



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE**

**DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

**LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA**

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE BALANCEADOS PARA  
CANINOS AL MERCADO DE CALI-COLOMBIA**

**TUTOR**

**Msc. ENRIQUE AUGUSTO MARTÍNEZ GARCÍA**

**AUTOR**

**GABRIEL ALEJANDRO WING PORRAS**

**GUAYAQUIL**

**2019**

<b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> Plan de exportación de balanceados para caninos al mercado de Cali-Colombia.	
<b>AUTOR/ES:</b>  Wing Porras Gabriel Alejandro	<b>REVISORES O TUTORES:</b>  Martínez García Enrique Augusto
<b>INSTITUCIÓN:</b>  <b>Universidad Laica Vicente Roca fuerte de Guayaquil</b>	<b>Grado obtenido:</b>  Licenciado en Comercio Exterior
<b>FACULTAD:</b>  ADMINISTRACION	<b>CARRERA:</b>  COMERCIO EXTERIOR
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>  2019	<b>N. DE PAGS:</b>  124
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Educación Comercial y Administración	
<b>PALABRAS CLAVE:</b>  Plan de Exportación, Mercado Internacional, Balanceado para Caninos,	
<b>RESUMEN:</b>  El desarrollo del presente plan de exportación, expone una guía práctica en la internacionalización de balanceados para caninos al mercado colombiano, mediante el análisis previo del mercado, producto y posibles consumidores, cuya finalidad es expandir la cartera de clientes de las empresas que elaboran este producto en Ecuador.	
<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> Wing Porras Gabriel Alejandro	<b>Teléfono:</b> 0994168430	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:gabrielwing@hotmail.com">gabrielwing@hotmail.com</a>
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	Ph.D. Rafael Iturralde Solórzano, DECANO <b>Teléfono:</b> 2596500 Ext. 201 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:riturraldes@ulvr.edu.ec">riturraldes@ulvr.edu.ec</a>	

# CERTIFICADO DE SIMILITUDES



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** Trabajo de Titulación 2018 Gabriel Wing al 300918a.doc  
(D42349467)  
**Submitted:** 10/10/2018 1:11:00 AM  
**Submitted By:** hduartes@ulvr.edu.ec  
**Significance:** 1 %

### Sources included in the report:

22 Amanda Bustos.pdf (D9197062)  
TESIS YAJAIRA VELASCO PORTILLA.pdf (D9241197)  
20 ECEYNCI VELASCO GABRIELA.pdf (D9701170)  
<http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/informe-sectorial-sector-alimento-animales-colombia-2016-exportaciones-rci307.pdf>  
<http://www.dinero.com/empresas/articulo/mercado-comida-para-caninos-colombia/205854>

### Instances where selected sources appear:

7



ENRIQUE AUGUSTO MARTÍNEZ GARCÍA

C.I. # 0913235727

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

Los/as estudiantes/egresados/as GABRIEL ALEJANDRO WING PORRAS, declaro (amos) bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los/as suscritos/as y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, según lo establece la normativa vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar (Plan de exportación de balanceados para caninos al mercado de Cali-Colombia).

Autor(es)



---

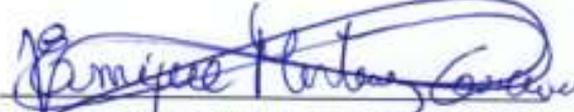
GABRIEL ALEJANDRO WING PORRAS  
C.I. 0916225485

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación PLAN DE EXPORTACIÓN DE BALANCEADOS PARA CANINOS AL MERCADO DE CALI COLOMBIA, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad LAICA VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “PLAN DE EXPORTACIÓN DE BALANCEADOS PARA CANINOS AL MERCADO DE CALI COLOMBIA”, presentado por los estudiantes **GABRIEL ALEJANDRO WING PORRAS** como requisito previo, para optar al Título de LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación



ENRIQUE AUGUSTO MARTÍNEZ GARCÍA

C.I. # 0913235727

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por la oportunidad de vida brindada, por ser mi guía durante este caminar, y por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad.

A mi tutor por su valiosa dirección y apoyo durante la elaboración de este proyecto.

A esta prestigiosa universidad y a sus maestros que compartieron sus conocimientos, dedicación y pasión docente, durante toda mi carrera universitaria.

A mis padres por los valores inculcados y su apoyo en todo lo que me he propuesto.

A mi esposa por su amor, comprensión, apoyo no solo en este logro sino en toda mi vida y sobre todo por darme la fortaleza para continuar y ver finalizar un proyecto más propuesto.

## **DEDICATORIA**

Dedico este fructuoso trabajo especialmente a Dios por permitirme llegar con éxito a la culminación de esta etapa. A mi madre por ser la persona que con sus consejos y dedicación ha hecho de mí la persona quien soy. A mi esposa por ser mi compañera de vida y ser mi aliento en los momentos de debilidad para continuar en todo proyecto de vida propuesto.

# ÍNDICE GENERAL

<b>PORTADA</b> .....	I
<b>CERTIFICADO DE SIMILITUDES</b> .....	iv
.....	iv
<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES</b> .....	v
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPÍTULO I</b> .....	3
<b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	3
1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento Del Problema .....	3
1.2.1 Árbol del Problema.....	8
1.3 Formulación del Problema .....	9
1.4 Sistematización del Problema .....	9
1.5 Objetivos de la investigación.....	9
1.5.1 Objetivo general.....	9
1.5.2 Objetivos específicos.....	10
1.6 Justificación de la investigación .....	10
1.7 Delimitación o alcance de la investigación .....	11
1.8 Hipótesis de la investigación .....	11
1.9 Variables de la Investigación.....	12
1.9.1 Variable de Dependiente: .....	12
1.9.2 Variable Independiente.....	12
<b>CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO</b> .....	13
2.1 Estado del conocimiento.....	13
2.1.1 Teorías de Comercio Internacional. ....	13
2.1.2 ¿Qué es exportar y por qué exportar? .....	15
2.1.3 Plan de Exportación.....	16
2.2 Marco Teórico Referencial .....	17
2.2.1 Situación Comercial del Ecuador.....	17
2.2.2 Características Sector de Alimentos para mascotas en Ecuador .....	20
2.2.3 Exportaciones de Alimentos para mascotas en Ecuador. ....	24
2.2.4 Indicadores importantes de Colombia .....	25
2.2.5 Economía de Colombia.....	27
2.2.6 Comercio Exterior de Colombia .....	29

2.2.7	Análisis del Mercado de balanceados para caninos en Colombia. ....	33
2.3	Marco Conceptual .....	36
2.4	Marco legal.....	37
2.4.1	Constitución de la República del Ecuador .....	37
2.4.2	Plan Nacional del Buen Vivir .....	40
Capítulo III	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	42
3.1	Tipo de la Investigación.....	42
3.2	Enfoque de la Investigación .....	42
3.3	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos .....	42
3.4	Población y muestra.....	43
3.4.1	Población .....	43
3.4.2	Estratificación socioeconómica Urbana de Cali. ....	45
3.4.3	Muestra .....	47
3.4.4	Resultados de la Investigación .....	49
CAPÍTULO IV	LA PROPUESTA .....	63
4.1	Título de la propuesta .....	63
4.2	Justificación de la Propuesta .....	63
4.3	Descripción de la propuesta.....	64
4.3.1	Alimento Balanceado para Canes.....	64
4.3.2	Breve descripción del proceso productivo .....	67
4.4	Estudio de Mercado .....	68
4.4.1	Oferta .....	69
4.4.2	Demanda .....	72
4.5	Segmentación del Mercado .....	74
4.5.1	Mercado objetivo .....	74
4.5.2	Cuantificación de la Demanda potencial.....	75
4.6	Análisis FODA .....	76
4.7	Acceso al Mercado Colombiano.....	77
4.7.1	Perfil aduanero del producto .....	77
4.7.1	Aranceles de importación .....	77
4.7.2	Regulaciones, Requerimiento y normativas de Importación .....	78
4.8	Plan de exportación.....	78
4.8.1	Flujo de Exportación.....	79
4.8.2	Empaque, etiquetado y embalaje .....	81

4.8.3	Estrategia de Distribución interna.....	83
4.8.4	Transporte Internacional.....	83
4.8.5	Acuerdo Comercial entre partes .....	84
4.8.6	Procesos y documentación aduanera .....	86
4.9	Estudio económico financiero.....	88
4.9.1	Inversión Inicial.....	88
4.9.2	Detalle de Costos de Exportación .....	89
4.9.3	Financiamiento del proyecto.....	90
4.9.4	Determinación de Gastos Administrativos y Comerciales .....	91
4.9.5	Costo Total para exportador .....	91
4.9.6	Precio de Venta .....	92
4.10	Evaluación del proyecto .....	93
4.10.1	Flujo de efectivo .....	93
4.10.2	Valor Actual Neto y Tasa interna de Retorno.....	94

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Balanza Comercial de Ecuador 2013-2016.....	18
Tabla 2 Exportaciones Ecuador 2013-2016 .....	18
Tabla 3 Exportaciones FOB anuales por continente, área económica y país destino/procedencia .....	19
Tabla 4 Código del Sistema Armonizado.....	24
Tabla 5 Exportaciones Ecuador 230910 Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor Valores en miles de USD .....	24
Tabla 6 Indicadores Colombia .....	25
Tabla 7 Colombia – Pirámide Poblacional.....	26
Tabla 8 Producto Interno Bruto – Colombia.....	27
Tabla 9 Exportaciones de Colombia al mundo 2012-2016.....	30
Tabla 10 Balanza Comercial no petrolera Colombia - Ecuador (en millones de USD).....	32
Tabla 11 Importaciones Colombianas Subpartida 230910.....	34
Tabla 12 Precios de alimentos para caninos en Colombia .....	35
Tabla 13 Número de Viviendas en Cali, año 2016.....	45
Tabla 14 Estratificación Socioeconómica Urbana Cali al 2015 .....	46
Tabla 15 Distribución de estratos por comunas .....	47
Tabla 16 Resultados .....	49
Tabla 17 Precios Balanceados para caninos Supermercados Comfandi .....	59
Tabla 18 Precios Balanceados para caninos Tiendas D1 .....	60
Tabla 19 Precios Balanceados para caninos Supermercados La 14 .....	60
Tabla 20 Precios Balanceados para caninos Supermercados Éxito.....	61
Tabla 21 Precios Balanceados para caninos Supermercados Jumbo.....	62
Tabla 22 Porción diaria de alimento seco en gramos para canes adultos (gramos) .....	65
Tabla 23 Porción diaria de alimento seco en gramos para cachorros (gramos) .....	65
Tabla 24 Participación de mercado de los balanceados para canes.....	69
Tabla 25 Participación de Importadores de alimentos para caninos .....	70
Tabla 26 Comportamiento histórico de la demanda de Balanceados para caninos.....	72
Tabla 27 Demanda proyectada de alimentos para caninos en Colombia .....	73
Tabla 28 Proyección de la demanda potencial de alimentos para caninos.....	75
Tabla 29 Perfil del producto.....	77
Tabla 30 Gravámenes.....	77
Tabla 31 Documentos Soportes para importaciones .....	78

Tabla 32 Inversión Inicial .....	89
Tabla 33 Costo de Exportación por Contenedor .....	90
Tabla 34 Detalle Gastos Administrativos y Comerciales.....	91
Tabla 35 Proyección del Costo total .....	92
Tabla 36 Proyección de Venta anual.....	93
Tabla 37 Flujo de Efectivo .....	94
Tabla 38 VAN Y TIR.....	94

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Árbol del Problema.....	8
Figura 2	Cadena Productiva Alimentos Balanceados .....	20
Figura 3	Evolución de rendimiento Maíz duro seco .....	22
Figura 4	Administración Territorial de Colombia.....	26
Figura 5	Crecimiento del PIB en Colombia 2016 por Sector Económico .....	27
Figura 6	Variación acumulada anual % del PIB .....	28
Figura 7	Economías departamentales Colombia 2016.....	28
Figura 8	Exportaciones de Colombia al mundo, en millones de USD (Valor FOB) .....	29
Figura 9	Principales importadores de Colombia, % Participación 2016.....	30
Figura 10	Importaciones de Colombia, en millones de USD (Valor FOB) .....	31
Figura 11	Principales países proveedores de Colombia, % participación 2016.....	31
Figura 12	División Administrativa Santiago de Cali .....	44
Figura 13	Participación porcentual por estrato Cali 2015.....	46
Figura 14	Resultados de Pregunta #1 .....	51
Figura 15	Resultados de la pregunta #2 .....	51
Figura 16	Resultados de la pregunta #3 .....	52
Figura 17	Resultados de la pregunta #4 .....	52
Figura 18	Resultados de pregunta # 5 .....	53
Figura 19	Resultados de pregunta #6.....	53
Figura 20	Resultados de pregunta #7 .....	54
Figura 21	Resultados de pregunta #8 .....	54
Figura 22	Resultados de pregunta #9 .....	55
Figura 23	Resultados de pregunta #10.....	55
Figura 24	Resultados de la respuesta #11 .....	56
Figura 25	Resultados de pregunta #12 .....	56
Figura 26	Resultados de pregunta #13 .....	57
Figura 27	Resultados de pregunta #14 .....	57
Figura 28	Supermercados Comfandi.....	58
Figura 29	Tiendas D1 .....	59
Figura 30	Tiendas LA 14 .....	60
Figura 31	Grupo ÉXITO .....	61
Figura 32	Tiendas Jumbo .....	62
Figura 33	Categoría Súper Premium.....	70

Figura 34 Categoría Premium .....	71
Figura 35 Categoría Económica.....	71
Figura 36 Demanda alimentos para caninos 2013-2016 Colombia.....	72
Figura 37 Comportamiento Ventas alimentos para caninos (kg) 2013-2016.....	73
Figura 38 Flujo de Exportación.....	79
Figura 39 Especificaciones del Contenedor .....	83
Figura 40 Trayecto marítimo Guayaquil-Buenaventura .....	84
Figura 41 Portal de Ecuapass .....	86

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Ficha de Observaciones .....	102
Anexo 2 Formato de Encuesta .....	103
Anexo 3 Rol de Pagos 1er año .....	106
Anexo 4 Rol de Pagos del 2do. Al 5º año .....	106
Anexo 5 Tabla de Depreciación .....	106
Anexo 6 Gastos de Servicios Básicos .....	106
Anexo 7 Barrios en Cali por Comuna .....	107

## INTRODUCCIÓN

La tendencia de alimentar a las mascotas con croquetas a nivel mundial, obedece principalmente al convencimiento de los dueños de caninos de que un alimento balanceado, no solo proporciona mejores nutrientes, sino también facilidad en la manipulación del alimento al proveerlo, así como seguridad en su conservación.

El presente trabajo investigativo propone la internacionalización de balanceados de caninos mediante la elaboración de un plan de exportación, ya que hoy en día, el comercio exterior es un elemento importante en la economía de un país o de una empresa.

En este plan se establece estrategias y pasos orientados en la búsqueda y conquista de nuevos mercados, y en una exitosa comercialización internacional, mediante el análisis del país objetivo en cuanto a su demanda, oferta, precios, cadena logística, con la finalidad de aumentar las ventas y el retorno financieros a los accionistas de las empresas que producen balanceados para caninos.

El mercado colombiano por poseer una cultura similar a la de Ecuador, por su cercanía, por el crecimiento en su economía, entre otras características, se convierte en uno de mercados atractivos para la exportación de alimentos para caninos.

Para la elaboración del proyecto, se realizó una investigación descriptiva, con un enfoque cuantitativo, utilizando la encuesta como técnica para recaudar información sobre clientes competidores, mercados, canales de distribución; la observación directa y fuentes secundarias de información, forman parte de esta investigación.

Se ha desarrollado cuatro capítulos en este proyecto con el fin de lograr un buen proceso, los cuales se mencionan a continuación:

En el capítulo I se exponen, el planteamiento, sistematización y formulación del problema, los objetivos, su alcance, delimitación y la hipótesis de la investigación.

El antecedente, los fundamentos teóricos, información general del país de destino, el marco conceptual y el marco legal se desarrollan en el capítulo II.

El capítulo III, contempla la metodología de la investigación, la población y muestra y los resultados de la investigación.

Finalmente, en el capítulo IV es donde se desarrolla el plan de exportación de balanceados para caninos al mercado de Cali Colombia.

# CAPÍTULO I

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### **1.1 Tema**

Plan de exportación de balanceados para caninos al mercado de Cali - Colombia.

### **1.2 Planteamiento Del Problema**

El comercio exterior juega un papel muy significativo en la economía a nivel internacional, pues es uno de los medios para el manejo de los negocios y rendimiento de la economía de un país, aumentando las riquezas de los países y en consecuencia mejorando el bienestar de la población.

Las exportaciones que realiza el Ecuador se basan principalmente, en productos tradicionales en estado primario como Banano, Camarón, Flores, Café, Atún, Cacao, etc., y recursos no renovables como el Petróleo, sin embargo los productos con valor agregado (manufacturados) que se exportan en menor escala, ayudan a reforzar las ventajas absolutas que tiene un país, permitiendo así un aporte considerable en el desarrollo económico y a su vez satisfaciendo las necesidades de los nuevos mercados a nivel global.

Es internacionalmente reconocido, que Ecuador, posee características geográficas, tales como: diversidad de climas, áreas de cultivo fértiles, mega-diversidad de flora y fauna, paisajes, riqueza natural y biológica, etc., lo cual permite que sea un país productor principalmente de materia prima agrícola, situación que incide favorable y directamente en la fabricación de productos elaborados con relación a los otros países de Sudamérica.

Uno de los productos agrícolas el cual Ecuador cultiva es el maíz amarillo, y constituye la base de una de las principales cadenas productivas, sirviendo de suministro

a otros sectores de producción como el de balanceados, pues la producción de estos balanceados está conformada principalmente de Maíz amarillo, Soya, Palma Africana, entre otros.

Los costos de operación en Ecuador, en el sector de alimentos para animales, son uno de los más bajos de la región, con costos de servicios básicos por USD 1,138 miles por año y USD 1,706.62 miles en costos de mano de obra (PROECUADOR, 2016), haciéndolo más competitivo sobre los demás países de la región, puesto que en Colombia los servicios básicos y la mano de obra corresponden a USD 2,562 miles y USD 1,956.28 miles respectivamente.

Hoy en día, gracias a la inversión tecnológica y mejoras en la productividad de cultivos, la producción del maíz en Ecuador supera la demanda interna del país, lo cual conlleva a una oferta abundante de materias primas para la elaboración de alimentos balanceados para animales; de acuerdo a la Asociación Ecuatoriana de Fabricantes de Alimentos para Animales (AFABA), existen 351 empresas dedicadas a la fabricación de alimentos balanceados de distintas especies, pero muchas de estas empresas canalizan principalmente su producción a la alimentación de Aves y Porcinos, y en menores dimensiones enfocan su producción a nuevos mercados crecientes como el de balanceados para caninos.

El sector de balanceados para caninos es uno de los segmentos que en los últimos años a nivel mundial ha sido muy dinámico, por el cambio de perspectiva de que las mascotas se constituyen parte de la familia y las personas abogan cada vez más por la tenencia y el cuidado responsable de las mismas, lo que hace que esta industria sea atractiva.

Los seres humanos, por naturaleza, ante todo; somos sensitivos, y esto conlleva a demostrar, conceder y recibir afecto, evidenciado de diferentes maneras; y actualmente, una manera de constatarlo, es mediante el cariño que se le brinda a una mascota, principalmente a la especie canina; posiblemente dando cumplimiento al refrán, que el perro es el mejor amigo del hombre, pues en su mayoría estos animales, llegan a los hogares para llenar espacios que van más allá, de la función de vigilante o cazador y se convierte en un miembro más de la familia.

Es así que, considerando a los caninos como parte de la familia, se busca darle lo mejor en cuanto a alimentación y salud, que sea beneficioso para los caninos y cuya mezcla de ingredientes ofrezca una dieta balanceada adecuada, se conserve bien por mucho tiempo a temperatura ambiente; y además proporcione beneficios a los dueños con estilos de vida agitados, como comodidad, reducción de tiempo, esfuerzos y costos al dejar de preparar la dieta casera, la cual está asociada a enfermedades graves en las mascotas como sarro dental, obesidad, problemas de desarrollo, inconvenientes hepáticos, problemas de piel, entre otras e implica un gasto extra para sus propietarios.

Estas consideraciones dan lugar a que el mercado de balanceados para mascotas sea dinámico y creciente, pues mantener bien alimentadas a las mascotas es importante para sus dueños, al conocer que se les está proporcionando la cantidad correcta de vitaminas y minerales necesarias, de esta forma cada vez más el balanceado para caninos forma parte de la canasta familiar del individuo, favoreciendo a las empresas productoras y comercializadoras de estos productos.

En Ecuador, existe una oferta competitiva de balanceados para caninos, y la participación en el mercado está determinada por la calidad del producto y el precio.

Los industriales han creado nuevos y novedosos productos para satisfacer esta demanda, la cual tiene un crecimiento rápido en el mercado de comidas para mascotas, la producción de maíz supera la demanda interna, lo cual conlleva a una oferta abundante de materias primas en la elaboración de los balanceados y debido a esta gran producción y fuerte competencia en el mercado nacional, las empresas que producen y comercializan el balanceado para caninos, buscan expandirse mediante la exportación en mercados internacionales.

La exportación le permite a las empresas diversificar sus riesgos, promueven la operación con economías de escala, prolonga el ciclo de vida del producto y mejora la imagen de la empresa con sus proveedores, bancos y clientes.

Uno de los mercados atractivos para la exportación de alimentos para caninos es Colombia, debido a la cercanía con Ecuador, al crecimiento de su economía, a que su cultura es similar a la nuestra, entre otros, características que conllevan a adquirir experiencia internacional a un menor costo.

Colombia posee un panorama positivo y estabilidad económica, ya que su potencial desarrollo mantiene uno de los más altos índices de crecimiento de la región, se considera como un interés de inversión extranjera y su comportamiento macroeconómico estable, se presenta como una alternativa para hacer negocios, consta con una estructura de 10 zonas portuarias y 25 terminales marítimas de uso público, se enlaza con 25 países, cuenta con 9 ciudades tales como: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, Cartagena, Cúcuta, Soledad, Ibagué y Bucaramanga, con más de 500 mil habitantes y 37 ciudades entre ellas: Buenaventura, Neiva, Valledupar, Montería, Pereira, Pasto, con más de 250 mil habitantes, siendo su crecimiento económico

promedio del 2010 al 2015 en 4.4% en comparación a América Latina que es el 3% y como referencia general Colombia es un Mercado de 50 millones de habitantes.

El mercado de materia prima base, para elaborar el balanceado para mascotas en Colombia, es insuficiente por la poca producción, frente a la alta demanda para el consumo interno en diferentes actividades productivas, de acuerdo con Agrocadenas, la producción del sector de alimentos para animales de Colombia sector se distribuye en 6 subsectores: Aves con el 64.3%, porcinos con el 15.5%, y vacunos con el 11%. El porcentaje restante se distribuye entre la producción de alimentos para perros y gatos, peces, equinos, conejos y preparaciones especiales.

Según estudios de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) aproximadamente en Colombia, 1 de cada 3 familias posee una mascota, sea un perro, gato, aves o peces. Las parejas jóvenes colombianas, tienen un estilo de vida acelerado, buscan profesionalizarse antes de tener sus primeros hijos y cubren la necesidad de dar afecto, cuidado y protección a una mascota, destinando parte de sus recursos económicos para su cuidado y alimentación; así también, las autoridades Colombianas han creado leyes para la protección de los animales y entre sus artículos mencionan mantener el animal en condiciones adecuadas y suministrar bebida, alimento, aseo, higiene apropiadas.

La empresa Wing S.A., en la actualidad, comercializa balanceados para caninos a nivel local en Guayaquil, sin embargo, el cambio de perspectiva a nivel mundial de que las mascotas se constituyen parte de la familia y las personas abogan cada vez más por la tenencia y el cuidado responsable de las mismas, hace que este producto tenga un gran potencial exportable que debe ser aprovechado por la empresa.

La problemática surge en que la empresa Wing S.A., desconoce las características del mercado colombiano y el proceso técnico de exportación, pues no cuenta con una guía que le permita la internacionalización exitosa de los balanceados para caninos; en el presente proyecto, se expone una plan para la exportación de balanceados de caninos desde Ecuador, creando una alternativa de expansión de negocio para la empresa Wing S.A.

