAL	\$ 2.500.000
	<i>Costos indirectos</i>	
	COSTO DE INVENTARIO	\$ 1.200.000
<b>TOTAL DE LA EXPORTACION</b>		<b>\$ 62.240.000</b>

Teniendo este valor se puede determinar a qué precio se puede vender el producto para sacar la ganancia, las tablas a continuación reflejan la proyección de ventas según los resultados.

Proyeccion de Venta	Cantidad	Precio por Unidad	Total
Precio de compra	5040	\$ 8.500	\$ 44.329.180
Precio de venta	5.040	\$ 15.000	\$ 75.600.000

Utilidad	Total
venta de la mercancia	\$ 75.600.000
Valor de exportacion	\$ 62.240.000
Total de Ganancia	\$ 13.360.000

Analizando esta información, se puede decir que la empresa Típicas Colcap obtendría de ganancia \$ 13.360.000.

#### Competencia

Como tal competencia directa no tiene la empresa, ya que actualmente no existe una empresa que exporte este producto a el país de el Salvador, según datos de la empresa PROCOLOMBIA a esta fecha. Por otro lado, existen 5 empresas que en los últimos años han exportado lechona enlatada a países tales como: Ecuador, Panamá y Honduras desde el 2014 a hoy en día. Estas empresas son:

**Imporfood S.A.S:** Como principal competencia se encuentra esta empresa debido a la actividad comercial que desempeña, y aunque no ha exportado a el país de El salvador, Panamá hace parte de Centro América, quedando cerca a el país objetivo.

Según el balance de la empresa las ventas registradas durante el año 2016 han sido crecientes respecto al año anterior. En ese año se realizó tres exportaciones de lechona enlatada al país de Panamá, exactamente a la Ciudad de Panamá, en Marzo se exportó 634,2 K neto y en el mes de octubre se realizaron dos exportaciones, también a la Ciudad de Panamá, en la primera se exportó 583 K neto y la segunda 539,2 K neto, estas exportaciones se realizaron por vía Marítima a través de la Agencia de aduanas American

Customs Ltda, dirigida a la empresa importadora Inversiones Lasser S.A. Y actualmente exportó el 11 de Agosto del presente año, 697,56 K neto y en la segunda exportación 605,77 K neto, desde el Valle del Cauca, a través del puerto de Buenaventura por medio de la Agencia de aduana American Customs Ltda, dirigida a la Ciudad de Panamá, a la empresa importadora Inversiones Lassne. (PROCOLOMBIA, 2017)

**Iberoamericana de alimentos y servicios S.A.S:** Es una empresa líder en el sector agroalimentario mundial, dedicada a la transformación, desarrollo y comercialización de productos alimenticios, implementando políticas de innovación, calidad, eficiencia y servicio, buscando la satisfacción, nutrición, confianza y seguridad a nuestros consumidores, busca satisfacer las necesidades del sector institucional colombiano, donde cumple con estándares de calidad que garantizan la inocuidad de sus productos.

Dentro de su portafolio ofrece productos como: comidas listas, panadería larga vida, productos energéticos, pulpas de frutas, salsas y jugos, productos cárnicos y embutidos, productos cárnicos tipo Gourmet, coberturas de chocolate, ensamble de refrigerios y productos y servicios sector militar. (Página <http://www.ibeaser.com/productos.html>)

Esta empresa realizó una exportación de lechona enlatada en el año 2016 dirigida a el país de Honduras, exactamente a la ciudad de Tegucigalpa, en donde se exportó 152 K neto, por vía aérea a través de la Agencia de aduanas, DHL Global Forwarding Colombia S.A, dirigida a la empresa importadora Noel Bueso Aguilar. (Procolombia, 2017)

**Signa Grain S.A.S:** Llegó a Bogotá en el año 1996 como una compañía comercializadora, actualmente cuenta con dos razones sociales una como productora “Prosigna”, y otra como comercializadora “signa grain”. Tiene presencia en 9 países;