### 1.2.1 Árbol del Problema

Para sintetizar el problema, a continuación, se diagrama el árbol de problema, donde en sus raíces se encuentran las causas y en las hojas se presentan los efectos.

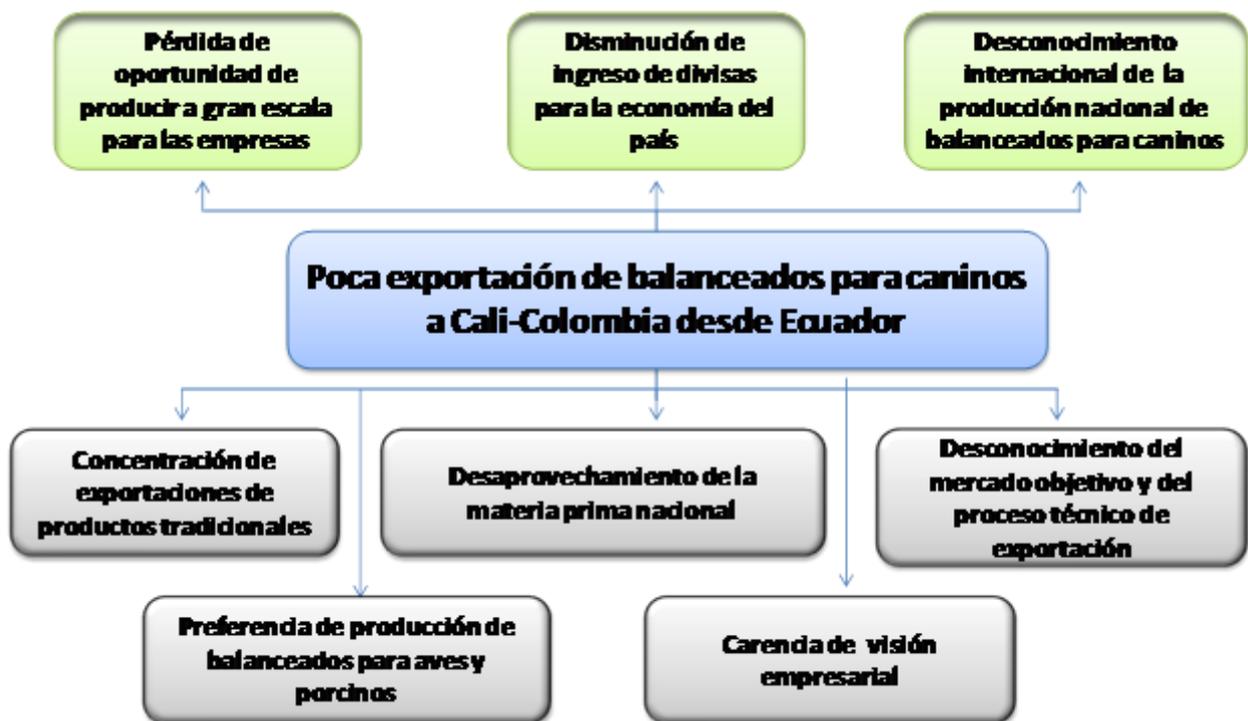


Figura 1 Árbol del Problema  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

### **1.3 Formulación del Problema**

¿De qué manera beneficiará a la empresa Wing S.A, el desarrollo de un plan de exportación de balanceados para caninos, en la comercialización internacional de este producto?

### **1.4 Sistematización del Problema**

¿Cuáles son las características del mercado de balanceados para caninos en Colombia?

¿Qué modelo de plan de exportación se ajusta a las necesidades del producto y de la empresa?

¿Cómo se facilitará la comercialización internacional de balanceados para caninos?

¿Cuáles son las principales rutas, convenios y acuerdos bilaterales para la comercialización entre Ecuador y Colombia?

### **1.5 Objetivos de la investigación**

#### **1.5.1 Objetivo general**

Desarrollar un plan de exportación de balanceados para caninos hacia el mercado Cali-Colombia, mediante el análisis del mercado meta, uso de métodos y técnicas de recolección de datos, a fin de obtener una guía en la comercialización internacional de este producto.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- Analizar el mercado colombiano de balanceado de caninos, determinando la producción y demanda del producto y así conocer las preferencias del mercado objetivo.
- Diseñar el plan de exportación de balanceados para caninos, para Cali-Colombia, estableciendo un modelo que se ajuste a las necesidades del producto y de la empresa.
- Elaborar el plan de exportación de balanceados de caninos al mercado de Cali-Colombia, obteniendo una guía que facilite el proceso de comercialización internacional.
- Analizar las principales rutas, permisos, convenios o acuerdos bilaterales de comercio entre Ecuador y Colombia.

## **1.6 Justificación de la investigación**

La poca exportación de productos no tradicionales y terminados en el Ecuador es una de las desventajas del crecimiento del nivel económico del país, es así que la exportación de balanceados para caninos beneficiará y fortalecerá a la balanza comercial y la matriz productiva, generando ingreso de divisas y fuentes de trabajo.

La tendencia de alimentar a las mascotas con croquetas empezó hace unos 20 años y desde entonces se han desarrollado en los diferentes segmentos de la sociedad, esto obedece principalmente al convencimiento de los dueños de caninos de que un alimento balanceado no solo proporciona mejores nutrientes, sino también facilidad en la manipulación del alimento al proveerlo, seguridad en su conservación y ventaja en el manejo de las excretas.

Colombia está creciendo en el consumo de balanceado para caninos, y el interés de las familias de utilizar este tipo de alimentos para sus mascotas va en aumento debido a la practicidad al momento de servirla y a la aprobación que los veterinarios dan a los balanceados al mejorar las condiciones de vida de las mascotas, es por esto que las empresas ecuatorianas de balanceados para caninos, deben invertir para una mayor producción que satisfaga el crecimiento de demanda en este país y fomentar la inversión tanto nacional como extranjera.

Este proyecto pretende guiar a la empresa Gabriel Wing S.A., en su aspiración de comercializar los balanceados para caninos en el mercado colombiano, mediante la elaboración de un plan de exportación, y así poder diversificar sus líneas de negocios y la oferta exportable ecuatoriana.

## **1.7 Delimitación o alcance de la investigación**

- Campo: Comercio Exterior
- Delimitación de Contenido: La investigación radica en el estudio de factibilidad para Exportación de balanceados para caninos a una de las principales ciudades de Colombia.
- Delimitación temporal: cubrirá 20 meses, de mayo 2017 a enero de 2019.
- Delimitación espacial: Cali-Colombia

## **1.8 Hipótesis de la investigación**

El desarrollo del plan de exportación de balanceado canino al mercado de Cali-Colombia fomentará la comercialización del producto internacionalmente.

## **1.9 Variables de la Investigación**

### **1.9.1 Variable de Dependiente:**

Fomentar la comercialización del producto internacionalmente.

### **1.9.2 Variable Independiente**

Desarrollo del plan de exportación de balanceados de caninos al mercado de Cali-Colombia.

## **CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Estado del conocimiento**

Para el desarrollo del presente proyecto, a continuación se presenta un marco teórico, referente a qué es el comercio internacional, sus teorías, qué es exportar, qué es un plan de exportación y la importancia de realizarlo.

#### **2.1.1 Teorías de Comercio Internacional.**

El comercio internacional es la actividad de intercambiar de forma legal bienes y/o servicios entre países para su consumo interno, recibiendo por ello una ganancia, estableciendo para el objeto un precio de venta.

Existen muchas teorías y sus máximos exponentes, que tratan de explicar el origen y los motivos del comercio internacional; González (2011) indica:

Las teorías del comercio internacional han sido concebidas para responder a dos preguntas básicas y estrechamente ligadas: — ¿Cuáles son las causas del comercio? es decir ¿por qué los países comercializan? — Y ¿cuáles son los efectos del comercio internacional sobre la producción y el consumo nacional? (p.103)

De acuerdo a esto, se clasifica las distintas teorías agrupándolas en las siguientes categorías:

- a. La teoría tradicional o clásica del comercio internacional, que se fundamenta en la teoría del valor del trabajo, concibiéndolo como factor único de producción y que, en una economía cerrada, los bienes se intercambian según las dotaciones relativas de trabajo que contienen. En otras palabras, un país,

empresa o persona es mejor que otro si desarrollando cierta actividad de producción, incurre en costos menores.

Esta teoría entiende que los países podrán exportar uno u otro bien en función de la productividad con la que lo genera, es decir, en función de si es capaz de producir con una buena calidad, a un menor coste y eficiencia. (Smith, 1776).

La ventaja absoluta para un país, se refleja en la habilidad para producir un bien con mayor facilidad, eficiencia y menores costes, que cualquier otro país, por lo que este país será favorecido en las exportaciones y el resto de países importaran de este país estos bienes, pues les resulta más barato que producirlo en el mismo país.

Sin embargo, la idea de la ventaja absoluta como generador de comercio internacional resultó ser demasiado sencilla ante la realidad, pues existían casos en los que según la enunciación dada, no podría darse el comercio. Es por esto que surge la nueva teoría del comercio internacional.

- b. La «nueva» teoría del comercio internacional, se encauza en que los países eligen especializarse para poder comercializar en actividades donde posee cierta ventaja y no en lo que hacer mejor en comparación con los demás. Es decir, la diferencia con la teoría de la ventaja absoluta radica en que no se produce lo que al país le cuesta menos, sino aquel con menores costes comparativos.

Esta teoría llama a especializarse y exportar aquellos bienes o sectores que son más productivos con respecto a otros de forma interna, es decir, del mismo país. (Ricardo, 1817).

La ventaja comparativa para una nación que no posee una ventaja absoluta, se refleja en la habilidad para producir y exportar un bien en la que su desventaja absoluta

sea menor, y el resto de naciones importarán de este país el bien, el cual es el que posee una desventaja absoluta superior.

### **2.1.2 ¿Qué es exportar y por qué exportar?**

Según lo señala Pro Ecuador, exportar es la salida legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el exterior y/o la prestación de servicios efectuadas bajo las condiciones que establece el Servicio Nacional de Aduanas.

Esta actividad ofrece grandes ventajas tanto al país como a las empresas, entre las cuales se puede detallar:

#### **Ventajas macroeconómicas:**

- Promueve el desarrollo económico del país
- Implementa colaboración y buenas relaciones con los países externos
- Atrae la inversión extranjera
- Apertura a nuevos mercados
- Aumenta la demanda de producción domestica

#### **Ventajas microeconómicas:**

- Crea nuevas fuentes de ingreso
- Rescinde de la dependencia absoluta del mercado local
- Diversifica los riesgos de operación en un solo mercado
- Incrementa las cantidades de producción, lo que se traduce a disminución de costos unitarios.
- Mejora la imagen corporativa ante clientes y proveedores
- Hace más eficiente el uso de la capacidad productiva
- Dinamiza el consumo

La incursión en los mercados internacionales se realiza normalmente en mercados más cercanos, de rápido crecimiento y similares culturalmente, donde la competencia es

menos agresiva que en los más grandes. En varios de los casos ésta se realiza de manera casual según de los pedidos que se reciban.

Sin embargo, Minervini (1996) plantea “se debe iniciar con los mercados donde pueda adquirirse experiencia a un menor costo.” (p.33)

La exportación es una actividad de mediano y largo plazo y exige una adecuada planeación de los recursos para lograr alcanzar el éxito en los mercados internacionales, estas bases se encuentran en la realización de un plan de exportación, por lo que a continuación se expone su importancia.

### **2.1.3 Plan de Exportación**

El plan de exportación constituye un elemento esencial en la internacionalización de un producto, pues con esto se puede obtener una idea clara del mercado al cual se va a exportar, las características esenciales del producto que se desea ofrecer, la viabilidad del proyecto, las adaptaciones al nuevo mercado, provee un esquema de seguimiento, entre otras.

Existen varios modelos o guías de exportación, entre ellas la Guía “Country Notebook”, la cual trata de los lineamientos completos de un plan de mercado, en base a los análisis necesarios para la realización de un plan de exportación, (Phillip, Cateora y Gram, 2010, p.592) estos análisis son:

- Análisis cultural: contempla un estudio detallado del mercado meta referente a su historia, clima, condiciones de vida, etc.
- Análisis económico del mercado meta: contiene estudio de la economía del mercado meta, Producto Interno Bruto, ingresos, recursos naturales, riesgo cambiario, riesgo país.
- Análisis de Mercado: el producto, el mercado, riesgo comercial

➤ Plan de Marketing preliminar

En los siguientes apartados, como lo plantea la guía, se realiza la aplicación de estos análisis en relación al Plan de exportación de balanceados para caninos para el mercado Cali-Colombia.

## **2.2 Marco Teórico Referencial**

### **2.2.1 Situación Comercial del Ecuador**

La relación de intercambio de bienes de un país con otros, se puede medir a través de la balanza comercial, pues en ella se registran las exportaciones y las importaciones que ha tenido un país durante un período de tiempo, determinando si un país tiene déficit o superávit mediante la diferencia que le queda entre las exportaciones y las importaciones.

Según datos del Banco Central del Ecuador, en su informe, Evolución de la Balanza Comercial (febrero 2017), la balanza comercial durante el año 2016, registró un superávit de USD 1,247 millones, siendo el principal motivo la disminución de las importaciones, tanto petroleras y no petroleras, pero en mayor variación las importaciones no petroleras.

Las exportaciones cayeron en 8%, principalmente por la reducción de los precios de petróleo, y las importaciones disminuyeron en promedio en un 26% en todas sus divisiones: bienes de consumo (24%), materias primas (17%), bienes de capital (26%) y combustibles (37%), esta caída de las importaciones provocó principalmente el superávit de la balanza comercial durante el 2016.

Tabla 1 Balanza Comercial de Ecuador 2013-2016

	Años				Variación 2016-2015	
	2013	2014	2015	2016	Absoluta	Relativa
<b>Balanza Comercial - Total</b>	<b>-1075.0</b>	<b>-723.2</b>	<b>-2129.6</b>	<b>1247.0</b>	<b>3376.7</b>	<b>158.6%</b>
<b>Bal. Comercial - Petrolera</b>	<b>8237.4</b>	<b>6917.1</b>	<b>2757</b>	<b>2969.1</b>	<b>212.1</b>	<b>7.7%</b>
Exportaciones petroleras	14107.4	13275.9	6660.3	5459.2	-1201.2	-18.0%
Importaciones petroleras	5870	6358.8	3903.4	2490.1	-1413.3	-36.2%
<b>Bal. Comercial - No petrolera</b>	<b>-9312.4</b>	<b>-7640.2</b>	<b>-4886.6</b>	<b>-1722</b>	<b>3164.6</b>	<b>64.8%</b>
Exportaciones no petroleras	10643.5	12448.6	11670.3	11338.5	-331.8	-2.8%
Importaciones no petroleras	19956.0	20088.8	16556.9	13060.5	-3496.4	-21.1%

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Durante el 2016, la balanza comercial petrolera, mostró un saldo favorable de USD 2969.1 millones, mientras que la Balanza comercial no petrolera disminuyó su déficit en un 64.8% al pasar de USD -4886.6 millones en el 2015 a USD -1722 en el 2016. Este decrecimiento se debe principalmente por las salvaguardias, cupos y otras restricciones impuestos por el Gobierno a las importaciones.

Los sectores más afectados por las restricciones fueron el automotor (32%) y el sector de construcción (38%).

A través de los tiempos, las relaciones comerciales de Ecuador con los demás países han incrementado y diversificado en cuanto a la exportación de productos no petroleros, es así que las exportaciones del 2016 de este rubro alcanzaron el 64% frente a un 36% de exportaciones petroleras.

Tabla 2 Exportaciones Ecuador 2013-2016

	Años							
	2013	Participación	2014	Participación	2015	Participación	2016	Participación
Exportaciones petroleras	14107.4	57%	13275.9	52%	6660.3	36%	5459.2	32%
Exportaciones no petroleras	10643.5	43%	12448.6	48%	11670.3	64%	11338.5	68%
<b>Exportaciones - Totales</b>	<b>24750.9</b>	<b>100%</b>	<b>25724.5</b>	<b>100%</b>	<b>18330.6</b>	<b>100%</b>	<b>16797.7</b>	<b>100%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Dentro de los cinco continentes del mundo, el principal destino de las exportaciones de Ecuador es América con el 60% durante el 2016, siendo Estados Unidos (\$5,436 millones), el país donde los productos ecuatorianos son exportados, seguido de Chile (\$1,150 millones), Perú (\$934 millones) y Colombia (\$810 millones), el segundo continente al cual se exporta es Europa (22%) y los países destinos son Alemania y España principalmente, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 3 Exportaciones FOB anuales por continente, área económica y país destino/procedencia

	AÑOS			
	2013	2014	2015	2016
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>24,750.9</b>	<b>25,724.4</b>	<b>18,330.6</b>	<b>16,797.7</b>
<b>AMÉRICA</b>	<b>18,438.5</b>	<b>19,051.9</b>	<b>11,771.0</b>	<b>10,083.1</b>
<b>ESTADOS UNIDOS (3)</b>	<b>11,042.7</b>	<b>11,239.6</b>	<b>7,226.2</b>	<b>5,436.1</b>
CANADÁ	115.3	119.5	117.2	77.9
<b>MERCADO COMÚN CENTROAMERICANO</b>	<b>387.6</b>	<b>174.7</b>	<b>172.6</b>	<b>174.3</b>
<b>ASOC. LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN</b>	<b>6,828.6</b>	<b>7,373.2</b>	<b>4,185.0</b>	<b>4,306.7</b>
Argentina	142.9	196.3	215.7	217.6
Brasil	130.8	134.1	110.1	144.8
Chile	2,457.3	2,327.6	1,138.1	1,150.6
México	117.5	147.2	157.0	168.1
Panamá (4)	626.0	1,398.1	441.6	662.3
Venezuela (5)	461.6	563.7	325.7	144.1
Otros países	55.6	47.0	42.1	43.0
<b>COMUNIDAD ANDINA</b>	<b>2,836.9</b>	<b>2,559.2</b>	<b>1,754.7</b>	<b>1,776.4</b>
Bolivia	23.5	26.2	36.5	31.7
Colombia	912.1	951.3	784.0	810.5
Perú	1,901.3	1,581.8	934.2	934.2
<b>RESTO AMÉRICA</b>	<b>64.3</b>	<b>144.9</b>	<b>70.0</b>	<b>88.1</b>
<b>EUROPA</b>	<b>4,107.6</b>	<b>4,052.8</b>	<b>3,676.4</b>	<b>3,734.1</b>
<b>UNIÓN EUROPEA</b>	<b>3,011.1</b>	<b>2,981.3</b>	<b>2,773.0</b>	<b>2,831.7</b>
Alemania	410.7	525.6	548.9	530.7
Bélgica y Luxemburgo	239.4	221.8	215.2	176.5
España	777.2	525.1	483.5	547.3
Francia	315.1	313.5	268.6	280.8
Holanda	425.1	521.6	460.3	422.6
Italia	416.0	431.1	326.0	460.9
Reino Unido	170.1	175.8	166.0	139.3
Otros países	257.4	266.7	304.5	273.5
<b>ASOC. EUROPEA DE LIBRE COMERCIO</b>	<b>106.9</b>	<b>80.6</b>	<b>51.5</b>	<b>33.2</b>
<b>RESTO EUROPA</b>	<b>989.6</b>	<b>990.9</b>	<b>851.9</b>	<b>869.3</b>
<b>ASIA</b>	<b>2,053.0</b>	<b>2,432.8</b>	<b>2,707.7</b>	<b>2,842.3</b>
Corea del Sur	45.0	57.2	173.0	82.5
Hong Kong	122.4	27.1	18.7	21.8
Japón	572.2	326.0	330.9	319.6
Rep. Popular China	563.9	485.1	723.0	656.4
Taiwán	8.4	6.9	5.7	9.3
Otros países	741.2	1,530.6	1,456.4	1,752.7
<b>ÁFRICA</b>	<b>99.3</b>	<b>122.3</b>	<b>104.9</b>	<b>65.1</b>
<b>OCEANÍA</b>	<b>38.8</b>	<b>45.0</b>	<b>50.9</b>	<b>52.3</b>
<b>OTROS PAÍSES NEP</b>	<b>13.8</b>	<b>19.6</b>	<b>19.8</b>	<b>20.8</b>
Tráfico Postal Internacional y Correos	-	-	-	-

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Como se puede observar, el comercio exterior del país se basa principalmente en productos de origen primario y con muy pocos mercados destino, lo cual lo hace más vulnerable ante las variaciones de precios y demanda en los mercados internacionales, por esta razón la importancia de buscar alternativas de exportación de productos no tradicionales, como por ejemplo los balanceados para caninos, es así que a continuación se expone la situación referente a este sector.

### 2.2.2 Características Sector de Alimentos para mascotas en Ecuador

La cadena de los alimentos balanceados, es la interrelación de la producción de materias primas hasta la producción de alimentos balanceados para aves, porcinos que a su vez se convierten en insumos en las cadenas de avicultura y porcicultura; es decir que es un eslabón o puente agroindustrial que convierte las materias primas de origen agrícola, tales como el maíz amarillo, yuca, y soya (considerados como cereales forrajeros) en alimentos para la producción de carne de pollo, cerdo y sus derivados. En esta cadena también se elaboran alimentos para otras especies animales como las mascotas.

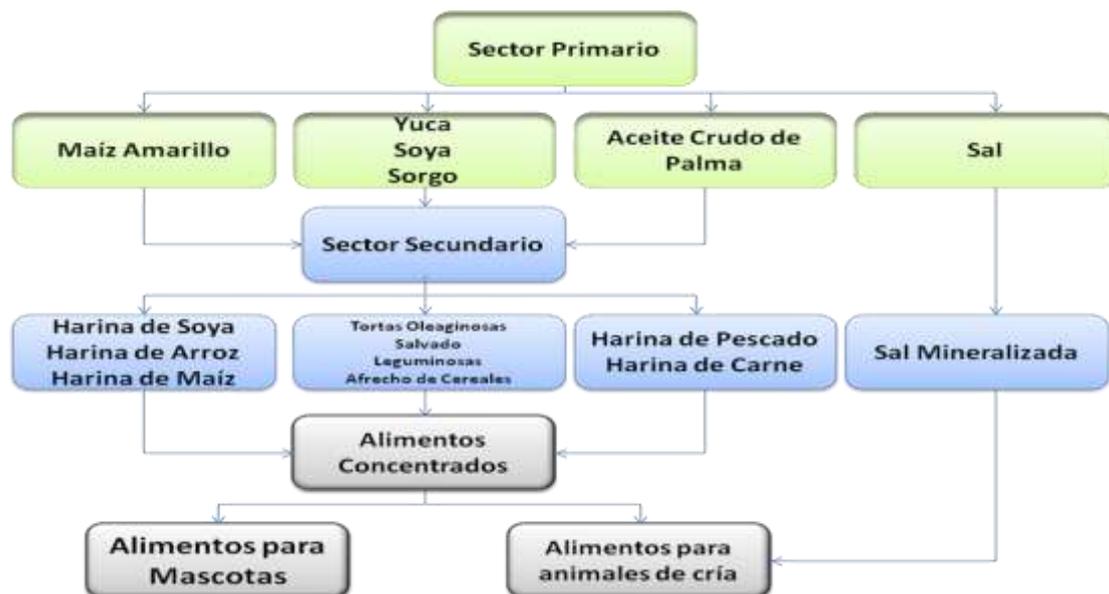


Figura 2 Cadena Productiva Alimentos Balanceados  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Como se puede observar, los productores de alimentos balanceados, son los principales demandantes de productos agrícolas como el maíz amarillo, soya, palma africana, entre otros. Una de las grandes bondades en Ecuador es que es un país que posee excelentes características geográficas, con un clima y suelo que permiten el cultivo de maíz duro en gran escala, con óptimo rendimiento y excelente calidad.

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP, 2016) menciona “El rendimiento de maíz duro (13% de humedad y 1% de impurezas) fue de 5.53 (t/ha) que corresponde a un crecimiento del 2% respecto al 2015, siendo Manabí y Loja quienes aumentaron su rendimiento en 25% y 21% respectivamente.” (p. 2). Cabe indicar que el maíz, produce una cosecha cada 120 a 150 días (en el trópico cálido).

Así mismo, según las estadísticas generadas por el MAGAP (2016), los principales competidores de producción maicera son Colombia y Perú, pero Ecuador lleva ventaja a sus vecinos, pues Colombia depende del 90% de importaciones de maíz, mientras que Perú del 70%, durante el 2015.

El Plan de Mejora Competitiva de Balanceados, suscrito en noviembre de 2011, ha logrado diseñar proyectos de productividad y competitividad a todo el encadenamiento productivo, promoviendo la mejora de la producción, cosecha y comercialización de la materia prima (maíz duro amarillo), continuando con un buen servicio de acopio, bodegaje y logística de la producción de alimentos balanceados, para terminar con la generación de productos de proteína animal y acuícola en cantidades suficientes, calidad superior y mejores precios para el consumidor.

Este programa ha permitido que Ecuador supere a Colombia y Perú en términos de rendimiento de siembra. El país posee un 47% de rendimiento, mientras que

Colombia el 19% y Perú mantiene un 29% de rendimiento, de acuerdo a cifras emitidas por la Coordinación General del Sistema Nacional de Información – CGSIN.

## EVOLUCIÓN DE LOS RENDIMIENTOS (Colombia, Perú y Ecuador)



Figura 3 Evolución de rendimiento Maíz duro seco  
Elaborado por: Coordinación General del Sistema Nacional de Información - CGSIN

Siendo el maíz un insumo básico en la elaboración de balanceados para mascotas, estos indicadores y las condiciones climáticamente favorables en Ecuador permiten la producción de insumos para los alimentos de animales durante todo al año tan solo con riego y la tecnología básica necesaria, como la preparación del suelo (labranza), el sembrado, control de malezas, secado, entre otras; creando un nivel competitivo para las empresas ecuatorianas.

Según la Encuesta Mundial de Alimentos de Alltech 2017, a nivel global, la producción de alimentos para mascotas ha crecido un 10.6% en el 2016, en

comparación con la producción del 2015, pues llegó a 25 millones de toneladas métricas.

Las ventas mundiales de alimentos para mascotas obtuvieron un crecimiento cercano al 5% entre el 2015 y 2016, de acuerdo a las cifras de Euromonitor, y esto se debe en gran medida a la predisposición de los consumidores hacia el bienestar de sus mascotas, por considerarlos parte de la familia es cada vez mayor, según señala el Gerente de Marketing de Alltech para Latinoamérica en su charla *Perspectivas del mercado mundial en alimentos de mascotas*.

El negocio de los alimentos balanceados para mascotas es un rubro que ha crecido en Ecuador y esta tendencia comenzó hace más de 20 años, pero en los últimos años ha crecido con mayor fuerza, aunque Ecuador está atrasado en relación a Venezuela, Colombia, Perú, con respecto al consumo de balanceados debido al tamaño de sus poblaciones.

En el país, hay 20 marcas en el mercado, siendo las de mayores ventas: Pro Can – Pronaca, Dog Chow - Piurina, Buen Can - Agripac, Dog Star - Guisis, De este rubro, el 70% corresponde a ventas para caninos y el 50% de las marcas de alimento balanceado para mascotas son producidas en el país y el 50% es importado. Cada día, más personas adquieren animales domésticos y en la oferta existen una gran variedad de productos y servicios que satisfagan sus necesidades, es por esto que las empresas que busquen nutrir su crecimiento en los próximos años deben enfocar importantes esfuerzos en conseguir nuevos clientes en el exterior y ampliar la participación de las exportaciones en su estructura de ingresos.

### 2.2.3 Exportaciones de Alimentos para mascotas en Ecuador.

Para el análisis de importación-exportación es necesario determinar cuál es la partida y sub partida arancelaria relacionada a la comercialización de alimentos para animales, que son las unidades en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía, en donde se clasifican grupos de mercancías y que se identifican de cuatro a seis dígitos.

Tabla 4 Código del Sistema Armonizado

<b>SECCIÓN</b>	IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborado
<b>CAPÍTULO</b>	23	RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS: ALIMENTOS PREPARADOS PARA ANIMALES
<b>PARTIDA</b>	23.09	Preparaciones del tipo de las utilizadas para la alimentación de los animales.
<b>SUBPARTIDA</b>	23.09.10	Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor

Fuente: Directorio Partida Arancelaria de camaras.org

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

La partida arancelaria relacionada a la exportación de los balanceados para caninos, se encuentra del capítulo 23 y la sub partida arancelaria es la 23.09.10. Alimento para perro o Gato, acondicionado para la venta al por menor.

Las exportaciones del sector de alimentos para mascotas desde Ecuador, de acuerdo a datos de la Asociación Latinoamericana de Integración para la partida arancelaria 230910 se concentran en Estados Unidos, exportando 6147 miles de dólares durante el 2016, tal como se aprecia en la siguiente tabla:

Tabla 5 Exportaciones Ecuador 230910 Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor Valores en miles de USD

PAÍS	2013	2014	2015	2016
Colombia	127		237	191
Taiwán		2		
España			10	
Estados Unidos	125	42	3136	6147
Países Bajos			109	138
Perú		10	32	28
Rusia	95			43
<b>TOTAL</b>	<b>347</b>	<b>54</b>	<b>3524</b>	<b>6547</b>

Fuente: Asociación Latinoamericana de Integración

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Si bien es cierto durante el año 2016, las exportaciones de alimentos para caninos hacia el mercado colombiano fueron de 191 miles de dólares, éste se constituye en un mercado atractivo para explotarlo y enfocar la producción a este destino.

## 2.2.4 Indicadores importantes de Colombia

### 2.2.4.1 Aspectos Generales

Tabla 6 Indicadores Colombia

<b>Nombre Oficial:</b>	República de Colombia
<b>Capital:</b>	Bogotá
<b>Lenguaje oficial:</b>	Español
<b>Población:</b>	49,150,808 hab. (Marzo 2017 est.)
<b>Superficie:</b>	1,141,748 km <sup>2</sup>
<b>Moneda Oficial:</b>	Peso colombiano (COP)
<b>PIB:</b>	USD 690.4 miles de millones (2016 est.)
<b>PIB per cápita:</b>	USD 14,200 (2016 est.)

Fuente: DANE

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

La República de Colombia, situada al noroccidente de América del Sur, limita al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador y al noreste con Panamá, y posee costas en el océano Pacífico y acceso al Atlántico a través del mar Caribe.

Conformado por tierras bajas costeras, altas centrales y los llanos orientales de tierras bajas, su relieve se caracteriza principalmente por las tres cadenas montañosas del sistema andino, atravesándolo de norte a sur.

El clima de Colombia es tropical en la costa y en los llanos orientales, mientras que, en las tierras altas en los Andes, el clima es más fresco.

Posee una población multicultural, la cual es resultado del mestizaje entre indígenas presentes desde tiempos ancestrales, europeos durante la época colonial y africanos por los esclavos que llevaron los conquistadores.

Colombia cuenta con 49,150,808 habitantes aproximadamente, de acuerdo a estadísticas de la Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), de los cuales el 51,2% son mujeres y 48,8% son hombres.

Tabla 7 Colombia – Pirámide Poblacional

Periodo	EADADES		
	0-14 años %	15-64 años %	> 64 años %
2016	23,89%	68,78%	7,33%
2015	24,29%	68,67%	7,04%
2014	24,70%	68,54%	6,76%
2013	25,10%	68,40%	6,51%
2012	25,49%	68,23%	6,27%
2011	25,92%	68,02%	6,06%
2010	26,39%	67,74%	5,86%

Fuente: Datosmacro.com

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

La tabla anterior muestra cierta tendencia acelerada de envejecimiento acelerado, pues en cinco años, el porcentaje de los habitantes mayores a 64 años pasó de 6.27% a 7.33%, así también se refleja la disminución en el porcentaje de los habitantes entre los 0-14 años de un 25.49% en el año 2012 a 23.89% en el 2016, mientras que el 68,78% de la población se encuentra en el rango de edades de 15-64 años.



Figura 4 Administración Territorial de Colombia

Elaborado por: Pro-Ecuador (2016)

La república colombiana está conformada por 32 departamentos, entre los cuales se puede destacar Córdoba, Guajira, Antioquia, Choco, Cauca, Valle del Cauca, y su distrito capital, la ciudad de Colombia.

### 2.2.5 Economía de Colombia

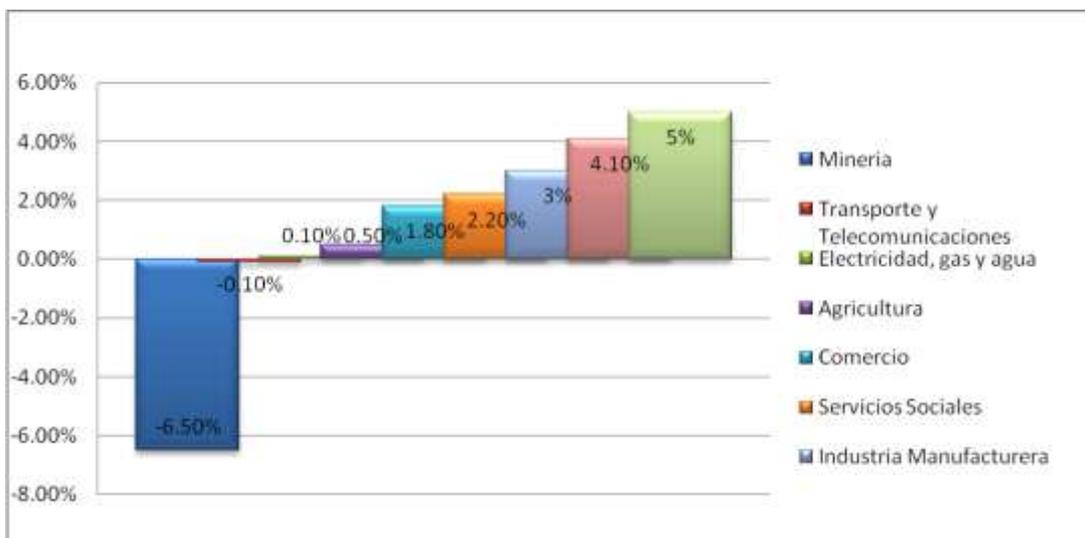


Figura 5 Crecimiento del PIB en Colombia 2016 por Sector Económico  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Colombia se posiciona como la cuarta economía más grande de América Latina, luego de Brasil, México y Argentina. El crecimiento económico de Colombia del año 2016 fue del 2%, refleja una desaceleración en comparación al crecimiento registrado en el 2015, que corresponde al 3.1%. Este bajo crecimiento, se vio influenciado principalmente por la caída de los sectores de la minería (-6.5%) y el transporte (-0.1%)

Tabla 8 Producto Interno Bruto – Colombia

AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
Miles de millones de peso	470,880	493,831	515,528	531,262	541,675
Variaciones porcentuales	4.0%	4.9%	4.4%	3.1%	2.0%

Fuente: DANE  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

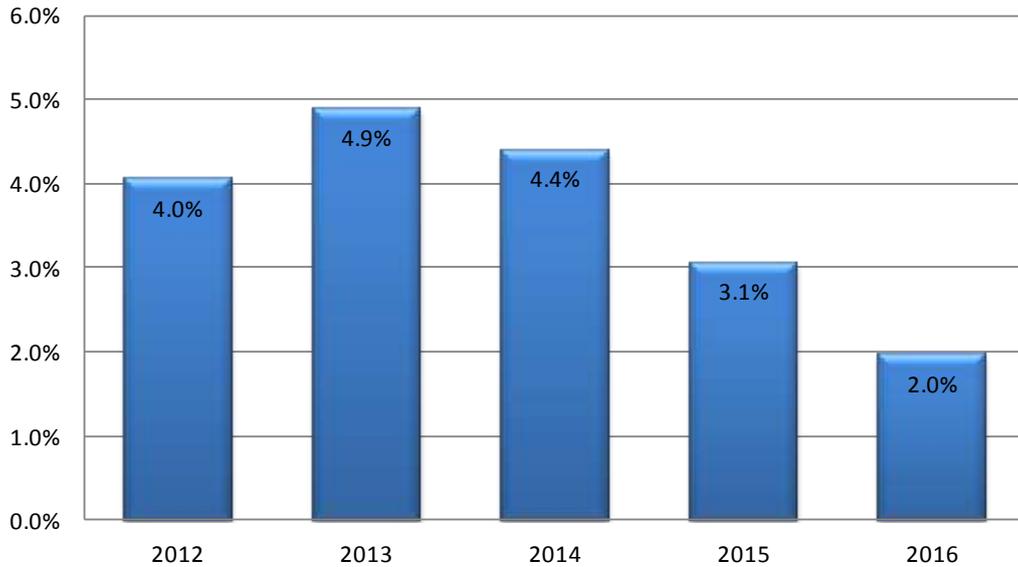


Figura 6 Variación acumulada anual % del PIB  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Las actividades con mayor crecimiento fueron: sector financiero, seguros, actividades inmobiliarias, construcción, e industria manufacturera. De acuerdo a cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE en su boletín técnico de junio 2017, los departamentos con mayor economía son Bogotá con una participación del PIB del 25.7%, Antioquia 13.19%, Valle del Cauca 9.7 y Santander con 7.7%.

Las ciudades donde principalmente se concentra la actividad empresarial son Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena y Barranquilla.

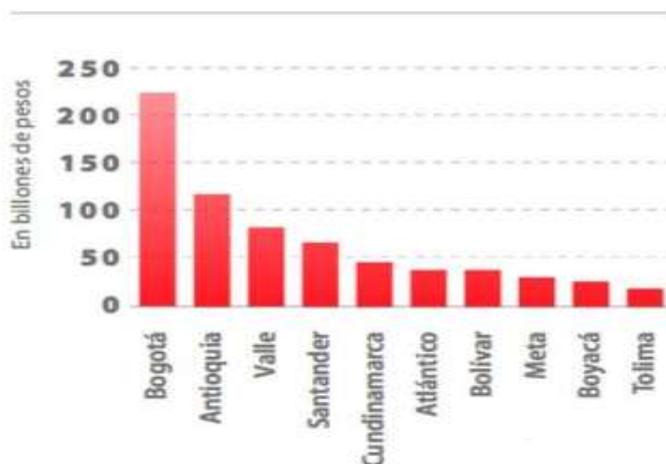


Figura 7 Economías departamentales Colombia 2016  
Elaborado por: Dinero.com (2016)

## 2.2.6 Comercio Exterior de Colombia

### 2.2.6.1 Exportaciones

En el año 2016, Colombia exportó USD 30,984 millones en valor FOB, que con respecto al 2015 significó una reducción del 13.19% y en promedio durante los últimos cinco años, las exportaciones colombianas han decrecido a una tasa promedio anual del 15.33%.

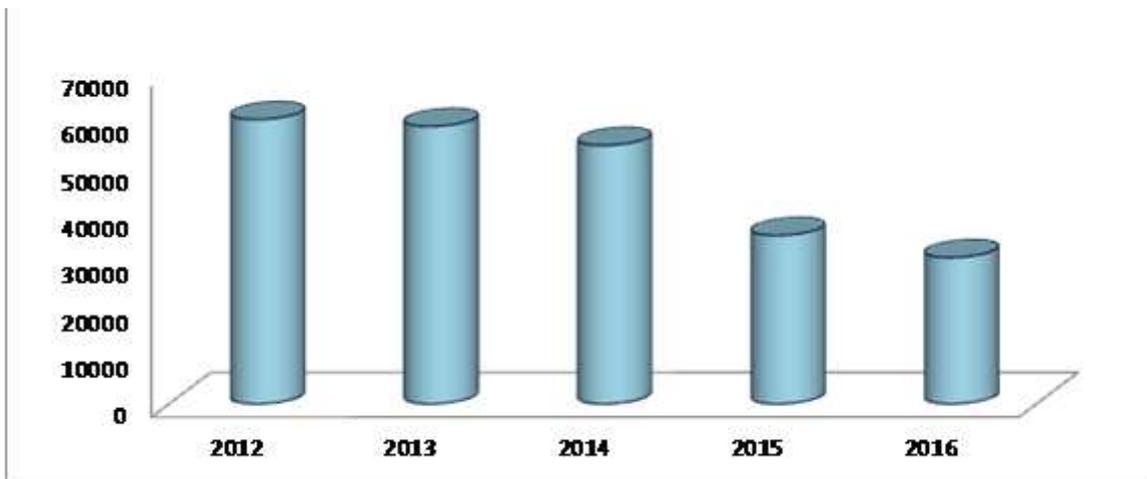


Figura 8 Exportaciones de Colombia al mundo, en millones de USD (Valor FOB)  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

El sector minero constituye las principales exportaciones y corresponde al 50% del total de sus exportaciones, seguido por el sector industrial con más del 30%. La agroindustria también es un rubro importante, siendo el café el principal producto del agro de Colombia, seguido del banano y las flores.

Estas exportaciones van dirigidas principalmente a Estados Unidos, pues su participación corresponde al 32.66%, seguido de Panamá con el 6.17%, Países Bajos con el 3.89%

Tabla 9 Exportaciones de Colombia al mundo 2012-2016

Importadores	2012	2013	2014	2015	2016	Participación
<b>Mundo</b>	<b>60,273,618</b>	<b>58,821,870</b>	<b>54,794,812</b>	<b>35,690,767</b>	<b>30,984,392</b>	<b>100%</b>
Estados Unidos de América	22,216,238	18,692,895	14,470,697	10,052,617	10,119,844	32.66%
Panamá	2,916,011	3,219,265	3,615,462	2,394,166	1,912,685	6.17%
Países Bajos	2,503,054	2,272,605	2,117,118	1,489,798	1,206,370	3.89%
Ecuador	1,910,498	1,974,770	1,884,349	1,432,593	1,199,721	3.87%
España	2,939,792	2,879,035	3,263,411	1,581,002	1,159,797	3.74%
China	3,343,081	5,102,171	5,755,135	2,263,725	1,107,268	3.57%
Perú	1,582,089	1,273,933	1,186,627	1,148,078	1,052,097	3.40%
Los demás	22,862,855	23,407,196	22,502,013	15,328,788	13,226,610	42.69%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)



Figura 9 Principales importadores de Colombia, % Participación 2016

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

### 2.2.6.2 Importaciones

Las importaciones de Colombia decrecieron a una tasa promedio anual de 6.24%, durante el periodo 2012 al 2016, en este último año, el país importó un valor FOB de USD 44,889 millones, lo cual significó la disminución del 16.96% en comparación al año 2015, esta disminución básicamente se dio en los sectores de manufactura (-19.1%)

y combustibles (-23.9%), siendo Estados Unidos, el país de donde se redujeron las importaciones de gasóleos.

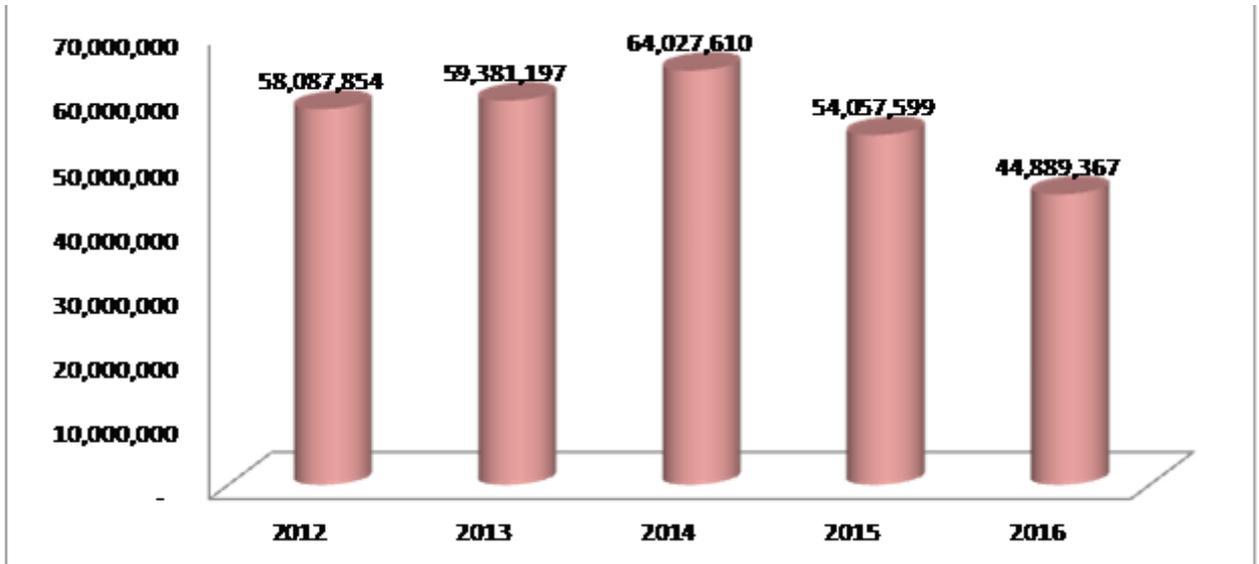


Figura 10 Importaciones de Colombia, en millones de USD (Valor FOB)  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Los principales productos que importa son los derivados del petróleo USD 1917 millones, artículos electrónicos, automóviles USD 1321 millones, maquinarias y medicamento, así como también productos agrícolas como maíz USD 850 millones, trigo y soya.

El principal proveedor de Colombia durante el 2016 fue Estados Unido 26.61%, seguido de China con el 19.23% y México con el 7.60%.



Figura 11 Principales países proveedores de Colombia, % participación 2016  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

La gran parte de la distribución de los productos importados se realiza a través de distribuidores importadores como Almacenes Éxito y Carulla.

### 2.2.6.3 Relación Comercial Colombia-Ecuador

La balanza comercial Colombia-Ecuador durante los últimos 5 años ha sido favorable para Colombia, pues existe un superávit promedio de 997 millones. Dentro de los principales productos que Colombia importa desde Ecuador se encuentra los tableros de madera, atún en conserva, energía eléctrica y aceite de palma.

Tabla 10 Balanza Comercial no petrolera Colombia - Ecuador (en millones de USD)

	2012	2013	2014	2015	2016	Promedio
<b>Exportaciones</b>	2104	2177	2126	1704	1357	1893.6
<b>Importaciones</b>	1051	902	945	777	804	895.8
<b>Balanza Comercial</b>	1053	1275	1181	927	553	997.8

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

### 2.2.6.4 Acceso Físico desde Ecuador hacia Colombia

La gran parte de la carga internacional que llega a Colombia es movilizada vía marítima, existen 9 puertos entre los que se encuentran: La Guajira, Santa Marta, Ciénaga, Barranquilla, Cartagena, Golfo de Morrosquillo, Urabá y San Andrés ubicados en las costas del Caribe y dos ubicados en las costas del Pacífico: Buenaventura y Tumaco.

Las exportaciones realizadas desde Ecuador en su mayoría se realizan por vía terrestre y por vía marítima, utilizando el puerto Buenaventura.

El puerto Buenaventura es considerado como el puerto multipropósito del país, está ubicado al suroccidente de Colombia y se accede a través de un canal de 30km de longitud y 10 metros de profundidad en bajamar y 14 metros en plenamar.

La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), es el principal acuerdo comercial de alcance parcial entre Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela que permite el intercambio comercial entre Ecuador y Colombia.

### **2.2.7 Análisis del Mercado de balanceados para caninos en Colombia.**

María Teresa Sevilla (2015), técnica de la Oficina Comercial en Bogotá del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Proecuador, 2015) analiza la creciente demanda de alimentos para ese país, pues para las familias colombianas el gasto de los productos para mascotas forma parte del presupuesto de las mismas.

Un estudio realizado por La Federación Nacional de Comerciantes (**FENALCO**) en Colombia, señala que el 37% de 1.500 encuestados en Colombia tienen mascotas y el 69% son caninos, seguidos por pájaros o gatos. La manutención de un perro que vive entre 10 y 15 años consume 120 millones de pesos (USD \$40,800) y en el ciclo de vida de un gato de entre 2 y 15 años de 71 millones de pesos (USD \$ 24140).

A pesar que en el mercado local, existe grandes empresas que elaboran y comercializan alimentos para mascotas, se puede observar que si ingresan importaciones de este producto y que principalmente provienen de Estados Unidos (61.23%), Brasil (25.55%), Argentina (11.63%), Y Ecuador (0.45%).