México, Costa Rica, Salvador, Panamá, Venezuela, Ecuador, Perú, Bolivia, y Colombia. Se caracteriza por ser una empresa de consumo masivo en alimentos y bebidas con generación de valor, que acompaña y divierte a las familias y clientes ofreciendo soluciones y marcas que originan vínculos emocionales en los consumidores. (Signa Grain Sas, 2017)

En el 2015 esta empresa exportó lechona enlatada a Panamá exactamente a la Ciudad de Panamá, por vía marítima, 2,4 K neto, a través de la Agencia de Aduanas Aduanera Mundial S.A.S, dirigido a la empresa importadora Productos Lux S.A. A pesar de que esta empresa tiene presencia en el país de el Salvador actualmente no ha exportado lechona enlatada allí, posiblemente para un futuro lo comercialice. (PROCOLOMBIA, 2017)

**Comercio Internacional Bopi Lemon S.A.S:** es una empresa dedicada a la comercialización y venta de productos entre mercados con gran amplitud en el mercado, lo que le ha permitido ingresar en diversas actividades comerciales e industriales; desde materia prima para el sector joyero, alimenticio y hasta la industria farmacéutica. Como comercializadores indirectos, representan marcas de producción nacional del sector automotriz y del sector grafico en el mercado centroamericano. Tienen presencia en países centroamericanos; Panamá, San José, Tegucigalpa, San Pedro Sula, creando alianzas comerciales. (BoPiLeMon, s,f)

En mayo del año 2015, esta empresa realizó una exportación de lechona enlatada, dirigida a la Ciudad de Panamá por vía aérea, donde se exportaron 118,78 K neto, a través de la Agencia de Aduanas Global Customs Operator S.A.S, para la empresa importadora Comercializadora Int Productos Agropecuarios y Alimenticios. (PROCOLOMBIA, 2017).

**Pepsico Alimentos Colombia LTDA:** Esta empresa llego a Colombia desde el año 1947 como la marca Pepsi y comenzó a coger fuerza con la alianza de Postobón, luego se unió con Frito Lay en el año 1960, creada por Caleb Bradham. Año tras año esta empresa fue creciendo, en 1974 se convierte en el producto más consumido por los estadounidenses, y haciendo alianzas estratégicas con otros productos, en el año 2008 invirtió en el país de China una suma de 1 mil millones de dólares, en el 2014 generaron una alianza con el BID, para reformar la biblioteca de Suba beneficiando a 22.000 personas de la localidad y hoy en día esta empresa invierte en proyectos nutricionales para entregarle a aproximadamente 940 niños, guías metodológicas para la promoción de hábitos de vida saludable y llevó a cabo intervenciones con padres de familia y profesores. (Paginas, 2016 <http://www.pepsico.com.co/Company/Global/Our-History>)

Teniendo en cuenta su gran desempeño desde su creación, consideramos que es una gran competencia ya que además de ser una empresa en bebidas últimamente se han reflejado actividades comerciales donde exporto en enero del 2014 a el país de Ecuador exactamente a la ciudad de Quito, 8.000 K netos y en Septiembre exportó 1.300 K neto, de lechona enlatada, a través de la Agencia de Aduanas Techcomex Ltda, por vía terrestre, a la empresa importadora, Pepsico alimentos Ecuador Cia Ltda. (Procolombia, 2017)

#### **4.4 Estrategia de Publicidad**

Dentro del Plan de Marketing, la estrategia de promoción es muy importante, ya que por medio de esta se logran aumentan las ventas con la atención del cliente y a su vez mejorar la imagen de la marca, es importante resaltar que hay que tener claro cada estrategia para así obtener el éxito y cumplir con el objetivo.