Tabla 11 Importaciones Colombianas Subpartida 230910

<b>Exportador</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>% Participación 2016</b>
Alemania	0	0	0	0	11	0,03%
Argentina	6803	7947	7926	7956	3704	<b>11,63%</b>
Brasil	2737	5074	7070	8060	8140	<b>25,55%</b>
Canadá	0	0	16	132	116	0,36%
Costa Rica	39	253	258	89	0	0,00%
Chile	98	96	0	0	0	0,00%
China	0	0	0	115	49	0,15%
Ecuador	52	149	0	240	144	0,45%
España	0	0	79	35	1	0,00%
Estados Unidos	7193	9877	12909	15199	19507	<b>61,23%</b>
Francia	0	0	1274	258	101	0,32%
India	0	0	0	16	2	0,01%
Irlanda(Eire)	0	0	20	0	0	0,00%
Italia	34	58	52	65	69	0,22%
México	228	146	142	5	0	0,00%
Perú	583	131	23	24	12	0,04%
Reino Unido	0	0	0	0	0	0,00%
Otros	0	0	24	0	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>17767</b>	<b>23731</b>	<b>29793</b>	<b>32194</b>	<b>31856</b>	<b>100%</b>

Fuente: Sistema de Información de Comercio Exterior - ALADI

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

El estudio de Fenalco indica que el 47% de la compra de alimento balanceado se realiza en las grandes cadenas de da preparada en el hogar, de igual manera las tiendas en línea especializadas también se están abriendo paso en este nuevo e importante nicho.

El diario La República, (agosto, 2016), señala que en Colombia se comercializan 30 marcas de alimento para caninos, entre marcas locales e internacionales como Purina Dog Chow,(Nestlé), Ringo y Mirringo (Contegral Bogotá), Pedigree y Whiskas (Mars), Pro Plan, entre otras, cada una con nuevas propuestas para conquistar este creciente mercado. Estas tres firmas reúnen 60,1% del mercado para mascotas en el país.

Para poder analizar los precios, se considera la siguiente tabla, que incluye los precios de venta al público de las principales marcas en las ciudades de Colombia como Bogotá (Dog Chow y Pedigree), Cali (NutreCan, Eukanoba, Chunki).

Tabla 12 Precios de alimentos para caninos en Colombia

Marcas	Moneda	Presentación		
		2kg	4kg	30kg
Dog Chow	Dólares	6,31	11,56	97,50
	Pesos Colombianos	17683	34001	286764
Pedigree	Dólares	5,45	10,78	53,12
	Pesos Colombianos	16043	31696	187482
Nutre Can	Dólares	5,45	10,78	62,8
	Pesos Colombianos	-	-	153956
Chunky	Dólares	6,44	12,98	194
	Pesos Colombianos	18941	38162	570588
Eukanuba	Dólares	21,31	30,7	-
	Pesos Colombianos	66900	96400	-

Fuente: Ciudad de Mascotas (2017)

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Con esta información de manera general, se puede establecer que el precio al cual se coloque en el mercado de Colombia será competitivo, en relación a las principales marcas que se comercializan, ya que considerando que el precio de venta al público tiene un margen de ganancia del 40% (precio costo \$2.67 presentación 2 kg) y agregando los costos de exportación se podrá colocar el producto a un precio inferior, entre 20 y 30%, de los precios que se comercializan en Colombia.

De acuerdo con los datos de B&Optimos y Fenalco, El 47% compra el alimento para su mascota en los supermercados o grandes superficies; el 24% en tiendas; el 14% lo hace en almacenes especializados para mascotas; el 13% en graneros, es decir los colombianos

Esos fueron los puntos considerados para realizar el marco teórico referencial del presente proyecto que más adelante se desarrollaran en los capítulos.

## 2.3 Marco Conceptual

Para desarrollar este proyecto a continuación se definen algunos conceptos.

**Alimento Balanceado:** es un alimento desarrollado para que cubrir todas las necesidades nutricionales de las mascota en condiciones normales, mejorando las condiciones biológicas y estéticas del animal el cual le ayudara a que el sistema digestivo del animal este funcionando correctamente, logrando la mayor asimilación de los nutriente de los ingredientes y en la parte estética que el pelaje tenga un brillo natural y colores vibrantes y que su musculatura este correctamente desarrollada de acuerdo a la edad del canino o minino.

**Saborizantes:** son sustancias aromáticas que se extraen de la propia naturaleza buscando los frutos o vegetales determinados que sean aptos para las mezclas y éstas sean más apetitosas con sabores espectaculares y olores agradables, que sean capaces de despertar el sentido del gusto por estos productos

**Macro mezclas:** son los productos derivados de la agroindustria e incluye cereales carbohidratos y proteínas de grandes magnitudes como materia prima en la elaboración de los balanceados para animales.

La harina de pescado, el maíz duro, avenas y cereales son producidos y consumidos a gran escala por este motivo las macro mezclas siempre se realizarán en estos procesos de elaboración continua.

**Micro mezclas:** es la manipulación en escalas determinadas con el uso de galénicas para mezclar los olores y sabores junto con las vitaminas y minerales exactos para beneficiar a las mascotas.

**Estudio de factibilidad** es un instrumento que sirve para la toma correcta de decisiones en la elaboración de un proyecto con base a la información y datos existentes que determina si el mismo será exitoso o no.

**Estrategia de mercado:** Son las acciones o tácticas a corto o largo plazo que permiten crear una ventaja competitiva sostenible frente a los competidores, en donde el conjunto de actividades, alianzas y asociaciones provocan que un producto se posicione en el mercado.

**Producción:** es la elaboración de un bien o servicio que pasas por diferentes procesos para satisfacer las necesidades del individuo.

**Materias primas:** no son productos inagotables y la mayoría provienen de la naturaleza, los cuales son transformados mediante procesos simples o sofisticados para obtener un producto final.

## **2.4 Marco legal**

En este punto se considera la base legal en la que se fundamenta el proyecto para la exportación hacia el mercado colombiano.

### **2.4.1 Constitución de la República del Ecuador**

Se cita la Constitución de la República del Ecuador, como primera fuente al ser ésta la legislación para concretar las necesidades legales de este proyecto.

**TÍTULO II DERECHOS, Capítulo segundo: Derechos del Buen Vivir, Sección octava: Trabajo y seguridad social, Art. 33.-** El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado. (NACIONAL., 2015)

**TÍTULO VI RÉGIMEN DE DESARROLLO, Capítulo sexto: Trabajo y producción, Sección quinta: Intercambios económicos y comercio justo Art. 336.-** El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y

servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. (NACIONAL, 2015)

**TÍTULO VI RÉGIMEN DE DESARROLLO, Capítulo segundo:**  
**Planificación participativa para el desarrollo Art. 278.-** Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

1. Participar en todas las fases y espacios de la gestión pública y de la planificación del desarrollo nacional y local, y en la ejecución y control del cumplimiento de los planes de desarrollo en todos sus niveles.

2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

**TÍTULO VIII RELACIONES INTERNACIONALES, Capítulo primero:**  
**Principios de las relaciones internacionales, Art. 416.-** Las relaciones del Ecuador con la comunidad internacional responderán a los intereses del pueblo ecuatoriano, al que le rendirán cuenta sus responsables y ejecutores, y en consecuencia:

11. Impulsa prioritariamente la integración política, cultural y económica de la región andina, de América del Sur y de Latinoamérica.

12. Fomenta un nuevo sistema de comercio e inversión entre los Estados que se sustente en la justicia, la solidaridad, la complementariedad, la creación de mecanismos de control internacional a las corporaciones multinacionales y el establecimiento de un sistema financiero internacional, justo, transparente y equitativo. Rechaza que

controversias con empresas privadas extranjeras se conviertan en conflictos entre Estados. (NACIONAL, www.efemerides.ec, 2015)

**TÍTULO VIII RELACIONES INTERNACIONALES, Capítulo tercero: Integración Latinoamericana, Art. 423.-** La integración, en especial con los países de Latinoamérica y el Caribe será un objetivo estratégico del Estado. En todas las instancias y procesos de integración, el Estado ecuatoriano se comprometerá a:

1. Impulsar la integración económica, equitativa, solidaria y complementaria; la unidad productiva, financiera y monetaria; la adopción de una política económica internacional común; el fomento de políticas de compensación para superar las asimetrías regionales; y el comercio regional, con énfasis en bienes de alto valor agregado.

6. Impulsar una política común de defensa que consolide una alianza estratégica para fortalecer la soberanía de los países y de la región.

#### **Políticas de Estado para el Sector Agropecuario 2006-2016**

Fortalecimiento de la Institucionalidad del sector Público y Privado.

- Desarrollo de la Agroindustria, Mercados y Sistemas de Comercialización Internos y Externos.
- Desarrollo integral de las nacionalidades indígenas, pueblos montubios, afros ecuatorianos y agricultores en general.
- Asociatividad en Cadenas y Territorios.
- Normativa y sistemas de sanidad e inocuidad agropecuaria.
- Financiamiento, inversión y uso de seguros para el sector agropecuario.
- Producción y Mercados: difusión de información.
- Investigación, transferencia de tecnología y capacitación al recurso humano.

- Manejo y conservación de los recursos naturales.
- Titulación y regularización de tierras.
- Cooperación internacional para el desarrollo del sector agropecuario.

Apoyo a productos sensibles del sector agropecuario.

#### **2.4.2 Plan Nacional del Buen Vivir**

El Plan Nacional del Buen Vivir fue aprobado en el 2013 y dentro del objetivo 12 menciona la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana, con la finalidad de incrementar la exportación de productos no petroleros

#### **Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del LIBRO V del Código Orgánico de la Producción, comercio e inversiones, COPCI SECCIÓN 1 DECLARACIÓN ADUANERA.**

**Art. 63.-** La Declaración Aduanera será presentada de manera electrónica y/o física de acuerdo al procedimiento y al formato establecido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Una sola Declaración Aduanera, podrá contener las facturas, documentos de transporte de un mismo manifiesto de carga y demás Documentos de Soporte o de acompañamiento que conformen la importación o exportación, siempre y cuando correspondan a un mismo Declarante y puerto, aeropuerto o paso fronterizo de arribo para las importaciones; y de embarque y destino para las exportaciones.

**Art. 64.-** La Declaración Aduanera es única y personal, consecuentemente, será transmitida o presentada por el importador, exportador o pasajero, por sí mismo, o a través de un Agente de Aduanas. En los casos de tráfico postal y mensajería acelerada o Courier, el Declarante podrá ser el operador público, o los operadores privados

debidamente autorizados para operar bajo estos regímenes. En las exportaciones la Declaración Aduanera podrá ser transmitida o presentada por un Agente de Carga de Exportación autorizado para el efecto. El declarante será responsable ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por la exactitud de la información consignada en la Declaración Aduanera. (cancilleria.gob.ec, 2013).

### **ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN (ALADI)**

La Asociación Latinoamericana de Integración, es el mayor grupo de integración de América del Sur, los países suscritos son: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Panamá, Perú, Paraguay, Uruguay y Venezuela., fue suscrito el 12 de agosto de 1980 mediante el tratado de Montevideo. Abarca la desgravación arancelaria y promoción del comercio, complementación económica, comercio agropecuario, cooperación financiera, tributaria, aduanera, sanitaria, prevención del medio ambiente, cooperación científica y tecnológica, promoción de turismo y normas técnicas y otros campos previstos en el tratado.

## **Capítulo III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1 Tipo de la Investigación**

En el desarrollo de este proyecto el tipo de investigación a utilizar es el descriptivo, el cual “busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Aplicado a la presente investigación, se busca describir y evaluar las tendencias y perfiles de consumo del mercado meta de los balanceados para caninos en Cali-Colombia, así como aspectos relacionados a la producción actual en Ecuador, mediante la recolección y contrastación de la información.

### **3.2 Enfoque de la Investigación**

El enfoque de la presente investigación es cuantitativo, el cual da respuesta a causas y efectos determinados, a partir de de la utilización de estadísticas, empleando el método deductivo que se basa esencialmente en el análisis de datos generales para obtener conclusiones particulares.

En esta investigación, el método cuantitativo ayudará a conocer el comportamiento del mercado objetivo, mediante la tabulación de las encuestas y otras mediciones numéricas.

### **3.3 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

La técnica principal que se utilizará es la encuesta; con la finalidad de recaudar información sobre clientes, competidores, mercados, canales de distribución. El instrumento a utilizar será el cuestionario, el cual incluye un conjunto ordenado de

preguntas cerradas y de opción múltiple dirigida a personas (muestra) que poseen información relevante para la presente investigación.

Así también se utilizará entrevistas que permitirá aclarar las dudas, conocer las teorías o criterio de los involucrados dentro de la elaboración y exportación de alimentos para caninos en Ecuador.

La observación directa se aplicará en las zonas de Cali, que se van a elegir como objeto de estudio, para conocer los ofertantes, precios, que permite obtener una visión más amplia acerca del mercado.

Las fuentes secundarias de información de este estudio son los entes gubernamentales o asociaciones, ya que se puede obtener información calificada y que están a disposición del público en general.

### **3.4 Población y muestra**

#### **3.4.1 Población**

Para la investigación se determinan dos poblaciones:

- Clientes-compradores finales (1 representante por familia)
- Distribuidores-importadores de Colombia

#### **Clientes-compradores finales (1 representante por familia)**

Para conocer la aproximación de los hábitos y necesidades de los posibles clientes, es necesario determinar la población meta y de la muestra, la cual debe ser homogénea con la finalidad de tener una perspectiva efectiva.

La ciudad o población para realizar el estudio es Cali, debido a que es la tercera ciudad más poblada de Colombia y representa un crecimiento moderno en la parte urbana a pasos acelerados desde 1985, es una ciudad habitada por gente joven, menor de

40 años, siendo la población femenina la de mayor presencia en todos los rangos de edades.

Según las proyecciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), con sede principal en Bogotá-Colombia y cuyo propósito es la elaboración de estadísticas e investigaciones en aspectos poblacionales, económicos, agronómicos, industriales, entre otros; en el último censo general realizado en el año 2005, la ciudad de Cali registra una población de 2'394,870 personas en el año 2016, con un número de hogares de 646,411.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas pertenecía a una dependencia de la Contraloría General y se la conocía como la Oficina Nacional de Estadísticas hasta que en 1953 obtuvo su nombre actual.

El área urbana de la Cali se divide en 22 comunas, las cuales se subdividen en barrios y urbanizaciones, en el 2016 el número de habitantes en el sector urbano corresponde a 2'358256, mientras que el número de hogares registrado es 636,158.

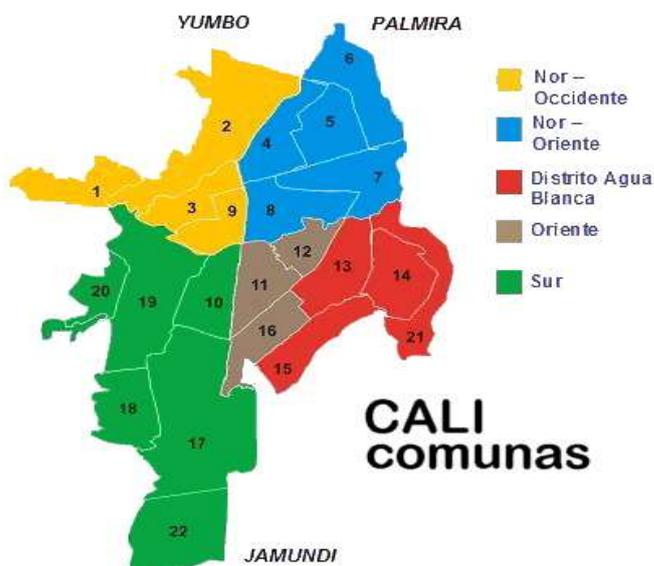


Figura 12 División Administrativa Santiago de Cali  
Elaborado por: DANE (2010)

El número de viviendas que registra Cali por comuna al año 2016, se detalla a continuación:

Tabla 13 Número de Viviendas en Cali, año 2016

Comuna	Viviendas
<b>Total</b>	<b>636,158</b>
Comuna 1	19,870
Comuna 2	39,004
Comuna 3	14,168
Comuna 4	15,215
Comuna 5	36,526
Comuna 6	47,857
Comuna 7	17,699
Comuna 8	30,033
Comuna 9	12,129
Comuna 10	31,955
Comuna 11	24,644
Comuna 12	15,878
Comuna 13	42,205
Comuna 14	40,389
Comuna 15	39,107
Comuna 16	27,869
Comuna 17	47,531
Comuna 18	36,394
Comuna 19	37,941
Comuna 20	18,336
Comuna 21	30,036
Comuna 22	3,406
Otros	7,965

Fuente: Dane

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

El detalle de los barrios y urbanizaciones que conforma cada comuna se presenta en el anexo 7.

### 3.4.2 Estratificación socioeconómica Urbana de Cali.

Siendo Cali el mercado objetivo del presente proyecto, es necesario conocer la estratificación socioeconómica de la ciudad, con la finalidad de establecer un perfil de los compradores del producto a exportar.

Acorde a la publicación del Departamento Administrativo de Planeación, Cali en cifras 2016, esta ciudad se encuentra distribuida en 6 estratos socioeconómicos: el estrato 1 corresponde al nivel socioeconómico bajo-bajo, el estrato 2 al nivel bajo; el

estrato 3 al nivel medio-bajo, el estrato 4 al nivel medio; el estrato 5 al nivel medio-alto y el estrato 6 al nivel socioeconómico alto.

Tabla 14 Estratificación Socioeconómica Urbana Cali al 2015

Estrato	Lados de Manzana	
	Número	Porcentaje
1 Bajo-Bajo	9,939	23.71%
2 Bajo	12,772	30.47%
3 Medio-Bajo	12,350	29.46%
4 Medio	3,300	7.87%
5 Medio-Alto	2,656	6.34%
6 Alto	904	2.16%

Fuente: Departamento Administrativo de Planeación de Municipio Cali  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

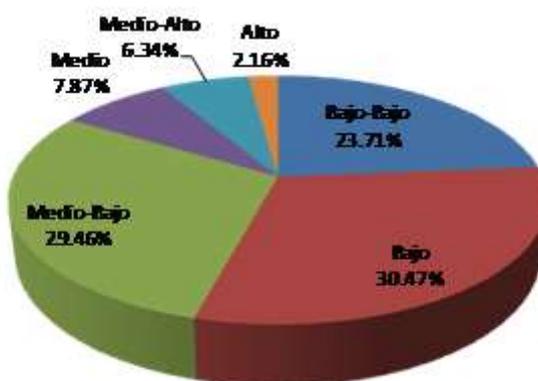


Figura 13 Participación porcentual por estrato Cali 2015  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Como se puede observar en el gráfico, los estratos socioeconómicos que predominan en la ciudad de Cali son el estrato bajo (30.47%) y el estrato medio-bajo (29.46%). Por otro lado, en la distribución de los estratos por las comunas, se evidencia que estos estratos están ubicados en las comunas 3 a la 16, donde el estrato moda es 2 y 3.

Tabla 15 Distribución de estratos por comunas

Comuna	Estrato						Total	Estrato Moda
	1	2	3	4	5	6		
Total	9,800	12,689	12,293	3,215	2,689	874	41,560	2
01	610	340	3	2	1	6	962	1
02	117	28	263	900	887	203	2,398	4
03	60	146	746	29	51	1	1,033	3
04	60	759	716	2	-	-	1,537	2
05	-	36	1,396	37	-	-	1,469	3
06	108	1,927	274	-	-	-	2,309	2
07	108	625	772	2	-	-	1,507	3
08	1	342	1,875	-	-	-	2,218	3
09	130	257	910	-	-	-	1,297	3
10	-	120	1,608	310	3	-	2,041	3
11	5	538	1,385	2	-	-	1,930	3
12	-	551	730	-	-	-	1,281	3
13	769	1,973	308	1	-	-	3,051	2
14	2,314	881	-	-	-	-	3,195	1
15	959	1,124	403	-	-	-	2,486	2
16	100	1,504	3	154	-	-	1,761	2
17	-	5	177	591	915	98	1,786	5
18	868	558	554	23	1	-	2,004	1
19	30	114	98	1,095	787	106	2,230	4
20	1,485	235	55	-	-	-	1,775	1
21	1,896	491	-	-	-	-	2,387	1
22	-	13	-	1	30	408	452	6
Otros	180	122	17	66	14	52	451	-

Elaborado por: Subdirección de Desarrollo Integral / DAP

Las características principales del grupo objetivo de este estudio, son los hogares del sector nor-occidente y nor-orientado de la zona urbana de Santiago de Cali, es por esto que de acuerdo a la división administrativa, las comunas objeto de estudio serán la comuna 2 (39,004 hogares), comuna 4(15,215 hogares), comuna 5(36,526 hogares), comuna 6(47,857 hogares), comuna 3(14,168 hogares), comuna 8(30,033 hogares) y comuna 9(12,129 hogares) que suman 194,932, lo que corresponde a la población objetivo de este estudio.

### 3.4.3 Muestra

El cálculo del tamaño de la muestra poblacional se realizará mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

Dónde:

n= número de encuestas

p= Probabilidad de ocurrencia ---- 0.50

q= Probabilidad de no ocurrencia ----0.50

N=Población ---- 194932

z=Nivel de Confianza 99% (2.58)

d= Error ---- 0.10

$$n = \frac{194932 * 2.58^2 * 0.50 * 0.50}{0.10^2 * (194932 - 1) + 2.58^2 * 0.50 * 0.50} = \frac{324386.3412}{1950.95} = \mathbf{166}$$

Es decir que el número de encuesta a realizar con un 99% de confianza y un 10% de error es de 166, estas encuestas serán aplicadas a un representante por familia.

### **Distribuidores-importadores de Colombia**

Para obtener información acerca de los distribuidores –importadores de Colombia de balanceados para caninos, no amerita realizar el cálculo de una muestra, pues se usará el instrumento de la entrevista a los principales distribuidores donde se expenden estos productos.

- Hipermercados-Cadenas: Grupo Éxito, Olímpica, Cencosud (Jumbo, Metro). Alkosto Hiperahorro, Makro Supermayorista, Homecenter
- Tiendas de Barrio; Éxito express, Tiendas D1.
- Agro-cadenas: De Ganado S.A, Agro Ventas Norte, La Holanda Mascotas, La hacienda.

### **Caninos en Colombia.**

De acuerdo al Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia, la población de caninos en el 2017 corresponde a 5'206.617. Un estudio realizado por La Federación Nacional de Comerciantes (**FENALCO**) en Colombia, señala que el 37% de 1.500 encuestados en Colombia tienen mascotas y el 69% son caninos. Las razas preferidas

por los colombianos son el Golden Retriever, El Yorkie, el Bulldog Francés, el chihuahua, y el Braco de Weinar y, el promedio que invierten en alimentación es 700,000 millones de pesos colombianos de forma anual.

Estudios realizados por la firma Euromonitor, muestran que el mercado de productos para mascotas ha crecido 103.6% en comparación al 2013, y, las proyecciones para los próximos cinco años indica que será del 79.5%

### 3.4.4 Resultados de la Investigación

#### 3.4.4.1 Presentación de los Resultados de la Investigación

A continuación se muestra de manera condensada, los resultados obtenidos luego de aplicar la encuesta a un total de 166 personas:

**Tabla 16 Resultados**

<b>RESULTADOS CONDENSADOS DE ENCUESTA APLICADA A CONSUMIDORES FINALES (FAMILIAS)</b>			
<b>Edad</b>		<b>8.- ¿En qué presentación adquiere el balanceado?</b>	
20-35 años	42%	1 KG	13%
36-50 años	32%	2 KG	50%
51-65 años	19%	4KG	25%
mas de 65 años	6%	20 KG	13%
<b>1. - ¿Posee usted canino?</b>		<b>9.- ¿Qué factor influye en su decisión de compra?</b>	
Si	48%	Beneficios Alimenticios	33%
No	52%	Precio	27%
<b>2. - ¿Cuántos caninos posee?</b>		Comodidad	9%
1 perro	67%	Presentación	0%
2 perros	27%	Calidad	31%
3 o más perros	6%	<b>10.- ¿Qué cantidad de Kilogramos consume su canino semanalmente?</b>	
<b>3.- ¿Qué edad tiene su canino?</b>		1-3 kg	27%
Cachorro (menos de 1 año)	14%	4-5 kg	47%
Joven (de 1 a 5 años)	60%	6-10 kg	26%
Adulto (mas de 5años)	26%	<b>11.- ¿Estaría dispuesto a cambiarse de marca?</b>	
<b>4.- ¿De qué tamaño es su canino?</b>		Si	67%
Pequeño	13%	No	33%

Mediano	53%	<b>12.- ¿Cuántos pesos colombianos paga por la presentación de balanceados para caninos de 2Kg?</b>	
Grande	34%	12,000-14,999 COP (\$3.82-\$4.78)	60%
<b>5.- ¿Con qué alimenta a su canino?</b>		15,000-18,999 COP (\$4.79-\$6.05)	33%
Balanceado	60%	19,000-22,000 COP (\$6.06-\$7.01)	7%
Comida Casera	0%	<b>13.- ¿Cuántos pesos colombianos paga por la presentación de balanceados para caninos de 8Kg?</b>	
Mezclada	40%	65,000-69,999 COP (\$20.70-\$22.30)	67%
<b>6.- ¿Cómo considera a su canino?</b>		70,000-74,999 COP (\$22.31-\$23.89)	20%
Miembro de la familia	100%	75,000-80,000 COP (\$23.90-\$25.48)	13%
Mascota	0%	<b>14.- ¿Dónde adquiere el balanceado para su canino?</b>	
Cuidador	0%	Tienda de barrio	37%
<b>7.- ¿Qué marca de balanceado para caninos adquiere?</b>		Supermercado	32%
NUTRECAN	8%	Internet-domicilio	5%
CHUNKY	1%	Tienda especializada (agrocadenas)	16%
RINGO	19%	Otros	10%
ROYAL CANIN	2%		
PROPLAN	2%		
EUKANUBA	1%		
PROPAC	1%		
PEDIGREE	36%		
DOG SHOW	23%		
DOGOURMET	6%		

Fuente: Encuesta para consumidores finales  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

### 3.4.4.2 Análisis de los resultados de Investigación.

Como información importante, se puede observar que el 48% de las 166 personas encuestadas posee un canino en su hogar, con lo cual se reduce el número de respuestas a 86. Así mismo esta pregunta permitirá determinar la demanda.

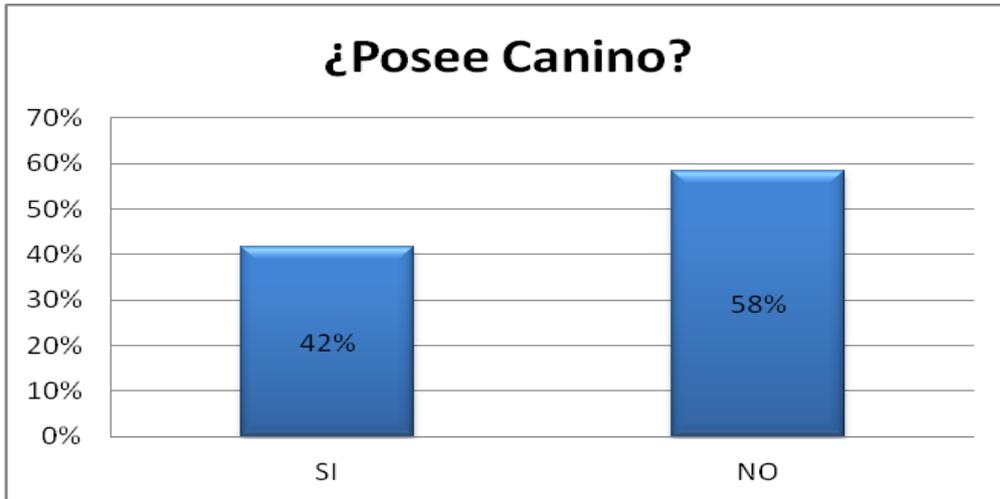


Figura 14 Resultados de Pregunta #1  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

De las personas encuestadas, el 67% posee un canino (58), el 27% de 2 caninos (46) y el 7% 3 o más caninos (15), es decir que existe un número de 120 caninos entre las 86 familias encuestadas.

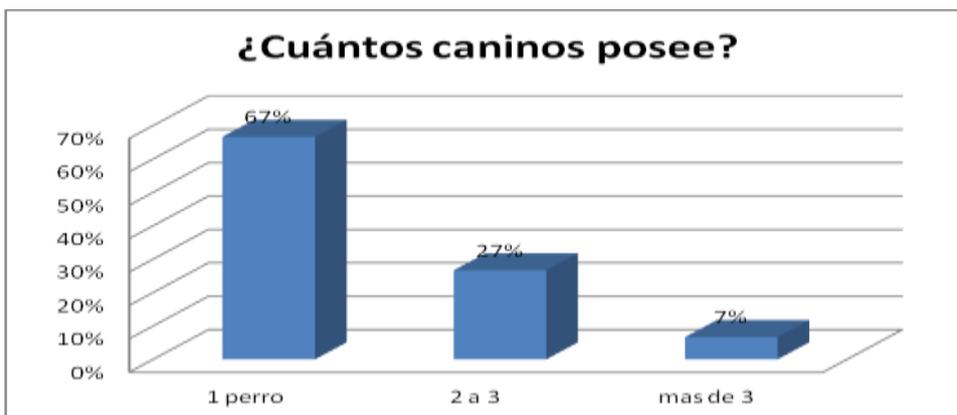


Figura 15 Resultados de la pregunta #2  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

El 60% de los caninos son jóvenes, es decir, la edad promedio es entre 1 y 5 años, el 13% son considerados cachorros (menos de 1 año) y el 27% son caninos en edad adulta (más de 5 años).

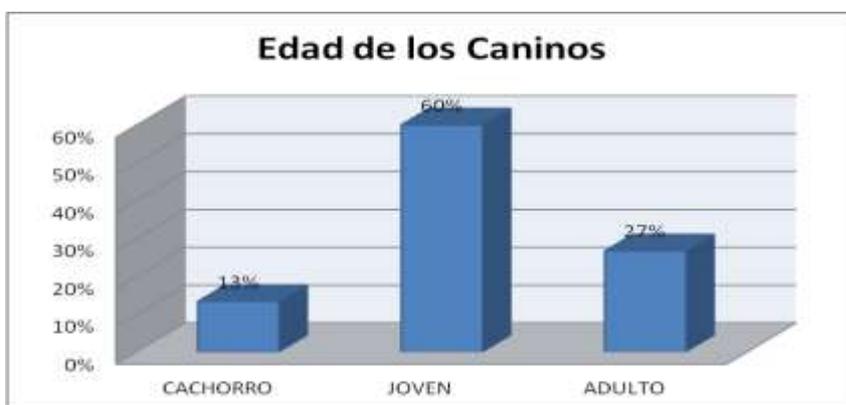


Figura 16 Resultados de la pregunta #3  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

El 53% de los caninos son de tamaño mediano, mientras que el 33% son caninos grandes y el 13% son caninos pequeños.

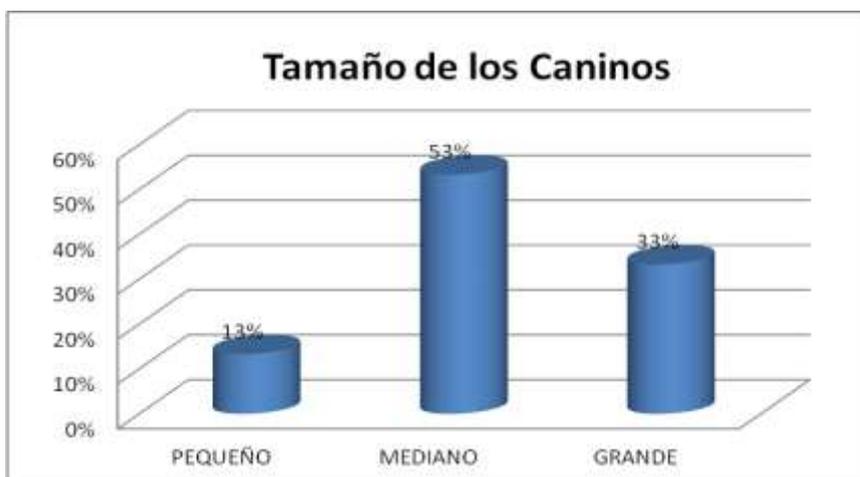


Figura 17 Resultados de la pregunta #4  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Se puede determinar que el 60% de los encuestados prefieren alimentar a sus caninos con balanceados, un 40% alimenta a sus caninos con comida mezclada (balanceado y comida casera), y ninguno de los encuestados utiliza comida casera pura para la alimentación de sus caninos.

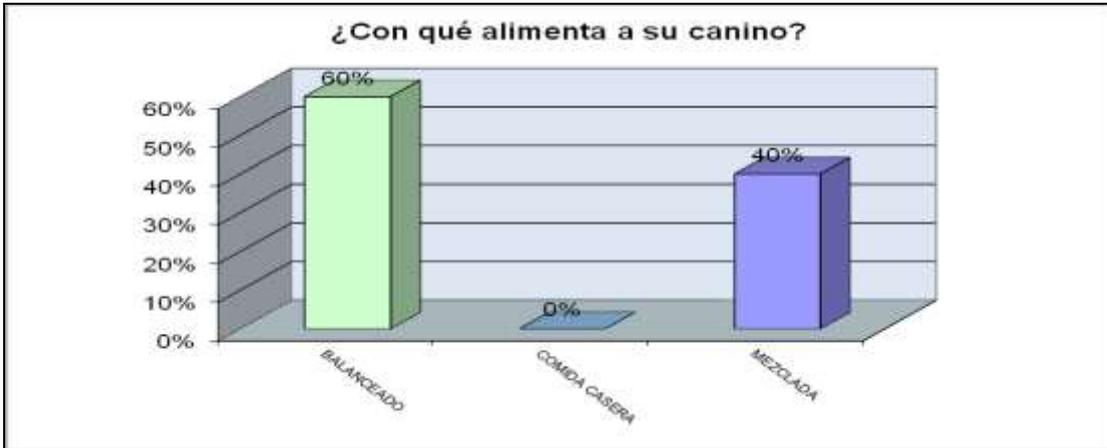


Figura 18 Resultados de pregunta # 5  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

El 100% de los encuestados consideran a su canino como miembro de la familia.

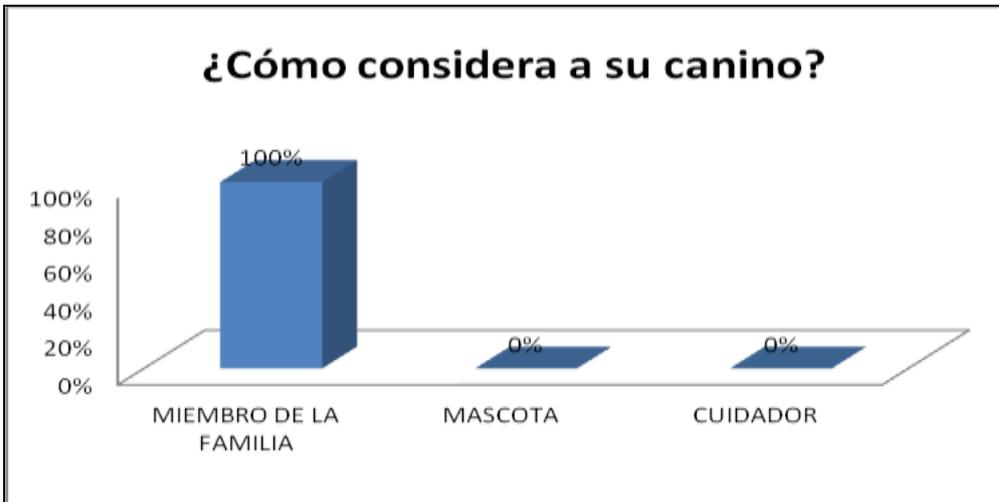


Figura 19 Resultados de pregunta #6  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

De los resultados obtenidos, se puede evidenciar que la marca con mayor preferencia que los encuestados adquieren es Pedigree con un 36% de preferencia, la marca Dog Show la prefieren en un 23%, la marca Ringo con 19% y Dogormet con el 6%.

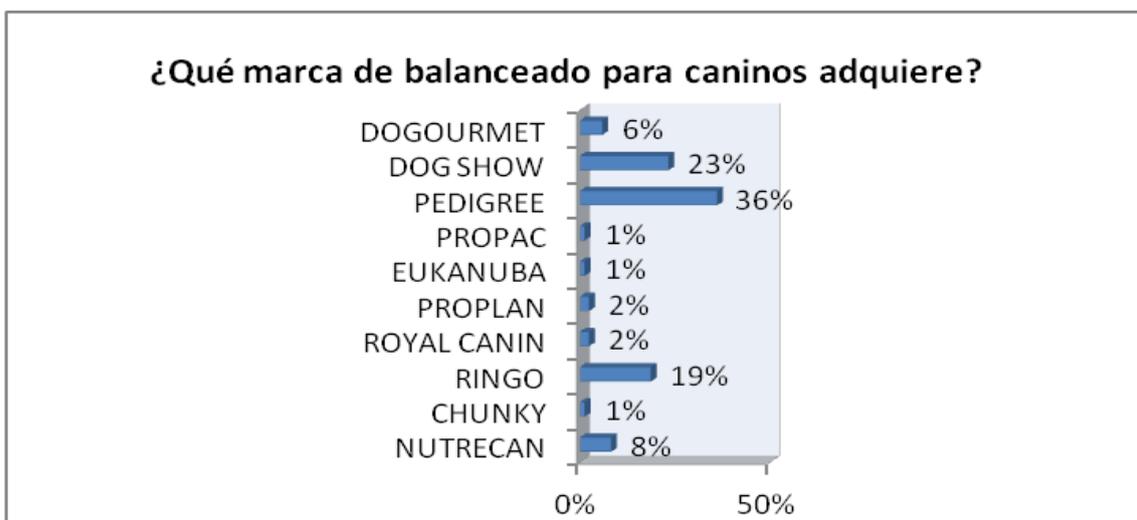


Figura 20 Resultados de pregunta #7  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

De los encuestados el 50% adquiere el alimento para su canino en presentaciones de 2Kg, mientras que el 25% prefiere adquirir presentaciones de 5kg y 13% prefiere comprar presentaciones de 1kg y 30 kg

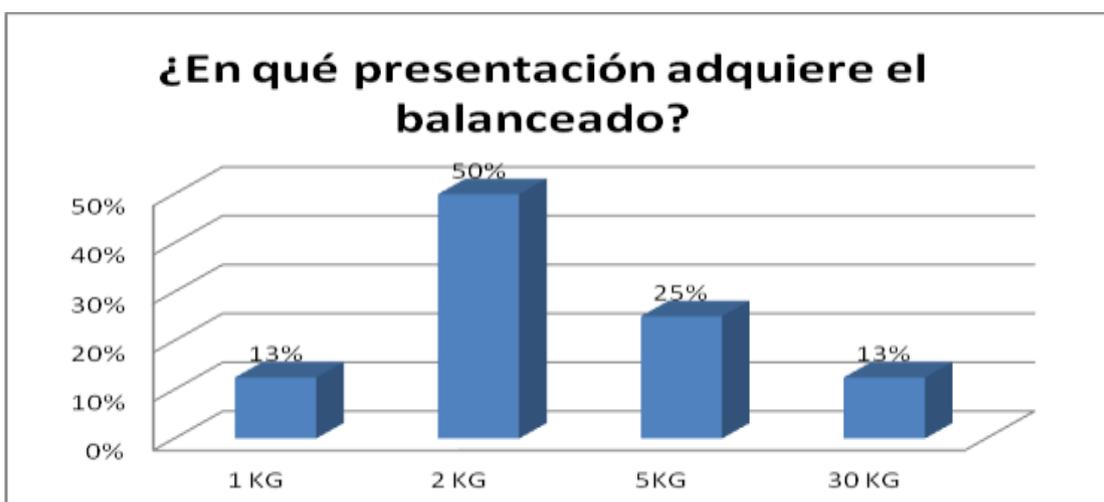


Figura 21 Resultados de pregunta #8  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Con base a los resultados y con un número de 258 de respuestas, por la opción de múltiple respuesta, se puede determinar que las tres principales características que los encuestados consideran al momento de adquirir el balanceado para su canino son: beneficios alimenticios con 33%, calidad 31% y precio 31%

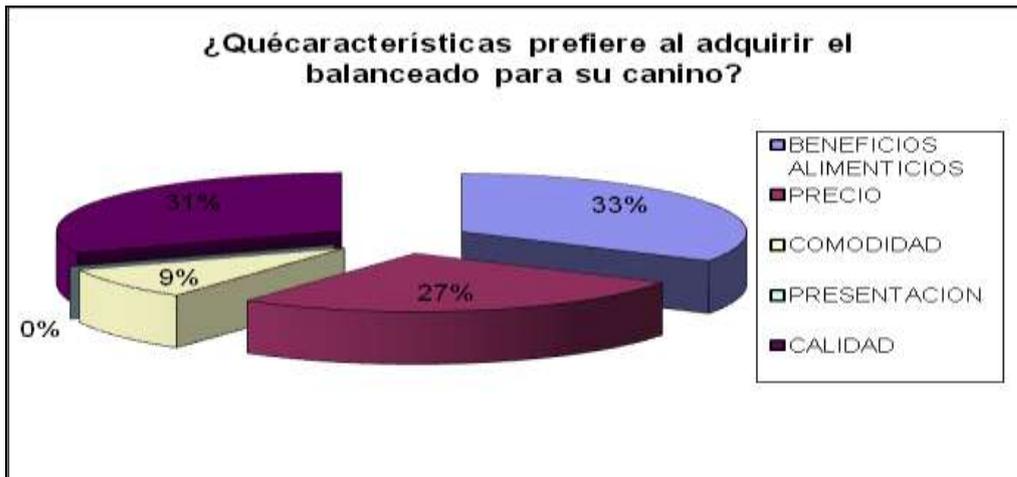


Figura 22 Resultados de pregunta #9  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Según la población encuestada, se muestra que el 53% estima que en promedio compran entre 4-5kg balanceado para sus caninos de forma semanal, el 20% compra entre 1-3 kg y el 27% entre 6 y 10kg, cabe indicar que esto está relacionado al tamaño de los caninos que posean.

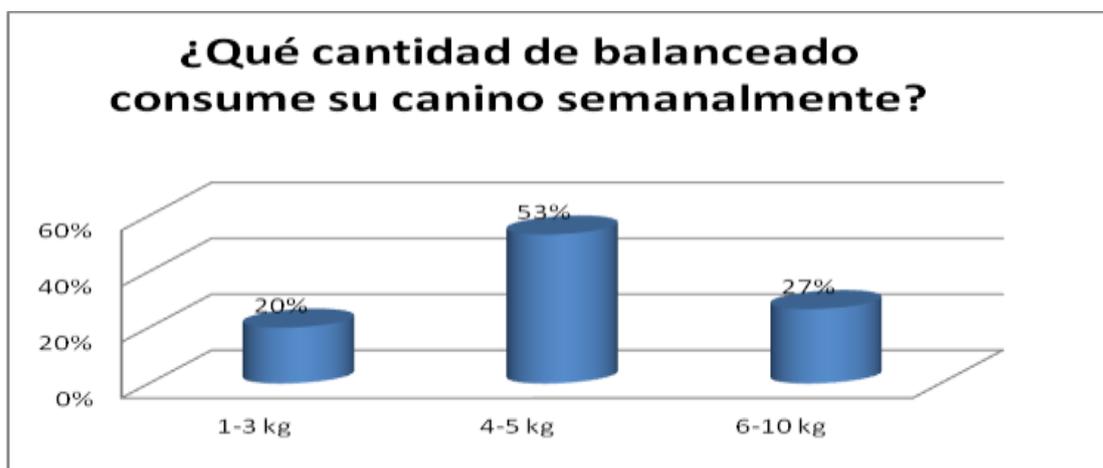


Figura 23 Resultados de pregunta #10  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Los resultados de la pregunta 10 muestran que el 67% de los encuestados están dispuestos a cambiar la marca que actualmente proporciona a sus caninos, pero consideran que también depende de las indicaciones de los veterinarios.

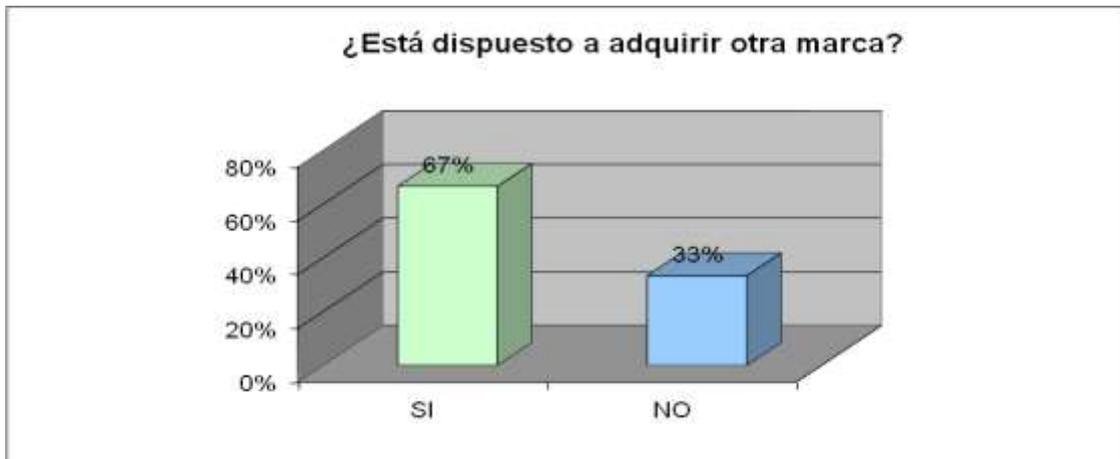


Figura 24 Resultados de la respuesta #11  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

El precio que pagan en promedio por la presentación de 2kg es entre \$12,000 y \$14,999, pues esto representa el 60%, mientras que el 33% paga entre \$15,000 y \$18,999.

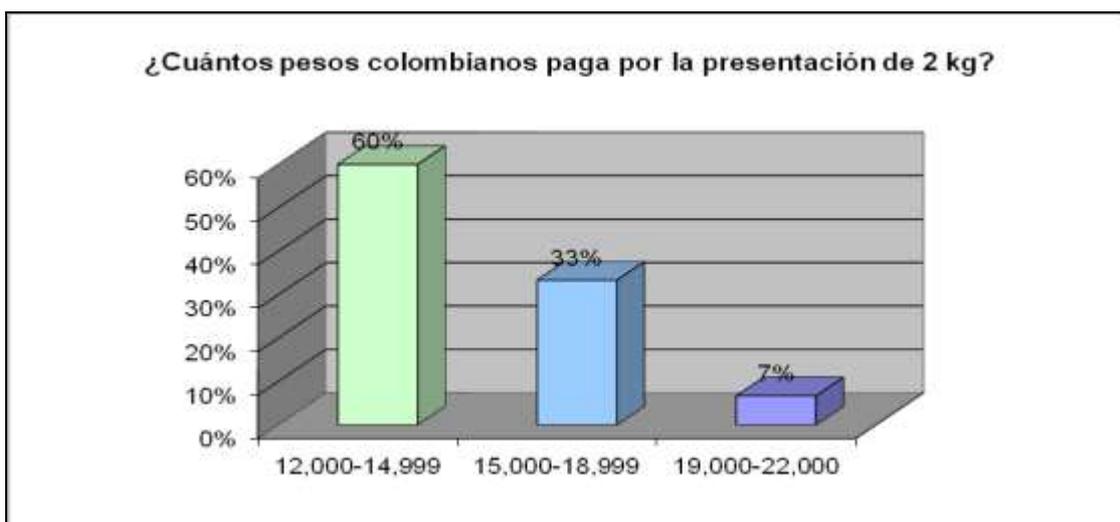


Figura 25 Resultados de pregunta #12  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

El precio que pagan en promedio por la presentación de 8kg es entre 65,000 y 69,999 pesos pues esto representa el 67%, mientras que el 20% paga entre 70,000 y 74,999 pesos colombianos.

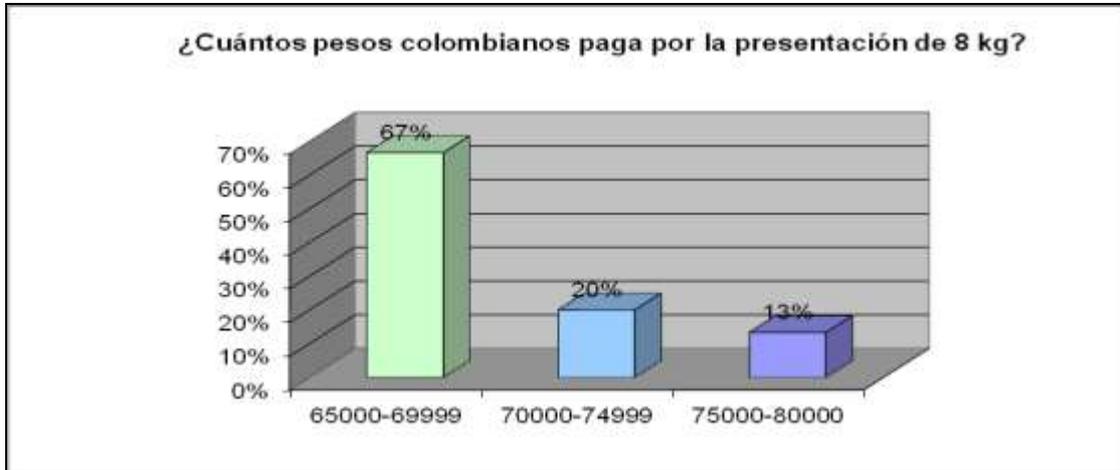


Figura 26 Resultados de pregunta #13  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

A partir de los datos obtenidos, se determina que los principales canales de comercialización de los balanceados para caninos son los supermercados con un 37% y las tiendas especializadas con un 32%.