#### **4.4.1 Publicidad**

Son estrategias donde se dan a conocer la marca de nuestra idea de negocio “Típicas Colcap” y con esto lograr posicionar la marca en el mercado, esta participación tiene que ser precisa y necesaria para que así su impacto sea aceptado por la sociedad. Los medios publicitarios que se van a utilizar son:

Internet: Es uno de los medios más rápidos, precisos, detallado, fácil de usar y económico que existe en el mercado para dar a conocer nuestro producto. Se puede crear una página informando los beneficios, ingredientes, costó, lugares donde se puede conseguir, y las experiencias de personas que ya han consumido nuestro producto.

Campañas de degustación: que mejor que probar algo antes de comprarlo, con esta estrategia las personas determinan la calidad del producto, el sabor, olor y color, y así están más seguros a la hora de comprarlo.

Anuncios digitales, que se colocan en taxis, buses, carros de reparto o en cualquier otro vehículo.

Y más adelante, utilizar publicidad por medio de la televisión y la radio, para incentivar más a las personas a consumir, donde explique en máximo 2 minutos el objetivo principal principal de nuestra idea de negocio.

#### **4.4.2 Plan de Medios**

Para que la empresa Típicas Colcap tenga éxito en su estrategia de publicidad, hay que cumplir debidamente el paso a paso del plan de medios, y así comunicar asertivamente nuestra intención en el mercado.

Con este plan de medios se pretende, dar a conocer la empresa y la razón social, mostrando la imagen que represente la marca para diferenciarse a las demás empresas, fidelizar clientes y lo más importante promocionar el producto de la mejor forma.

Una vez definido los objetivos, el segundo paso es analizar el cliente objetivo, para la nuestra empresa Típicas Colcap el producto va dirigido a colombianos residentes en el país de el Salvador que quieran recordar uno los platos más exquisitos de la gastronomía nacional, a su vez queremos incentivar a extranjeros a degustar este plato tradicional. Teniendo en cuenta el análisis realizado a la población de el Salvador , se descubre que las mayoría de los colombianos viven en la ciudad de San Salvador, por ser la ciudad principal y donde más oportunidades laborales hay, es por eso que nuestro producto va dirigido a los principales almacenes de cadena de esa ciudad, para que hombres y mujeres de todas las edades, lo puedan adquirir fácilmente.

El tercer paso del plan de medios es definir exactamente qué es lo que se quiere comunicar y cómo se va hacer.

- ¿Qué es lo que se quiere comunicar? Típicas Colcap lo que quiere es dar a conocer la empresa, su marca, eslogan y razón social, mostrar el producto de una forma que al momento de verlo las personas se antojen y deseen comprarlo, y por último dar a conocer los beneficios que trae cada ingrediente.

- ¿Cómo se quiere comunicar el mensaje? A la hora de definir que tipo de canal se va utilizar para que el producto tenga un mayor impacto en el mercado, es importante solicitar una cotización para que envíen los datos básicos sobre su audiencia, difusión, calendario editorial, tarifas, formatos, condiciones, etc. Como se dijo anteriormente para comenzar los medios utilizados son: el internet, campañas de degustación y anuncios

digitales en vehículos; teniendo en cuenta que son los medios más económicos y efectivos. Después de cierto tiempo y dependiendo los resultados obtenidos, se invertirá más a la publicidad utilizando medios publicitarios como la televisión, la radio y las vallas, y así llamar más su atención.(LANCETALENT, 2017)

Típicas Colcap se esforzará en la innovación, creatividad e imaginación de cada canal con temas en su diseño según las épocas o festividades del año.

Por último, se realizará un análisis a los resultados que reflejen en las ventas para saber que tan efectiva fue la publicidad y cuáles son sus fallas para mejorar.

#### **4.5 Estrategia de Distribución o Plaza**

Típicas Colcap, tendrá su sede principal en el municipio de Soacha, exactamente en una bodega por la autopista Sur para facilitar el transporte y llegar al puerto de Buenaventura. Con aproximadamente 12m<sup>3</sup> de amplitud, lo que permite ajustarnos a un espacio exacto a lo que necesitamos, con sistema de vigilancia las 24 horas y personas especializadas en el cargue y descargue de la mercancía.