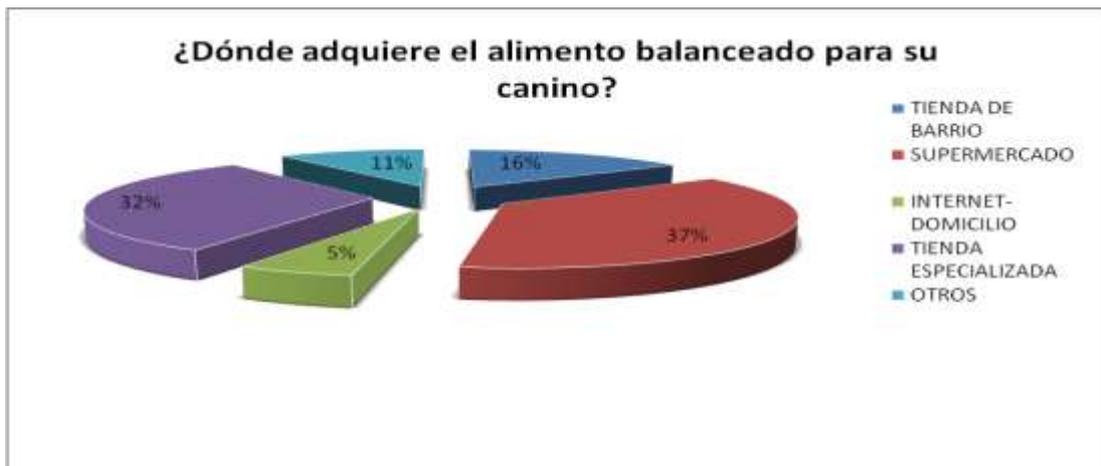


Figura 27 Resultados de pregunta #14  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

### 3.4.4.3 Entrevistas realizadas a los distribuidores y supermercados

Los principales canales donde los consumidores finales adquieren los balanceados son los supermercados y las tiendas especializadas, por lo que se intentó realizar las entrevistas hacia este tipo de establecimientos vía correo electrónico y en las páginas de contacto, sin embargo, no se obtuvo respuesta por parte de los mismos y ante lo cual se realizó un estudio de campo en relación a los precios de venta al público que se expenden en dichos comercios, a continuación se detalla la información de cinco supermercados visitados y el resumen consta en la ficha de observaciones (Anexo N°1)

#### Supermercados



Figura 28 Supermercados Comfandi.  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Bajo la razón social Caja de Compensación Familiar del Valle del Cauca Comfamiliar AndiComfandi, cuenta con varios tipos de negocios entre los cuales están Los Supermercados y Droguerías Comfandi, que en la actualidad son 27 sucursales ubicados en las ciudades de Cali, Palmira, Tuluá, y Cártago.

Este supermercado está dirigido a compradores de clase económica baja-media. En los supermercados Comfandi se expenden marcas como Pedigree, Dogourmet, Dog Chow, Chunky, entre otros.

A continuación, se muestra los precios de los balanceados para mascotas en este establecimiento.

Tabla 17 Precios Balanceados para caninos Supermercados Comfandi

<b>Productos</b>	<b>Precio</b>
<b>Purina cachorro 2 kg</b>	19,800 pesos colombianos (\$6.31)
<b>Purina adulto 1 kg</b>	10,800 pesos colombianos (\$3.44)
<b>Pedigree cachorro 1 kg</b>	10,500 pesos colombianos (\$3.34)
<b>Pedigree adulto R.pequeña 2kg</b>	14,250 pesos colombianos (\$4.54)
<b>Dogourmet cachorro 1 kg</b>	8,900 pesos colombianos (\$2.83)
<b>Dogourmet carne a la parrilla 1kg</b>	8,200 pesos colombianos (\$2.61)

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

### Tiendas D1



Figura 29 Tiendas D1

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Inicia sus actividades en el 2009, constituida con la razón social KOBAColombiana S.A.S, ofreciendo productos de consumo diario nacionales e importados,

poseen más de 600 tiendas en Colombia y son reconocidos por ofrecer productos de alta calidad con precios bajos.

Tabla 18 Precios Balanceados para caninos Tiendas D1

<b>Productos</b>	<b>Precio</b>
<b>Nutrecan 2kg adulto, sabor pollo</b>	6,810 pesos colombianos (\$2.17)
<b>Frendmagic 2kg</b>	5,990 pesos colombianos (\$1.91)

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)



Figura 30 Tiendas LA 14

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Tiene sus comienzos en el año 1964, con una oferta comercial desarrollada por formatos de grande superficie, cuenta con 18 puntos de venta en Cali.

En cuanto a productos para alimentación de los caninos, tienen marcas como Chunky, Purina, Dogourmet, Donkan, Rey Can, entre otras.

Tabla 19 Precios Balanceados para caninos Supermercados La 14

<b>Productos</b>	<b>Precio</b>
<b>Dogourmet 2kg, pollo a la brasa</b>	16,950 pesos colombianos (\$5.40)
<b>Dogourmet 2kg, carne a la parrilla</b>	17,000 pesos colombianos (\$5.41)
<b>Chunky adulto 1.5 kg</b>	15,400 pesos colombianos (\$4.91)
<b>Chunky cachorro 2kg.</b>	15,400 pesos colombianos (\$4.91)
<b>Dog Chow cachorro 2kg</b>	21,400 pesos colombianos (\$6.82)
<b>Dog Chow adulto 2kg</b>	19,500 pesos colombianos (\$6.21)

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

## Supermercados ÉXITO



Figura 31 Grupo ÉXITO  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Grupo Éxito, es una empresa multinacional colombiana, que cuenta con almacenes de comercio al detalle, tiene sus inicios desde el año 1949 y existen 254 puntos de venta en Colombia bajo el formato de Supermercados, Hipermercados, Vecino, Express y Estaciones de Servicio.

Las marcas que se distribuyen en estos almacenes son, Dog Chow, Dogourmet, Donkan, Chunky, Éxito marca propia, Vitagrano, entre otras.

Tabla 20 Precios Balanceados para caninos Supermercados Éxito

<b>Productos</b>	<b>Precio</b>
<b>Dogourmet 1kg,</b>	9,340 pesos colombianos (\$2.97)
<b>Dogourmet 2kg, carne a la parrilla</b>	18,250 pesos colombianos (\$5.81)
<b>Pedigree cachorro leche 2kg</b>	21,500 pesos colombianos (\$6.85)
<b>Pedigree adulto pollo 2kg</b>	20,450 pesos colombianos (\$6.51)
<b>Pedigree cachorro 4kg</b>	41,200 pesos colombianos (\$13.12)
<b>Pedigree adulto pollo 4kg</b>	39,380 pesos colombianos (\$12.54)
<b>Pedigree cachorro 8kg</b>	41,200 pesos colombianos (\$13.12)
<b>Pedigree adulto pollo 8kg</b>	76,000 pesos colombianos (\$24.21)
<b>Dog Chow cachorro 2kg</b>	21,850 pesos colombianos (\$6.96)
<b>Dog Chow adulto 4kg</b>	41,650 pesos colombianos (\$13.27)
<b>Éxito adulto 4kg</b>	33,350 pesos colombianos (\$10.62)
<b>Ladrina 2kg</b>	13,350 pesos colombianos (\$4.25)

Fuente: Estudio de campo.  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

## Supermercados JUMBO



Figura 32 Tiendas Jumbo  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Jumbo es una cadena de supermercados chilena, con presencia en Colombia mediante la compra de los activos de Carrefour Colombia en el año 2012.

Las marcas de balanceado para caninos que se expenden son: Dog Chow, Dogourmet, Pedigree, entre otras.

Tabla 21 Precios Balanceados para caninos Supermercados Jumbo

<b>Productos</b>	<b>Precio</b>
<b>Dogourmet 2kg</b>	18,900 pesos colombianos (\$6.02)
<b>Pedigree cachorro 2kg</b>	21,500 pesos colombianos (\$6.85)
<b>Pedigree adulto 2kg</b>	19,500 pesos colombianos (\$6.21)
<b>Dog Chow cachorro 2kg</b>	21,590 pesos colombianos (\$6.88)
<b>Dog Chow adulto 4kg</b>	31,900 pesos colombianos (\$10.16)

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

## **CAPÍTULO IV LA PROPUESTA**

### **4.1 Título de la propuesta**

Plan de exportación de balanceados para caninos al mercado de Cali - Colombia.

### **4.2 Justificación de la Propuesta**

Las empresas comercializadoras de balanceados de caninos en Ecuador en la actualidad, están incursionando a nivel nacional, es por esto que para poder sobresalir y mejorar su imagen entre la competencia deben diversificar sus riesgos y expandir su oferta mediante la exportación, prolongando así el ciclo de vida de sus productos y obteniendo mayores ganancias.

El mercado colombiano por poseer una cultura similar a la de Ecuador, por su cercanía, por el crecimiento en su economía, por su número de población, entre otras características, se convierte en uno de mercados atractivos para la exportación de alimentos para caninos.

Para la comercialización internacional, se debe conocer las bases en cuanto a cómo, cuándo, cuánto y bajo qué circunstancias determinadas se debe exportar; por ello es necesario realizar un plan de exportación que, con una adecuada combinación de recursos y capacidades, suministre los pasos a seguir en la internacionalización de los balanceados para caninos desde Ecuador hacia el mercado de Cali-Colombia.

El aprovechamiento del presente plan de exportación por parte de la empresa Wing S.A., permitirá la diversificación de su oferta en el exterior, creando el reconocimiento a nivel internacional y aumentando sus ingresos.

### **4.3 Descripción de la propuesta**

En este apartado se detalla una breve descripción del producto a exportar, el mercado al cual se dirige, así también una breve descripción de la demanda potencial del balanceado para caninos en Cali –Colombia y principalmente, se describe el proceso de exportación, los documentos requeridos, alternativas de entrada y las estrategias para posicionarse en el mercado seleccionado, plan de logística y estudio financiero.

#### **4.3.1 Alimento Balanceado para Canes**

Los caninos son los primeros animales domesticados, su tamaño, forma y pelaje es muy diverso de acuerdo a su raza. La relación entre los canes y los seres humanos con el pasar del tiempo ha pasado de ser una mascota a convertirse en parte la familia y como tal, la forma de alimentarlos constituye un factor fundamental, dando espacio a los alimentos balanceados en la dieta equilibrada de los mismos.

La importancia de los balanceados para caninos radica en la energía y nutrientes necesarios que aportan a los canes en cada etapa de su crecimiento y forma de vida, los principales componentes en la elaboración del balanceado para canes son el maíz 53%, Salvado de trigo 17%, Harina de carne 15%, Grasa de rumiante 10%, aceites vegetales 4% y como ingredientes complementarios: corrector citamínico –mineral 1% además de antioxidantes y antifúngicos pero puede variar de acuerdo a la propósito que se le den a estos productos, de tal manera se pueden clasificar:

- Por su objetivo: Alimentos, dietas, Snacks
- Por su adecuación; completos o complementarios
- Por su ciclo de vida: Crecimiento, mantenimiento, edad avanzada
- Contenido de agua; húmedos, semihúmedos y secos

La cantidad de alimento balanceado para mantener saludable a los caninos dependerá mucho de su peso, edad y nivel de actividad física, la Asociación para la prevención de la Obesidad de las mascotas proporciona una tabla de la porción diaria en gramos que un canino debe consumir de acuerdo a las características antes mencionadas.

Los niveles de actividad física de un canino se miden en base a qué tanto se ejercita, pasea, juega o descansa. Los caninos con alta actividad física por ejemplo, son aquellos que físicamente están preparados para hacer mucho ejercicio y por ello tienen necesidades nutricionales específicas.

Tabla 22 Porción diaria de alimento seco en gramos para canes adultos (gramos)

Tamaño	Peso en Kg	Actividad Física del can		
		Alta	Normal	Baja
<b>Miniatura</b>	2-5	60-115	55-100	45-85
<b>Pequeño</b>	5-10	115-190	100-170	85-145
<b>Mediano</b>	10-15	190-255	170-225	145-195
<b>Grande</b>	15-25	255-380	225-330	195-285
	25-40	380-535	330-475	285-410
	40-55	535-680	475-600	410-520
	55-70	680-820	600-720	520-620
	70-90	820-985	720-870	620-750

Fuente: Asociación de prevención de la obesidad de las mascotas, Estados Unidos  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Tabla 23 Porción diaria de alimento seco en gramos para cachorros (gramos)

Tamaño	Peso en Kg	2 meses	3 meses	4 meses	5 meses	12 meses
<b>Miniatur</b>	2	50	60	60	60	55
<b>Pequeño</b>	5	95	110	115	115	110
	10	155	185	195	190	185
	17	215	285	285	285	280
<b>Mediano</b>	25	270	350	375	375	370
	32	300	400	445	450	450
	40	355	475	525	530	530
	50	405	545	610	625	
	60	450	605	685		
	70	485	670			
	80	520				
	90	580				

Fuente: Asociación de Prevención de la Obesidad de las Mascotas, Estados Unidos  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

El producto en Ecuador, se comercializa en presentaciones de 1lb, 2kg, 4kg, 8kg, 15kg y 30kg en fundas de polipropileno bioorientado y polietileno blanco.

De acuerdo a la categoría de alimentos para caninos se clasifican en; súper premium, premium, económico o estándar.

Los alimentos súper premium se caracterizan ante las otras categorías por la proteína que contienen, son altamente digeribles, y de alta absorción, lo que disminuyen los problemas gastrointestinales y se aprovechen de mejor manera sus nutrientes, estos productos suelen ser más caros y en su mayoría son importados, y se expenden en comercios especializados, las marcas que compiten en este segmento son Pro Pac, Royal Canin, Dog Chow, Eukanuba.

Los alimentos Premium contienen más grasas y calorías, no requieren tener diferencias en los ingredientes utilizados, los precios son moderados, se expenden en supermercados, tiendas especializadas, tiendas de barrio, el segmento Premium lo componen Pedigree, Mimaskot.

Los alimentos estándar o económicos están compuestos en mayor proporción de granos y productos derivados de aves, carne y pescado, los precios son bajos, debido a los ingredientes y empaque de menor costo, sus formulaciones son variables, estos productos se comercializan en almacenes, supermercados, ferias libres; en la actualidad las marcas que compiten en el segmento económico son, Cani, Chunky, Procan, Buen Can, Dog Star , y la Premium.

### **4.3.2 Breve descripción del proceso productivo**

La producción de balanceado para canes implica el procesamiento de ingredientes derivados de pollo, carne, pescado, aves, cereales, vitaminas y minerales, ante lo cual se realizan las siguientes actividades:

#### **➤ Recepción y limpieza de materia prima**

Las materias primas, tales como granos, melazas, calcio, son recibidas en básculas de camiones y durante la descarga se utilizan mallas que sirven de filtro de impurezas, esto se almacena en lugares debidamente cubiertos.

#### **➤ Verificación**

En esta etapa se analiza y determina si la materia prima recibida cumple con las características y especificaciones necesarias para la elaboración de los balanceados.

#### **➤ Limpieza y transporte a la molienda**

Adicional a las mallas en la etapa de recepción, se realiza una limpieza con trampas magnéticas en los transportadores helicoidales, que llevan a una tolva (embudo de gran tamaño) de alimentación y dosificación del molino.

#### **➤ Molienda**

La molienda se lleva a cabo en un circuito cerrado, en el cual se trituran toda la materia prima y a su vez la separa en la totalmente triturada y la parcialmente triturada para someterlo de nuevo a este proceso hasta obtener una trituración total.

➤ **Mezcla**

Esta etapa es de vital importancia, para que el alimento balanceado obtenga una homogenización y para esto se requiere de al menos 7 minutos para un lote de 2 toneladas.

➤ **Enmelazadora**

En este punto se agrega la melaza a la mezcla de acuerdo a los rangos establecidos para lograr la dosis correcta y darle palatibilidad al producto.

➤ **Empastillado y enfriado**

El objetivo de esta etapa es dar forma y tamaño al producto para que pueda ser digerido por los caninos. La máquina empastilladora viene integrada con un enfriador a la salida, que elimina el exceso de vapor de humedad y disminuye la temperatura del producto.

➤ **Ensacado y almacenado**

El producto es puesto en los sacos de polietileno de acuerdo a las presentaciones de 2, 4, 8, 40 kg, que preserven la calidad del producto y resista la transportación del mismo, luego de esto la etapa final es el almacenamiento para su distribución.

#### **4.4 Estudio de Mercado**

Según estudio realizado por Euromonitor, s.f, Colombia ha presentado un crecimiento en la venta de productos para mascotas, el crecimiento anual de la industria es de 13%, y esto obedece, según muchos analistas a un fenómeno sociológico llamado pet parents, que son jóvenes que prefieren adoptar una mascota, posponiendo su paternidad.

#### 4.4.1 Oferta

La oferta de los balanceados para caninos en Colombia, se caracteriza por poseer productos nacionales e importados. De acuerdo a la Encuesta Global sobre alimento balanceado de Alltech 2017, la producción de balanceados durante el 2016, presentó un crecimiento del 20%, y según la ANDI, la producción a marzo de 2017 fue de 73200 toneladas, es decir que la producción mensual en promedio es de 24400 toneladas, mientras que lo importado se reporta en 1200 toneladas.

La consultora Euromonitor en el 2015 elaboró un ranking de las marcas que los Colombianos adquirirían en supermercados y grandes cadenas, cuyos resultados demuestran que los consumidores solicitaban en primer lugar la marca Ringo de la empresa Finca, posicionado por su estrategia de precio; el segundo lugar la marca Pedigree, comercializada por la empresa Mars, donde su principal característica es la calidad y cuidado para la mascota y el tercer lugar lo completa Purina perteneciente a la empresa Nestlé.

Tabla 24 Participación de mercado de los balanceados para canes

Marca	Empresa	2012	2013	2014	2015
Ringo	Contegral Bogotá S.A	11.80%	12.40%	12.80%	13.40%
Pedigree	Mars Andean Ltda	11.10%	11.80%	10.20%	9.10%
Piruna Puppy Chow	Nestle Purina PetCare Colombia S.A.	7.80%	7.70%	7.90%	7.90%
Piruna Dog Chow	Nestle Purina PetCare Colombia S.A.	7.20%	6.90%	6.80%	6.70%
Nutre Can	Solla S.A.	5.90%	5.30%	5.20%	5.60%

Fuente: Euromonitor 2016, Dog Food in Colombia

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Como se puede observar, desde el 2012 la marca RINGO ha obtenido la mayor participación de mercado y esto se debe principalmente a que sus productos son de fácil acceso por su precio y usando como principal canal de venta las tiendas de barrio.

En cuanto a las importaciones de los balanceados para caninos, el principal proveedor de Colombia es Estados Unidos 61.23%, seguido de Brasil 25.55% y Argentina 11.63%. Al año 2015, de acuerdo a SINCEX existían 38 empresas importadoras y las principales participaciones corresponden a Gabrica (con las marcas Hill's y Total); Nestlé (Proplan); Jaramillo Pets (TOW, NN y Diamond) y Compendium (Royal Canin).

Tabla 25 Participación de Importadores de alimentos para caninos

	% 2013	% 2014	% 2015
GABRICA S A S	35.7%	35.9%	37.1%
NESTLE PURINA PET CARE DE COLOMBIA S A	12.3%	12.6%	18.2%
COMPENDIUM S A	14.8%	14.0%	6.4%
JARAMILLO PETS Y CIA S C A	11.8%	12.6%	13.1%
MASTERFOODS COL LTDA-EFFEM COLOMBIA LTDA	7.9%	8.6%	11.7%
PRICESMART COL S A S	2.7%	2.9%	3.0%
NUTRISTAR S A S	2.3%	4.2%	1.3%
AGROCAMPO S A S	2.2%	0.9%	1.5%
LOGUS REPRESENTACIONES S A S	2.0%	2.1%	1.5%
DIMARK DE COL S A	0.7%	0.6%	0.4%
ICONO PET LTDA	1.4%	1.2%	0.7%
PETWORLD LTDA	0.7%	0.4%	0.4%
Otros	5.5%	3.8%	4.6%

Fuente: Ciudad Mascota [www.ciudadmascota.com](http://www.ciudadmascota.com)

Elaborado por: Ciudad Mascota

Al igual que en Ecuador, el mercado de balanceados para caninos en Colombia se caracteriza por poseer tres categorías de balanceados; el económico, Premium y súper Premium.

En la categoría súper Premium caracterizado por su alto contenido de proteína animal y vegetal y libres de granos, se encuentran marcas como Hill's, Purina Pro Pan, Royal Canin, EarthbornHolistic, Eukanuba, Taste of the Wild.



Figura 33 Categoría Súper Premium  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

En la línea de alimentos Premium caracterizado por concentrados cuyo ingrediente principal son subproductos de origen animal y un cierto porcentaje de granos, se destacan Chunky, Nutre Can, Pedigree, Purina Dog chow, Total Max.



Figura 34 Categoría Premium  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Finalmente, en la categoría económica que contienen principalmente granos (Maíz, Trigo y Soya) y sub productos de origen animal se encuentran las marcas Ringo, Dogourmet, Filpo.



Figura 35 Categoría Económica  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

## 4.4.2 Demanda

En Colombia en el año 2016, de acuerdo a estudios de la compañía B&Optimos y la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), 10 millones de perros domésticos fueron alimentados diariamente con balanceado, seis de cada diez hogares poseen una mascota.

La información histórica de la demanda de los balanceados para caninos en Colombia, presentada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, detallado dentro del código 2331101 del Clasificador Central de Productos, muestra que la demanda de los balanceados para canes ha tenido un crecimiento representativo durante los últimos años, siendo así que paso de 195,797,325 kg en el 2013 a 311,038,942 durante el 2016, lo cual corresponde a un crecimiento del 58.85%.

Tabla 26 Comportamiento histórico de la demanda de Balanceados para caninos

Año	Código C.P.C	Descripción	Ventas Cantidad	Ventas Valor (pesos)
2013	2331101	Alimentos para perros	195797325	\$ 434,573,766
2014	2331101	Alimentos para perros	233705993	\$ 476,150,363
2015	2331101	Alimentos para perros	267334817	\$ 592,898,010
2016	2331101	Alimentos para perros	311038942	\$ 744,534,641

Fuente: DANE [www.dane.gov.ec](http://www.dane.gov.ec)

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

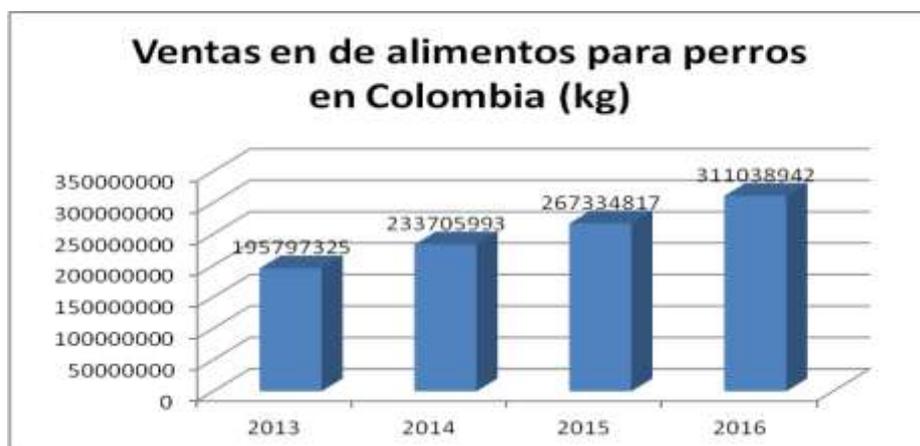


Figura 36 Demanda alimentos para caninos 2013-2016 Colombia

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Como se puede observar la demanda de alimentos para caninos ha crecido considerablemente durante los últimos años, basado principalmente en que las mascotas son consideradas como miembros de la familia y no como accesorios, es por esto que su cuidado y alimentación adquiere más relevancia, convirtiéndose en un rubro dentro de la canasta familiar.