***Imagen sacada de Google***

Una vez se tenga la mercancía esté en la bodega, se comenzará por contactar la Agencia de aduanas Asercol S.A (Agencia de Aduanas Nivel 1), se negociará con ellos

para que realicen los trámites de exportación desde que la mercancía llega al puerto; como empresa se le entregará una copia de los documentos soportes los cuales son: factura comercial, lista de empaque, certificado de origen, y los vistos buenos del Invima, Ica y Superintendencia de industria y comercio.

Esta empresa de Aduanas se encargará de:

- Exportación de mercancía desde el puerto
- Retiro de contenedores y carga suelta desde el puerto
- Almacenamiento y manejo de mercancías en el puerto
- Diligenciamiento de la declaración de exportación
- Brindar seguridad para evitar cualquier tipo de fraude
- Realizar todo el trámite legal, con un documento de poder.

Realizada la negociación con la agencia de aduanas, procederá a contactar la naviera Maerks Line para el transporte internacional, aquí se dará a conocer toda la información de la mercancía, lugar de destino y tipo de negociación, para que ellos elaboren el conocimiento de embarque, definan precios y la fecha en que estará el buque para transportar la mercancía.

Después toca comunicarse con la empresa Allianz Colombia que es una de las empresas aseguradoras más grandes del mundo, para obtener el seguro de transporte de mercancías, donde ofrecen un seguro práctico y a precios competitivos, con una modalidad de todo riesgo y una cobertura ampliada.

Una vez contactadas estas empresas, fundamentales para el proceso de exportación, se empacará la mercancía con el embalaje que se dijo anteriormente que son cajas de cartón corrugado con rejillas de cartón para ajustar las latas de lechona y que no sufran

abolladuras, la empresa que nos va a vender el empaque se llama Papel S.A, es una empresa de México que exporta a países de Norte América, Sudamérica, Europa y Asia, la escogimos por ser una empresa de excelente calidad en sus productos. Teniendo en cuenta la cantidad de mercancía que son 5.040 latas de lechona, se comprará a la empresa 140 cajas, para que en cada caja se pueda transportar 36 latas de lechona. Papel S.A vende cada caja de cartón doble carta a 10.637 precio por millar, para un total a cancelar de \$ 1.489.180.

Cuando se tengan todos los documentos soportes y la naviera da respuesta de la fecha en que sale el buque, se transportará la mercancía por medio de la empresa Rodar Carga S.A, desde Bogotá hasta puerto de Buenaventura, con 517 km de distancia y aproximadamente 10 horas de recorrido, durante el viaje tienen que pasar 9 peajes los cuales son: Peaje de Chusaca, Peaje de Chinauta, Peaje de Chicoral, Peaje de Gualanday, peaje de Cajamarca, peaje de Corozal, Peaje de la Uribe, Peaje de Betania y peaje de Loboguerrero, se escoge esta empresa de transporte porque trabajan las 24 horas del día, los 7 días a la semana y se preocupan por verificar y controlar los tiempos de desplazamiento y procedimientos de seguridad, para brindar un excelente servicio. El documento que se le debe entregar al transporte es la carta de porte, que es el comprobante fiscal digital de traslado en el que se tiene conocimiento de la mercancía que se va a transportar.

Cuando la mercancía llegue al puerto de Buenaventura, se procederá a realizar el trámite de exportación, se presentará los documentos soportes originales a la agencia de aduana Asercol S.A, los cuales son:

- Factura Comercial

- Lista de Empaque (si se requiere)
- Registro sanitario o Vistos Buenos (si lo requiere el producto)
- Documento de Transporte
- Registro o licencia
- Mandato