A partir de la información de la demanda histórica, se puede realizar la proyección de la demanda por el método de regresión lineal que muestra la línea de tendencia que más se ajusta al comportamiento de la demanda durante el 2013 al 2016.

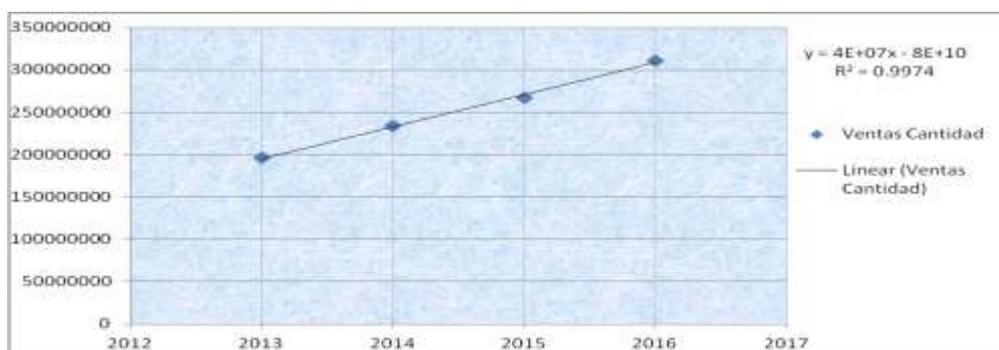


Figura 37 Comportamiento Ventas alimentos para caninos (kg) 2013-2016  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Mediante la herramienta de Excel, de análisis de datos se obtiene la ecuación lineal, con la cual se puede pronosticar la demanda, es así que se obtiene los siguientes datos:

Tabla 27 Demanda proyectada de alimentos para caninos en Colombia

Año	Ventas (kg)	Variación
2017	346,807,688	-
2018	384,743,056	10.94%
2019	422,678,423	9.86%
2020	460,613,791	8.97%
2021	498,549,158	8.24%
2022	536,484,526	7.61%
2023	574,419,893	7.07%
2024	612,355,261	6.60%
2025	650,290,628	6.19%
2026	688,225,996	5.83%
2027	726,161,363	5.51%
<b>Promedio</b>	<b>555,452,209</b>	<b>7.68%</b>

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

En base a la demanda proyectada para los próximos 10 años se puede indicar que la demanda para caninos continuará creciendo significativamente, generando oportunidades de entrada en el mercado colombiano.

## **4.5 Segmentación del Mercado**

La segmentación de mercado tiene como finalidad determinar el mercado objetivo en el cual se pretende incursionar, basados en parámetros como geografía, demográfico, conductual, entre otros.

- Segmentación geográfica: está dirigido a la ciudad de Cali-Colombia, sector nor-occidente y nor-orientado.
- Segmentación demográfica: dirigido a hombres o mujeres de 20 a 50 años que posean caninos, solteros o casados, de los estratos 2 y 3 (bajo y medio bajo)
- Segmentación psicográfica: sociables, extrovertidos, descomplicados, que consideren a los caninos como parte de la familia y se preocupen por su bienestar.

### **4.5.1 Mercado objetivo**

El mercado objetivo lo comprenden: hombres y/o mujeres entre 20 y 50 años, de estrato 2 y 3 de los sectores nor-este y nor-orientado de Cali, solteros o casados, sociables, extrovertidos, descomplicados, con vínculo emocional alto con su canino, que se preocupan por el bienestar de su mascota.

## 4.5.2 Cuantificación de la Demanda potencial

Una vez que se determinó el mercado objetivo y tomando en consideración datos relevantes de la investigación de mercados (encuesta) e información histórica y proyectada de la demanda de alimentos para caninos, a continuación se presenta la demanda potencial del producto a exportar.

Descripción		Cantidad
Número de Hogares en Cali		636,158
Número de Hogares de estrato 2 y 3		414,159
Número de Familias que poseen caninos (encuesta)	48%	198,796
Participación de mercado deseado	2%	3,976
Kilogramos consumidos semanalmente - promedio (encuesta)	4.5	
Demanda potencial semanal en kg		17,892
Demanda potencial mensual en kg		<b>71,567</b>
Demanda potencial anual en Kg		<b>858,800</b>

Para proyectar la demanda potencial anual, se considera el crecimiento promedio del 7.68%, justificado con anterioridad.

Tabla 28 Proyección de la demanda potencial de alimentos para caninos

Año	Kilogramos	Unidades 2kg
Año 1	858,800	429,400
Año 2	924,756	462,378
Año 3	995,777	497,889
Año 4	1,072,253	536,126
Año 5	1,154,602	577,301
Año 6	1,243,275	621,638
Año 7	1,338,759	669,379
Año 8	1,441,576	720,788
Año 9	1,552,289	776,144
Año 10	1,671,504	835,752

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

## **4.6 Análisis FODA**

El análisis FODA, permite contrastar los factores externos (amenazas y oportunidades) y los factores internos (fortalezas y debilidades) que conlleva la exportación de los balanceados para caninos.

### **Factores Externos:**

#### **Oportunidades:**

- Aumento sostenido en la tenencia de mascotas
- Interés de los dueños de mascotas por adquirir productos alimenticios que beneficien al canino

#### **Amenazas:**

- Inversión local de nueva tecnología para mejorar la calidad
- Tipo de cambio fluctuante

### **Factores Internos:**

#### **Fortalezas:**

- Conocimiento amplio de los empleados sobre el producto y sus beneficios
- Calidad del producto reconocida en Ecuador
- Solvencia económica

#### **Debilidades:**

- Dependencia de proveedores
- Falta de publicidad comercial
- Poca variedad en los sabores de balanceados para caninos

Bajo este análisis, para exportar balanceados para caninos desde Ecuador al mercado de Cali-Colombia es necesario que los productos se adapten a las tendencias actuales, resaltando los beneficios y calidad del producto en base a la materia prima utilizada.

## 4.7 Acceso al Mercado Colombiano

### 4.7.1 Perfil aduanero del producto

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de la República de Colombia, clasifica al balanceado para caninos bajo el código de nomenclatura **2309.10.90.00** “Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor”. Estos productos son de libre importación.

Tabla 29 Perfil del producto

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	2309.10.90.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales Preparaciones de los tipos utilizados para la alimentación de los animales. - Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor: - - Los demás			01-ene-2007	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	

Elaborado por: DIAN (2007)

### 4.7.1 Aranceles de importación

Los aranceles e impuestos que recaen sobre el producto son:

Tabla 30 Gravámenes

Gravamen General	Arancel Variable	Arancel Externo Común	IVA	Gravámenes por acuerdos internacionales				
				Mercosur Brasil	Mercosur Argentina	Acuerdo de Cartagena Ecuador	TLC USA	
	20%	22%	20%	5%	2%	2%	0%	0%

Fuente: DIAN [www.dian.gov.ec](http://www.dian.gov.ec)

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

El Acuerdo de Cartagena permite a Ecuador competir en condiciones iguales ante los otros países proveedores de Colombia con un arancel del 0%.

## 4.7.2 Regulaciones, Requerimiento y normativas de Importación

Los requisitos documentarios para el ingreso de los balanceados para caninos a Colombia, son regulados por el Instituto Colombiano Agropecuario ICA, dispuestos dentro de la Resolución 1056 del año 1996 y circular del 22 de septiembre de 2015, los mismos que se detallan a continuación:

Tabla 31 Documentos Soportes para importaciones

Documentos soporte para importaciones – 2309109000							
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Países	
Concepto de Insumos - Instituto Colombiano Agropecuario	PREVIO	OPCIONAL	NO	01-ene-2017	...		
Documento Zoonosanitario de Importación - Instituto Colombiano Agropecuario	PREVIO	OPCIONAL	NO	01-ene-2017	...		
Licencia o Registro de Venta - Instituto Colombiano Agropecuario	PREVIO	OPCIONAL	NO	01-ene-2017	...		

Fuente: DIAN [www.dian.gov.ec](http://www.dian.gov.ec)

Elaborado por: DIAN [www.dian.gov.ec](http://www.dian.gov.ec)

## 4.8 Plan de exportación

Luego de la investigación y análisis de la información obtenida se puede considerar las cantidades de balanceados para caninos y frecuencia con la que se puede exportar.

De acuerdo a los resultados de la encuesta, la presentación con mayor demanda es la de 2kg y la demanda potencial mensual corresponde a 71,567 kg; es por esto que, para iniciar la actividad de exportación hacia Cali Colombia, se debe exportar 35,784 unidades en presentaciones de 2kg, dirigido a canes jóvenes de raza mediana-grande.

Descripción	Cantidad
Número de Hogares en Cali	636,158
Número de Hogares de estrato 2 y 3	414,159
Número de Familias que poseen caninos (encuesta)	48% 198,796
Participación de mercado deseado	2% 3,976
Kilogramos consumidos semanalmente - promedio (encuesta)	4.5
Demanda potencial semanal en kg	17,892
Demanda potencial mensual en kg	<b>71,567</b>
Demanda potencial anual en Kg	<b>858,800</b>

La distribución por contenedor es la siguiente:

Unidades de 2Kg por bulto	12
Kilogramos por bulto	24
bultos por fila palet	6
Filas por palet	10
Bultos por palet	60
Peso de 60 bultos	1,440
Unidades de 2Kg por palet	720
Palets por contenedor	20
Bultos por contenedor	1,200
Unidades de 2 kg. por contenedor	14,400
Kilogramos de balanceado por contenedor	28,800

#### 4.8.1 Flujo de Exportación



Figura 38 Flujo de Exportación  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

El proceso de exportación inicia con la selección del mercado, en este punto se obtiene información de la competencia, precios, nichos de mercado, necesidades del producto, canales de distribución, accesos y restricciones al mercado con la finalidad de llegar a la negociación final con el cliente.

Una vez seleccionado el mercado objetivo, las empresas productoras de balanceados para caninos deben registrarse como exportador, para lo cual es necesario tener el Registro Único de Contribuyentes y obtener el certificado de firma digital y así realizar el registro en el sistema de Ecuapass, así mismo se la Declaración Juramentada y el Certificado de Origen, en el menú “Ventanilla única”

A continuación, se procede con la preparación del producto a exportar, el empaque, embalaje y paletización, como también se elabora la factura comercial de exportación, en la cual se detallan los parámetros de negociación, tales como precio unitario y total, forma y plazo de pago, condiciones de venta, cantidades, peso, número de bultos, medio de transporte designado.

Como siguiente punto, se debe realizar la reserva de espacio en la naviera contratada por el importador (término FOB), quien debe presentar el manifiesto de carga.

El siguiente paso, es realizar la transmisión de la declaración aduanera de exportación (DAE) en el sistema de Ecuapass, y adjuntar la factura comercial, lista de empaques y autorizaciones correspondientes.

Una vez lista la documentación, se transporta la carga desde el punto de fábrica hacia el puerto de Guayaquil, donde ingresará luego de que el trámite haya sido revisado y aprobado. La carga es almacenada en un depósito para su posterior asignación de aforo ya sea documental, intrusivo o automático

Luego del aforo, la carga es consolidada por la empresa contratada para el envío al exterior.

El cierre del proceso de exportación se realiza mediante la regularización del DAE, una vez que se retiran las copias no negociables del conocimiento de embarque.

En los siguientes apartados se detalla el proceso a profundidad.

#### **4.8.2 Empaque, etiquetado y embalaje**

El empaque del balanceado es muy importante, ya que es la manera de presentar el producto y ayuda a mantener el mismo en buenas condiciones, conservando sus características, desde la fabricación hasta el consumo final, un balanceado mal empacado puede dejar de ser comestible.

El empaque primario que se utiliza para los balanceados para caninos son bolsas de polietileno que protege al producto de la humedad y brinda seguridad durante el desplazamiento del mismo.

Este producto contiene la respectiva etiqueta que cumple con lo estipulado en la legislación vigente de Colombia y las especificaciones e información nutricional en la parte posterior.

Dentro de la Resolución 1056 de 1996 del ICA (Instituto Colombiano Agropecuario), se encuentran dispuestos los requisitos para el etiquetado de alimentos para mascotas en Colombia, y en su artículo 36 expone:

*“La etiqueta deberá llevar como mínimo la siguiente información:*

- a. Razón social del titular del Registro.*
- b. Nombre del producto.*
- c. Composición garantizada consignando el nombre genérico de los ingredientes activos y su concentración en la fórmula.*
- d. Contenido neto, utilizando el sistema métrico decimal.*

- e. *Número del lote de fabricación, expresado en sistema numérico o alfa numérico.*
- f. *Fecha de expiración o vencimiento de todos los Insumos Pecuarios excepto los alimentos completos, concentrados o núcleos y sales mineralizadas. El período de validez dependerá del tipo de producto y resultados de estabilidad, pero en ningún caso será superior a cinco (5) años, contados a partir de la fecha de su elaboración.*
- g. *Cuando se trate de un producto elaborado por terceros, deberá figurar la razón social del laboratorio o empresa fabricante así: Elaborado por (razón social del laboratorio fabricante), Para (razón social del titular del registro del producto).*
- h. *Número del registro ICA impreso.*

*PARAGRAFO 1°. Las etiquetas de los alimentos para animales además de lo dispuesto en el presente artículo, deberán llevar la siguiente información: indicaciones o recomendaciones para su uso, especie animal y etapa productiva para la cual se indica, cantidad a suministrar y forma de uso. La etiqueta podrá estar impresa sobre el empaque o en tarjeta para cada cara del mismo, con un tamaño mínimo de 10 por 20 cm., adheridas por un proceso que garantice su permanencia en el empaque.”*

El etiquetado de los balanceados para caninos en Ecuador, cuentan con los requisitos dispuestos por el ICA, por lo que no habría mayor inversión.

El empaque secundario para la venta a mayoristas y con la cual se realizará la exportación son fundas plásticas que contiene 12 unidades de 2 kg. Estos bultos se acomodan en pallets cuya medida es 1\*1.20 m; y en cada pallet se pueden adecuar 60 bultos correspondientes a 720 unidades de 2 kg.

La función del empaque secundario es proteger los productos que se exporten, y facilitar la logística durante todas las operaciones de traslado, transporte y manejo; con la finalidad de que lleguen a manos del consignatario sin que se haya deteriorado o hayan sufrido merma.

Los pallets asegurados y envueltos serán colocados en un contenedor convencional, la exportación de los balanceados para caninos se realizará por vía marítima hacia el puerto de Buenaventura, debido a que los tiempos de entrega son

menores, el contenedor a utilizar es el de 40 pies, cuya capacidad máxima es de 32 toneladas, de acuerdo a las dimensiones reguladas por la norma ISO 6346.



- Largo: 12032 mm
- Ancho: 2352 mm
- Altura: 2393 mm
- Capac. Cúb: 67.7m<sup>3</sup>
- Tara: 3750 kg
- Carga útil: 28750 kg (28.7 tn)

Figura 39 Especificaciones del Contenedor  
Elaborado por: [www.puertos-contenedores.blogspot.com](http://www.puertos-contenedores.blogspot.com)

#### **4.8.3 Estrategia de Distribución interna**

En Colombia, el circuito por el cual los fabricantes e importadores distribuyen los balanceados para caninos son las grandes superficies (Supermercados) tiendas de barrio agrocalendas (tiendas especializadas) e internet, siendo los principales canales las tiendas de barrio y agrocalendas.

Es por esto que la empresa Wing S.A, debe establecer un contrato de importación con uno de estas tiendas especializadas como La Holandesa S.A o DeGanado S.A., para obtener grandes posibilidades de expansión como proveedor en el mercado colombiano.

#### **4.8.4 Transporte Internacional**

El transporte que se utilizará para la exportación de balanceados para caninos hacia Colombia por el tiempo y costo es el marítimo, el puerto al que se enviará es el puerto de Buenaventura, situado al suroccidente de Colombia.

El canal de acceso al puerto de Buenaventura tiene una longitud de 31.5 km equivalente a 17 millas náuticas. Su profundidad es de 10 metros en bajamar y 14 metros en altamar.

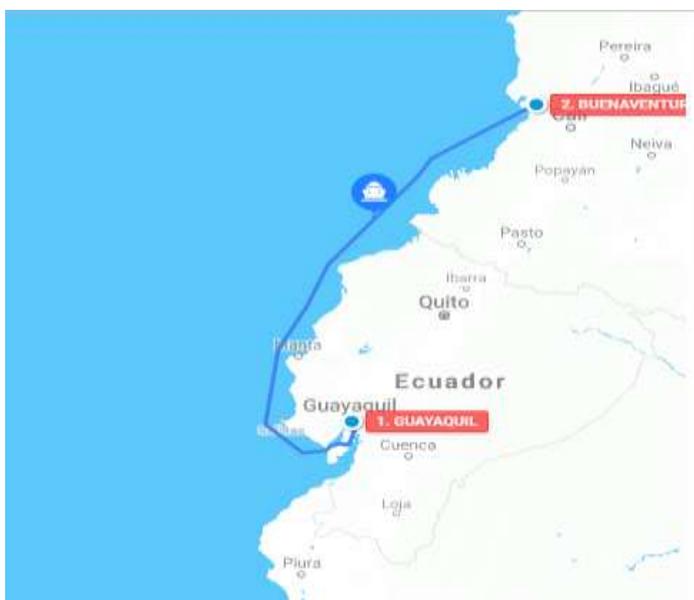


Figura 40 Trayecto marítimo Guayaquil-Buenaventura  
Elaborado por: SEARATES.COM 2018

La frecuencia de salida es semanal y el tiempo aproximado en tránsito es de 3 días. Las líneas navieras que recalán en el puerto de Buenaventura desde el puerto de Guayaquil son HamburgSud, CMA CGM, Sealand, entre otras.

#### **4.8.5 Acuerdo Comercial entre partes**

La gran mayoría de las negociaciones entre Ecuador y Colombia se realizan en términos FOB en las exportaciones y CIF en las importaciones.

Para la negociación se establece un contrato de compra y venta, factura proforma o nota de pedido, donde se establecen los parámetros de negociación tales como:

- Identificación de las partes contratantes
- Objeto de la compraventa (cantidad, peso, embalaje, etc.)

- Condiciones de venta y plazo de entrega (elección del Incoterm)
- Precio y forma de pago (incluye especificación de divisa)
- Garantías, recargos
- Ley aplicable para resolver disputas

#### **4.8.5.1 Término de Negociación Seleccionado**

La exportación de los balanceados para caninos se debe realizar bajo el Incoterm FOB (Free On Board) que consiste en preparar y adecuar el producto y documentos de exportación; la responsabilidad del exportador termina cuando el producto traspasa la borda del buque en el puerto de embarque, en este caso el puerto de Guayaquil; desde aquí el comprador asume los costos y riesgos de pérdida y daño del producto.

Entre las principales obligaciones para el exportador constan:

- Suministrar la factura y mercancía de acuerdo con el contrato de compra-venta
- Suministrar y completar cualquier otro documento necesario para la salida de la mercadería.
- Asumir el transporte interno y otros costos desde el punto de fábrica hacia el puerto de origen.

Entre las principales obligaciones para el importador constan:

- Pagar de acuerdo y en la forma convenida en el contrato de compra y venta
- Contratar el transporte marítimo y seguro del puerto de origen hacia el puerto de destino convenido.

- Realizar los trámites de importación, pagar los impuestos, desaduanizar la mercadería.
- Asumir el transporte interno de la mercadería hacia sus bodegas.

El precio a convenir, debe ser un precio donde el importador logre un porcentaje mayor de utilidad, esto lo hará más atractivo, por los riesgos de costos por colocación de producto, adicional se debe considerar los precios establecidos por la competencia.

La forma de pago será mediante carta de crédito confirmada e irrevocable. Entre los bancos emisores se pueden considerar Banco de Bogotá S.A., Banco de Occidente, Bancolombia y como banco corresponsal el Banco Proubanco del Grupo Proamérica.

#### 4.8.6 Procesos y documentación aduanera

El primer paso para poder exportar es tener RUC y obtener el certificado de firma digital o TOKEN, que lo otorga el Banco Central del Ecuador y la Empresa Security Data.

Con este certificado es posible el registro en el sistema Ecuapass.



Figura 41 Portal de Ecuapass  
Elaborado por: Ecuapass (2018)

Luego de la creación del usuario, es necesario elaborar la Declaración Juramentada de Origen ya que es un requisito previo para generar el Certificado de Origen.

### **Fase de Pre - Embarque**

El proceso de exportación como tal, inicia con la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema de Ecuapass, y ante la cual se debe adjuntar la factura comercial (5 copias), lista de empaque, autorizaciones previas de ser el caso y toda la documentación con la que se cuente previo al embarque, en esta declaración se debe consignar los siguientes datos:

- Datos del exportador,
- Descripción de mercancía
- Datos del consignatario
- Destino de carga
- Cantidades, peso
- Otros relacionados a la mercancía

### **Fase de Embarque**

En esta etapa, la línea naviera o transportista internacional debe presentar el “manifiesto de carga” que contiene información relacionada al medio de transporte, bultos, peso e identificación de la mercadería, y se transmite junto con los documentos de transporte

## **Fase de Post – Embarque**

Finalmente, se debe regularizar la Declaración Aduanera de Exportación y obtener el definitivo DAE, mediante el registro electrónico (régimen 40), este procedimiento se lo puede realizar hasta 30 días plazo luego de realizado el embarque. Para este procedimiento es necesario adjuntar los siguientes documentos:

- Copia de la factura comercial
- Copia de la lista de embarque
- Copia del certificado de origen
- Copias no negociables del documento de transporte multimodal

Con la aceptación de la DAE, la SENA asigna el aforo, el cual puede ser automático, documental o físico intrusivo y esto es realizado antes del ingreso de forma temporal a zona primaria del puerto de embarque.

## **4.9 Estudio económico financiero**

### **4.9.1 Inversión Inicial**

Considerando el plan de exportación propuesto en la sección anterior, es necesario tener en cuenta los gastos relacionados a dicho plan, con el objetivo de internacionalizar con éxito los balanceados para caninos al mercado colombiano. El plan de inversión se enfocará principalmente en la creación de un departamento de exportación ya que la comercializadora Wing S.A ya está constituida y que venden localmente los balanceados para caninos. La inversión inicial para llevar a cabo este proyecto alcanza el valor de \$3,835.00, el cual se desglosa principalmente en activos fijos como muebles

de oficina \$1,145.00, equipos de computación \$1,190.00; adecuación de oficina \$1,500.00

Tabla 32 Inversión Inicial

<b>Oficina</b>			<b>\$ 1,500.00</b>
Adecuación de Oficina	1 \$	1,500.00	\$ 1,500.00
<b>Equipos y Muebles de Oficina</b>			<b>\$ 1,145.00</b>
Escritorios	1 \$	200.00	\$ 200.00
Sillas	2 \$	90.00	\$ 180.00
Archivadores	2 \$	25.00	\$ 50.00
Acondicionador de Aire	1 \$	700.00	\$ 700.00
Telefonos Fijo	1 \$	15.00	\$ 15.00
<b>Equipos de Computación</b>			<b>\$ 1,190.00</b>
Computadora	1 \$	800.00	\$ 800.00
Impresora/copiadora	1 \$	390.00	\$ 390.00
<b>Total Inversión Inicial</b>			<b>\$ 3,835.00</b>

Fuente: Cotizaciones en el mercado ecuatoriano  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

#### 4.9.2 Detalle de Costos de Exportación

La internacionalización de los balanceados para caninos al mercado de Cali-Colombia en términos FOB genera costos en puerto de embarque, los cuales deben ser asumidos por el exportador, dentro de estos costos están, los costos de embalaje, el transporte interno desde la empresa hacia el puerto de Guayaquil, Gasto de despacho de Aduana, Almacenaje en el terminal marítimo, costo de trámites aduaneros, THC, emisión B/L, entre otros.

A continuación, se detallan los costos aproximados para la exportación de 1 contenedor de 40 pies, cuyo contenido es de 1,200 bultos de balanceados para caninos, correspondientes a 14,400 unidades de 2 kg, equivalentes a 28,800 kg (28.8 toneladas).