Una vez Asercol S.A tenga los documentos, se encargará de la exportación, realizará una inspección a la mercancía para confirmar el peso, la cantidad, las características del producto, y el tipo de embalaje, también realizar los trámites legales y servicios portuarios para descargar la mercancía del transporte nacional y cargarla en el buque de la Naviera Maersk Line, con destino al puerto de La libertad en el país de El Salvador, este puerto queda a 32 kilómetros de la capital de El Salvador, y cubre un área de 162 km<sup>2</sup>. (Pagina:[https://www.viajaporcolombia.com/peajes/bogota-buenaventura\\_783/](https://www.viajaporcolombia.com/peajes/bogota-buenaventura_783/))



La naviera Maersk Line, dará a la empresa un documento llamado conocimiento de embarque, en donde su objetivo es acreditar que las mercancías se han recibido a bordo del buque, es un documento que certifica la existencia del Contrato de Transporte y de la titularidad de la propiedad de la carga, mediante el cual y exclusivamente se tiene derecho a recibir en el puerto de destino la mercancía, en el estado y cantidad que fue embarcada, (peso, cantidad, riesgos, etc).

Este recorrido desde el Puerto de Buenaventura en Colombia, hasta el puerto de La libertad en El Salvador, tiende a durar aproximadamente de 6 a 18 días y la frecuencia con la que sale el buque es semanal. El tipo de negociación que realizamos con la empresa Súper Selectos es CFR (Costo y Flete) que significa que el exportador se encargará de los gastos y el flete necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino convenido, si bien el riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercancía traspasa la borda del buque en el puerto de embarque.

Cuando la mercancía llegue a el Puerto de La Libertad en El Salvador, estará la empresa Súper selectos para recibir la mercancía y hay terminamos con nuestros proceso de exportación, según lo acordado en la negociación, una vez ellos reciban la mercancía procederán a efectuar el pago de la misma, a través de un intermediario cambiario para transferir el dinero a la cuenta bancaria de nuestra empresa Típicas Colpcap.

#### **4.6 Proyección de ventas**

Es cierto que para cualquier empresa comenzar nunca es fácil, pero cumpliendo con cada uno de los objetivos y estrategias, planteadas en este proyecto, los resultados van a ser muy buenos. En la proyección de venta se tiene estimado comenzar por exportar 5.040 latas

de lechona en un contenedor LCL (Less Container Load). Cada lata de lechona tiene estimado un precio de 15.000 pesos colombianos, teniendo en cuenta todo el tema de costos.

Para que toda la mercancía se venda en un año, la empresa tiene que vender cada mes la siguiente cantidad de lechona enlatada.

<b>SUPER SELECTOS</b>		
Segun época del año	Cantidad	Valor
Enero	510	\$ 7.650.000
Febrero	450	\$ 6.750.000
Marzo	400	\$ 6.000.000
Abril	340	\$ 5.100.000
Mayo	360	\$ 5.400.000
Junio	520	\$ 7.800.000
Julio	550	\$ 8.250.000
Agosto	410	\$ 6.150.000
Septiembre	320	\$ 4.800.000
Octubre	260	\$ 3.900.000
Noviembre	350	\$ 5.250.000
Diciembre	570	\$ 8.550.000
<b>Total</b>	<b>5040</b>	<b>\$ 75.600.000</b>

Mientras tanto la empresa Típicas Colcap, va negociar y ofrecer el producto a otros almacenes de cadena y lograr poco a poco posicionarse en ese mercado. Se tiene estimado para un tiempo de cinco (5) años lograr hacer alianzas con mínimo 4 almacenes de cadena de El Salvador.

Supermercados	Ventas primer año	Ventas segundo año	Ventas tercer año	Ventas cuarto año	Ventas Quinto año
<b>Super selectos</b>	75.000.000	80.000.000	84.000.000	\$ 86.000.000	\$ 88.000.000
<b>Walmart</b>		70.000.000	73.000.000	\$ 75.000.000	\$ 78.000.000
<b>Carrefour Market</b>				\$ 72.000.000	\$ 76.000.000
<b>La Despensa Familiar</b>					\$ 74.000.000
<b>Total de ventas</b>	75.000.000	150.000.000	157.000.000	161.000.000	166.000.000

En la gráfica anterior muestra valores aproximados donde se refleja la meta a largo plazo. Además de, ya contar para ese tiempo con la producción, distribución y comercialización de lechona enlatada con marca propia.

## **5. CONCLUSIONES**

Como resultado de esta investigación para la creación de una empresa de distribución y comercialización de un producto para exportar a otro país, es posible concluir que para realizar una exportación desde Colombia al exterior, es necesario tener en cuenta lo siguiente: escoger un proveedor que nos venda la mercancía de mejor calidad, para así ofrecerla al extranjero; luego contactar a las empresas que ofrezcan los mejores servicios para que el trámite de exportación no sufra inconvenientes; después analizar el medio de transporte adecuado para la mercancía y que se acomode al presupuesto, para que finalmente la mercancía llegue en las mejores condiciones y así brindar un servicio confiable y seguro a los clientes, lo que es fundamental para seguir creando alianzas comerciales, y en un futuro llegar a otros mercados.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Allianz. (2017). *Reseña histórica*. Obtenido de <https://www.allianz.co/sobre-allianz/quienes-somos/resena-historica/>
- Areadepymes. (2010). *Guía de incoterms 2010 - CFR - Cost and Freight (coste y flete, puerto de destino convenido)*. Obtenido de <http://www.areadepymes.com/?tit=cfr-cost-and-freight-coste-y-flete-puerto-de-destino-convenido-guia-de-incoterms-2010&name=Manuales&fid=em0bcaf>
- BusinessCol.com. (2017). *Incoterms*. Obtenido de <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
- elsv.info. (2014). *Cultura de El Salvador*. Obtenido de <http://www.elsv.info/cultura-de-el-salvador>
- GESTION.ORG. (2016). *La competencia en la empresa*. Obtenido de <https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35858/la-competencia-en-la-empresa-directa-e-indirecta-perfecta-e-imperfecta/>
- INVESTIGACIÓN. (2014). *Métodos, tipos y enfoques de investigación*. Obtenido de <http://sanjahingu.blogspot.com.co/2014/01/metodos-tipos-y-enfoques-de.html>
- Metodología. (2013). *TIPOS DE INVESTIGACIÓN Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN*. Obtenido de <http://metodologia02.blogspot.com.co/p/operacionalizacion-de-variables.html>
- MINCOMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. (2010). *Acuerdos Vigentes*. Obtenido de [http://www.tlc.gov.co/publicaciones/14515/tratado\\_de\\_libre\\_comercio\\_entre\\_a\\_republica\\_de\\_colombia\\_y\\_las\\_republicas\\_de\\_el\\_salvador\\_guatemala\\_y\\_honduras](http://www.tlc.gov.co/publicaciones/14515/tratado_de_libre_comercio_entre_a_republica_de_colombia_y_las_republicas_de_el_salvador_guatemala_y_honduras)
- PROCOLOMBIA. (2017). *PERFIL DE LOGÍSTICA DESDE COLOMBIA A EL SALVADOR*. Obtenido de [http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil\\_logistico\\_de\\_el\\_salvador.pdf](http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_el_salvador.pdf)
- Ronda. (2017). *Típicos listos*. Obtenido de <http://www.rondaincolcar.com/index.php/productos/tipicos-listos>

Signa Grain sas. (2017). *Signa Grain sas*. Obtenido de <http://www.colsigna.com/>

VisiteelSalvador.net. (2017). *Cultura, Arte y Gastronomía*. Obtenido de

<http://www.visitelsalvador.net/es/cultura.php>

Wikipedia. (2017). *Super Selectos*. Obtenido de

[https://es.wikipedia.org/wiki/Super\\_Selectos](https://es.wikipedia.org/wiki/Super_Selectos)

ANCETALENT. (2017). *Gestión Del Tiempo Para Freelance: 8 Tips Básicos*.

Obtenido de <https://www.lancetalent.com/blog/como-hacer-plan-de-medios-9-pasos/>)