Tabla 33 Costo de Exportación por Contenedor

Rubros	Cantidad	Costo Unitario	Total
<b>Costos de Embalaje</b>			<b>\$ 1,420.00</b>
Embalaje y etiquetado del Producto (bulto)	1200	\$ 0.60	\$ 720.00
Preparación de la carga (Paletización)	20	\$ 20.00	\$ 400.00
Costo de estiba	20	\$ 15.00	\$ 300.00
<b>Costo Transporte</b>			<b>\$ 240.00</b>
Transporte Fábrica-Puerto	1	\$ 240.00	\$ 240.00
<b>Costos Aduaneros</b>			<b>\$ 746.00</b>
Trámite Aduanero	1	\$ 224.00	\$ 224.00
Manipuleo en Terminal (THC)	1	\$ 160.00	\$ 160.00
Porteo de ingreso	1	\$ 112.00	\$ 112.00
Agenciamiento	1	\$ 250.00	\$ 250.00
<b>Total Valor Exportación</b>			<b>\$ 2,406.00</b>

Fuente: Cotizaciones en el mercado ecuatoriano  
Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Como se puede observar, el costo aproximado para exportar 1 contenedor de 40 pies de balanceados para caninos corresponde a \$2,406.00.

Para el presente plan se considera la exportación de 30 contenedores al año (14,400 unidades x 30 = 432,000), es decir 864,000 kg; lo que conlleva a un costo logístico anual de \$72,180.00 y un costo unitario de \$0.17.

### 4.9.3 Financiamiento del proyecto

Considerando que la comercializadora Wing S.A. en la actualidad ya está constituida y comercializa los balanceados para caninos a nivel local, la inversión para iniciar el procesamiento de exportación corresponde a los gastos para el equipamiento del departamento de exportación \$3,835.00 y los gastos correspondientes a la logística internacional \$72,180.00, dando un total de \$76,015.00.

Para el presente plan de exportación no se necesitará préstamo bancario, debido a que la inversión inicial de \$3,835.00 y el envío inicial de 2 contenedores puede ser financiada con capital propio; y para los siguientes meses se considera que se reinvierte los fondos obtenidos del primer envío.

#### 4.9.4 Determinación de Gastos Administrativos y Comerciales

Dentro de los gastos administrativos se debe considerar el rubro anual del sueldo del Asistente de Exportación, así como también los gastos referentes a servicios básicos de la oficina de exportación, la depreciación de muebles y enseres, equipos de oficina, computación y gastos de promoción mensual, como se detalla a continuación:

Tabla 34 Detalle Gastos Administrativos y Comerciales

Rubros	Valor Mensual	Año 1	Año 2-3	Año 4-5
		Valor Anual	Valor Anual	Valor Anual
Gastos de Personal	\$ 807.22	\$ 10,772.60	\$ 11,472.32	\$ 11,472.32
Gastos Servicios Básicos	\$ 120.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00
Dep.Equipos de Computación	\$ 33.06	\$ 396.67	\$ 396.67	
Dep.Muebles de Oficina	\$ 9.54	\$ 114.50	\$ 114.50	\$ 114.50
Gastos Promoción y Publicidad	\$ 125.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
Gastos de Útiles de Oficina	\$ 30.00	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ 360.00
<b>Total</b>	<b>\$ 1,124.81</b>	<b>\$ 14,583.77</b>	<b>\$ 15,283.49</b>	<b>\$ 14,886.82</b>

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

#### 4.9.5 Costo Total para exportador

##### 4.9.5.1 Costo de Operación y costo de Exportación

Por políticas de seguridad y confidencialidad, la información sobre los costos de venta de los balanceados para caninos es restringida, es por esto que se ha considerado como referencia el precio de venta de la presentación de 2 kg al comercializador sin impuestos (\$3.04) y a ese valor se considera un descuento del 30% por volumen de compra, es decir que el costo aproximado del producto en el mercado ecuatoriano para la empresa Gabriel Wing S.A. es de \$2.12

$$PV = \text{Costo} / (1 - \% \text{ descuento})$$

$$3.04 = \text{Costo} / 0.70 \rightarrow \underline{3.04/0.70 = \text{Costo unitario del producto.}}$$

Una vez se tiene el costo unitario del producto en presentación de 2 kg, se añaden los gastos de exportación de un envío (1 contenedor = 14,400 unidades).

$$\text{Costo del producto: } \$2.12 * 14,400 = \$30,528$$

$$\text{Gastos de logística exportación de 1 contenedor: } \$2,406.00$$

$$\underline{\text{Costo Unitario de exportación: } \$2,406.00 / 14,400 = \$0.17}$$

$$\text{Costo de venta unitario (Precio FOB): } \$2.12 + \$0.17 = \mathbf{\$2.29}$$

Como se indicó en el apartado anterior, para el presente plan se realizará el envío de 30 contenedores al año (14400 unidades x 30 = 432,000), es decir que durante el primer año el costo total del producto es de \$989,280.00.

Con un crecimiento de la demanda del 7%, a continuación, se obtiene la proyección del costo de Venta.

Tabla 35 Proyección del Costo total

Año	Cantidad	Costo Unitario Total	Costo Total Anual
1	432,000	\$ 2.29	\$ 989,280
2	462,240	\$ 2.34	\$ 1,079,700
3	494,597	\$ 2.38	\$ 1,178,385
4	529,219	\$ 2.43	\$ 1,286,089
5	566,264	\$ 2.48	\$ 1,403,638

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

#### 4.9.6 Precio de Venta

Para la fijación del precio se utiliza el método del costo de venta más el margen de utilidad de 40%, y se obtiene:

Precio:  $2.29/0.60 = \$3.82$

Con el precio de \$3.82 por unidad se obtiene el ingreso sobre las 432,000 unidades de 2kg, el cual es \$1'650,240 para el primer año.

Si se considera la variación de los precios en un 2% (inflación promedio) el precio y el ingreso durante los próximos cinco años se reflejan en la siguiente tabla.

Tabla 36 Proyección de Venta anual

Año	Cantidad	Precio de Venta	Ingreso Anual
1	432,000	\$ 3.82	\$ 1,650,240
2	462,240	\$ 3.90	\$ 1,801,072
3	494,597	\$ 3.97	\$ 1,965,690
4	529,219	\$ 4.05	\$ 2,145,354
5	566,264	\$ 4.13	\$ 2,341,439

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

## 4.10 Evaluación del proyecto

### 4.10.1 Flujo de efectivo

En el flujo de efectivo se presenta el detalle de los ingresos y los egresos de dinero que se hayan generado en el tiempo del proyecto a evaluar, y a la vez permite conocer la liquidez y saldo neto que se puede obtener en un tiempo determinado.

Para la elaboración del flujo de efectivo del plan de exportación de caninos al mercado de Cali se ha considerado una proyección de 5 años.

Tabla 37 Flujo de Efectivo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	\$ (76,015.00)					
<b>Ingresos</b>						
Ventas		\$ 1,650,240.00	\$ 1,801,071.94	\$ 1,965,689.91	\$ 2,145,353.97	\$ 2,341,439.32
Otros Ingresos						
<b>Total Ingresos</b>		<b>\$ 1,650,240.00</b>	<b>\$ 1,801,071.94</b>	<b>\$ 1,965,689.91</b>	<b>\$ 2,145,353.97</b>	<b>\$ 2,341,439.32</b>
<b>Egresos</b>						
Costo de Operación		\$ 915,840.00	\$ 999,547.78	\$ 1,090,906.44	\$ 1,190,615.29	\$ 1,299,437.53
Costo de Exportación		\$ 73,440.00	\$ 80,152.42	\$ 87,478.35	\$ 95,473.87	\$ 104,200.18
Gastos Administrativos		\$ 14,583.77	\$ 15,283.49	\$ 15,283.49	\$ 14,886.82	\$ 14,886.82
Gastos Financieros		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Egresos</b>		<b>\$ 1,003,863.77</b>	<b>\$ 1,094,983.68</b>	<b>\$ 1,193,668.28</b>	<b>\$ 1,300,975.98</b>	<b>\$ 1,418,524.53</b>
<b>Flujo de Efectivo</b>	<b>\$ (76,015.00)</b>	<b>\$ 646,376.23</b>	<b>\$ 706,088.26</b>	<b>\$ 772,021.63</b>	<b>\$ 844,377.99</b>	<b>\$ 922,914.79</b>

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

De acuerdo a la tabla 37 se puede evidenciar que el flujo de efectivo se mantiene positivo desde el primer año, llegando al año 5 a \$922,914.79.

#### 4.10.2 Valor Actual Neto y Tasa interna de Retorno

Con la información obtenida del flujo de efectivo se puede evaluar el proyecto mediante el análisis financiero de VAN (Valor actual Neto) y de la TIR (Tasa Interna de Retorno)

Para descontar los flujos de efectivos futuros se considera una TMAR (tasa mínima atractiva de retorno) del 10% que es la tasa del préstamo y que equivaldría a la mínima rentabilidad que el inversionista exigiría por utilizar los recursos en otro proyecto o inversión.

Tabla 38 VAN Y TIR

Tasa de Descuento		10%
Año	Flujos	Valor presente
0	\$ (76,015.00)	(\$ 76,015.00)
1	646376.2333	\$ 587,614.76
2	706088.2573	\$ 583,544.01
3	772021.6347	\$ 580,031.28
4	844377.9895	\$ 576,721.53
5	922914.7931	\$ 573,057.47
<b>VPN</b>		<b>\$ 2,824,954.06</b>
<b>TIR</b>		<b>860%</b>

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

De acuerdo al VPN, el cual es positivo y a la TIR que es superior a la TMAR se puede inferir que el proyecto es rentable. Cabe indicar que los flujos tanto de ingresos como de ventas y la inversión están expresados en lo que las empresas fabricantes de

balanceados para caninos ya establecidas necesitarían para exportar su producto, lo que conlleva a comparar lo que se gana antes y después de exportar.

## CONCLUSIONES

Lo expuesto en lo largo de este trabajo, permite llegar a las siguientes conclusiones:

- En Colombia, la producción promedio mensual de balanceados para caninos es de 24400 toneladas, mientras que lo importado se reporta en 1200 toneladas. En el mercado Colombiano la oferta existen marcas nacionales, entre las que se destaca RINGO, posicionado por su precio, PEDIGREE posicionada por su calidad y cuidado a las mascotas; y marcas extranjeras donde el principal proveedor es Estados Unidos con un 61.23%.
- La demanda de los balanceados para caninos en el mercado colombiano representado en el Código 2331101 del Clasificador Central de Productos, ha aumentado significativamente en los últimos años (16.35% en el 2016), pues los caninos son considerados por muchos como miembros de la familia y es por esto que buscan aportar a sus mascotas un crecimiento saludable mediante un alimento equilibrado y especializado para ellos. Los resultados de la investigación muestran que el 60% que posee caninos el prefieren alimentar a sus mascotas con balanceados.
- Mediante el análisis de los datos históricos y la proyección de la demanda para los próximos 10 años se puede pronosticar un crecimiento promedio del 7.68%, generando oportunidades de entrada en el mercado colombiano para las empresas ecuatorianas.
- Por el acuerdo de libre comercio entre Ecuador y Colombia, la importación de los balanceados de caninos desde Ecuador es libre de aranceles, lo que permite competir en condiciones iguales ante los otros países proveedores.

- El mercado objetivo para el producto son hombres y mujeres entre 20 y 50 años de estrato 2 y 3 de los sectores nor-este y nor-oriental de Cali, soltero o casado, sociable, extrovertido, descomplicado, con vínculo emocional alto con su canino, que se preocupan por el bienestar de su mascota.
- Los resultados de la encuesta muestran que la presentación de balanceados para caninos con mayor demanda en Colombia es la de 2 kg y que el 60% posee un canino joven de tamaño mediano. Con estos datos se puede concluir que las empresas ecuatorianas para iniciar la exportación hacia el mercado colombiano deben enviar unidades en presentaciones de 2 kg dirigido a caninos jóvenes-adulto de raza mediana-grande.
- El transporte internacional a utilizar en la exportación de balanceados para caninos, debe ser el transporte marítimo, siendo el puerto de Buenaventura el que por ubicación cercana a la ciudad de Cali al que se debe dirigir, pues el tiempo aproximado en tránsito es de 3 días y la frecuencia de salida es semanal.
- El plan de exportación de balanceados para caninos hacia el mercado de Colombia, brinda una ayuda para las empresas productoras en Ecuador en el proceso de comercialización internacional del producto, debido a la demanda existente.
- La inversión inicial para la exportación de 432,000 unidades de 2kg es de \$76,015.00, que constituye principalmente a los gastos de equipamiento del departamento de exportación y los gastos de exportación, debido a que se considera que la empresa Wing S.A. ya está constituida y comercializa los balanceados para caninos a nivel nacional.

- Se determinó que el proyecto de inversión es viable ya que genera un VPN positivo de \$ \$ 2'824,954.06 y es rentable presentando una TIR de 860% Por tanto se demuestra que el proyecto de inversión es factible y rentable.

## RECOMENDACIONES

- Aprovechar la ventaja productiva de las materias primas utilizada en la elaboración de los balanceados para caninos.
- Mantener un equipo de exportación especializado y capacitado, capaz de mantener contacto con los futuros importadores, agencias navieras y gestiones propias de exportación.
- Conservar la calidad de los productos para poder competir en el mercado colombiano y lograr fidelidad de consumo.
- Incursionar en ferias internacionales, canales digitales y realizar activaciones de marca para promocionar el producto
- El empaque del producto a exportar debe mostrar las ventajas nutricionales del producto
- Realizar todos los procesos para exportar expuestos en el presente plan de exportación, pues cumple con los requisitos de la Corporación Aduanera del Ecuador y demás entidades.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aktiva. (2013). *El entorno de los Alimentos Balanceados para Animales 2013*. Recuperado de [aktiva.com.co/blog/.../2013/Alimentos%20balanceados%202013.pdf](http://aktiva.com.co/blog/.../2013/Alimentos%20balanceados%202013.pdf)
- Asociación Latinoamericana de Integración (2014). *Base de datos de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios*. Recuperado de <http://www.aladi.org/sitioaladi/ComercioServicios.html>
- Ávila, H. (2013). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Recuperado de [www.eumed.net/libros/2013c/203/](http://www.eumed.net/libros/2013c/203/)
- Bernal, C. (2012). *Metodología de la Investigación, Administración economía, humanidades y ciencias sociales*. Recuperado de <https://docs.google.com/file/d/0B7qpQvDV3vxvUFpFdUh1eEFCSU0/edit>
- Blanco, R. (2011). *Diferentes teorías del Comercio Internacional. Tendencias y Nuevos Desarrollos de la Teoría Económica*.
- Dane, Sistema Estadístico Nacional. (2015). *Estadísticas por tema*. Recuperado de <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema>
- Definición ABC (s.f.). En Definición ABC. Recuperado de <http://www.definicionabc.com/economia/>
- Diario El Tiempo (2015). *Producción de alimentos para mascotas*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/economia/.../produccion-de-alimentos-para-mascotas>
- Dirección de Análisis y Procesamiento de la Información, Coordinación General del Sistema de Información Nacional Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (2016) *Rendimientos de maíz duro seco en invierno 2016*. Recuperado de [http://sinagap.agricultura.gob.ec/pdf/estudios\\_agroeconomicos/rendimiento\\_maiz\\_duro\\_seco\\_invierno2016](http://sinagap.agricultura.gob.ec/pdf/estudios_agroeconomicos/rendimiento_maiz_duro_seco_invierno2016)
- Federación Nacional de Comerciantes (2015). *Mascotas: crecen las oportunidades de negocio*. Recuperado de <http://www.fenalco.com.co/node/934>
- Hernández Sampieri, Fernández, Baptista (2014). *Metodología de la Investigación*. Recuperado de <http://upla.edu.pe/portal/wp-content/uploads/2017/01/Hern%C3%A1ndez-R.-2014-Metodologia-de-la-Investigacion.pdf.pdf>
- Hernández, F (2014). *Introducción a los Negocios Internacionales*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1394/index.htm>
- Legiscomex, Sistema de Inteligencia Comercial. (2014). *Alimentos para animales en Colombia*. Recuperado de

<http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/informe-sectorial-sector-alimento-animales-colombia-2016-exportaciones-rci307.pdf>

Martínez, Héctor, Acevedo, Ximena (2001). *La Cadena de alimentos balanceados para animales (ABA) en Colombia: una mirada global de su estructura y dinámica*. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Documento de Trabajo No. 01. Recuperado de [www.agrocadenas.gov.co](http://www.agrocadenas.gov.co)

Nota de prensa. (s.f.). *En Alimentos para mascotas: Tendencias y oportunidades para una industria en pleno crecimiento*. Recuperado de <http://es.alltech.com/news/news-articles/2015/10/08>

Revista Dinero (2015). *La comida para caninos se vende como pan caliente*. Recuperado de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/mercado-comida-para-caninos-colombia/205854>

Reyes, Blanco, Chao (2014). *Metodología de la Investigación para cursos en línea*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1420/index.htm>

Romero, A. (octubre, 2015). *Perspectivas del mercado mundial en alimentos de mascotas*, Conferencia llevada a cabo en evento Pet Food Forum Ecuador.

Sevilla M (Febrero, 2015). *La creciente demanda de alimento balanceado para mascotas en Colombia*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2016/03/Bolet%C3%ADn-de-Inteligencia-Comercial>

## ANEXOS

### Anexo 1 Ficha de Observaciones

<b>Objetivo:</b> Observar las diferentes marcas y precios de balanceados para caninos que se comercializan en las principales Supermercados de Cali - Colombia <b>Lugar:</b> Cali, Colombia <b>Fecha:</b> 17 y 18 de enero de 2018							
Observación N°	Nombre de Supermercado/Tienda	Descripción	Ubicación Visitada	Marcas de Balanceados para Caninos	Presentaciones de Balanceados para caninos	Precios (pesos Colombianos)	Observaciones
1	Supermercados Confandi	Razon social Caja compensación Familiar del Valle del Cauca, 27 sucursales en Colombia	Terminal de Cali	Purina, Pedigree, Dogourmet, Dog Chow, Chunky	1 kg, 2kg	8,200- 19,800	Dirigido a compradores de clase económica baja-media los productos tienen su propio stand
2	Tiendas D1	Razon social KOBA Colombiana S.A.S, 600 tiendas en Colombia	6 No. 42 80, Cl. 6, Cali, Valle del Cauca, Colombia	Nutracan, Frenmagic	2kg	5990-6250	Dirigido a clase media-alta Ofrecen productos de alta calidad con bajos precios
3	Tiendas La 14	Inicio 1964, 18 puntos de venta en Cali	Carrera 5, Cali, Valle del Cauca, Colombia	hunky, Purina, Dogourmet, Donkan, Rey Can	1.5kg, 2kg,	15,400-21,400	Dirigido a compradores de clase económica baja-media los productos tienen su propio stand
4	Supermercados ÉXITO	Empresa multinacional, inició en 1949, existen 254 puntos de venta en Colombia	Centro Comercial Chipichape	Dog Chow, Pedigree, Dogourmet, Éxito, Ladrina	1 kg, 2kg, 4kg, 8kg	9,340-76,500	Dirigido a clase media-alta Ofrecen productos de alta cuenta con su propio stand
5	Supermercados Jumbo	Cadena de supermercados Chilena, con presencia en	Calle 40 Norte # 6 A - 45, La Campiña	Dog Chow, Pedigree, Dogourmet	1 kg, 2kg, 4kg	18,900-31,900	Dirigido a clase media-alta Ofrecen productos de alta cuenta con su propio stand

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)



## UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

### Encuesta para Consumidores finales (familias) Proyecto de Investigación: “Plan de exportación de balanceados para caninos al mercado de Cali-Colombia”

Objetivo: Recopilar información sobre los hábitos de consumo de alimentos balanceados para caninos en Cali-Colombia

Instrucciones: Marque con una X la opción que considere correcta

Edad: \_\_\_\_\_

1.- ¿En su familia poseen caninos (perros)?

Si  No

2.- ¿Cuántos caninos posee?

1   
2   
3 o más

3.- ¿Qué edad tiene su canino?

Cachorro  Joven  Adulto   
hasta 12 meses hasta 5 años más de 5 años

4.- ¿Cuál es el tamaño de su canino?

Pequeño  Mediano  Grande

Indicar Raza \_\_\_\_\_

5.- ¿Con qué alimenta a su perro?

Balanceados (piensos)  Mezclada   
Comida Casera

6.- **¿Cómo considera a su canino?**

Miembro de la familia  
Mascota

Cuidador

7.- **¿Qué marca de balanceado adquiere para su canino?**

Nutrecan  
Chunky  
Ringo  
Royal Canin  
Proplan  
Eukanuba

Eukanuba  
Propac  
Pedigree  
Dog Chow  
Dogourmet

8.- **¿En qué presentación prefiere adquirir los balanceados para su canino?**

1 kg  
5 kg

2 kg  
30 kg

9.- **¿Qué factores influyen en su decisión de compra?**

escoja y enumere los 3 principales

Beneficios Alimenticios  
Precio  
Comodidad

Presentación  
Calidad

10.- **¿Qué cantidad de balanceado en Kg consume su canino de forma semanal?**

1- 5 kg  
6-10 kg  
11-20 kg

11.- **¿Estaría dispuesto a adquirir una nueva marca de balanceado para su canino?**

Si  
No

**12.- ¿Cuántos pesos colombianos paga por la presentación de balanceados para caninos de 2kg**

12,000-14,999	<input type="text"/>
15,000-18,999	<input type="text"/>
19,000-22,000	<input type="text"/>

**13.- ¿Cuántos pesos colombianos paga por la presentación de balanceados para caninos de 8kg?**

65,000-69,999	<input type="text"/>
70,000-74,999	<input type="text"/>
75,000-80,000	<input type="text"/>

**14.- ¿Dónde adquiere el balanceado para su canino?**

Tienda de barrio	<input type="text"/>
Supermercados	<input type="text"/>
Internet-domicilio	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>

Anexo 3 Rol de Pagos 1er año

Cantidad	Cargo	Sueldo	13er. Sueldo	14o.Sueldo	Prov.Vacaciones	Aporte Patronal	Mensual	Anual
1	Asistente de Exportación	\$700.00	\$700.00	\$386.00	\$29.17	\$78.05	\$807.22	\$10,722.60
	<b>Total</b>						<b>\$807.22</b>	<b>\$10,722.60</b>

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Anexo 4 Rol de Pagos del 2do. Al 5° año

Cantidad	Cargo	Sueldo	13er. Sueldo	14o.Sueldo	Prov.Vacaciones	Aporte Patronal	Fondos de Reserva	Mensual	Anual
1	Asistente de Exportación	\$700.00	\$700.00	\$386.00	\$29.17	\$78.05	\$58.31	\$865.53	\$11,472.32
	<b>Total</b>							<b>\$865.53</b>	<b>\$11,472.32</b>

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Anexo 5 Tabla de Depreciación

Activo	Valor	Vida útil	Año 1 al 3	Año al 4 al 5
			Depreciación	Depreciación
Equipos de Computación	\$ 1,190.00	3	\$ 396.67	
Muebles de Oficina	\$ 1,145.00	10	\$ 114.50	\$ 114.50
<b>Total</b>			<b>\$ 511.17</b>	<b>\$ 114.50</b>

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

Anexo 6 Gastos de Servicios Básicos

Rubro	Mensual	Anual
Luz	\$ 50.00	\$ 600.00
Agua	\$ 20.00	\$ 240.00
Teléfono	\$ 50.00	\$ 600.00
<b>Total</b>	<b>\$ 120.00</b>	<b>\$ 1,440.00</b>

Elaborado por: Wing Porras, G (2018)

## Anexo 7 Barrios en Cali por Comuna

Código	Barrio, Urbanización, Sector	Acuerdo	Año	Código	Barrio, Urbanización, Sector	Acuerdo	Año
<b>COMUNA 1</b>				0313	El Hoyo	049	1964
0101	Terrón Colorado	049	1964	0314	El Piloto	049	1964
0102	Vista Hermosa	083	1968	0315	Navarro - La Chanca	049	1964
0198	Sector Patio Bonito						
0199	Aguacatal						
<b>COMUNA 2</b>				<b>COMUNA 4</b>			
0201	Santa Rita	049	1964	0401	Jorge Isaacs	049	1964
0202	Santa Teresita	049	1964	0402	Santander	049	1964
0203	Arboledas	049	1964	0403	Porvenir	049	1964
0204	Normandía	049	1964	0404	Las Delicias	049	1964
0205	Juanambú	049	1964	0405	Manzanares	049	1964
0206	Centenario	049	1964	0406	Salomia	049	1964
0207	Granada	049	1964	0407	Fátima	049	1964
0208	Versalles	049	1964	0408	Sultana-Berlín-San Francisco	049	1964
0209	San Vicente	049	1964	0410	Popular	049	1964
0210	Santa Mónica	049	1964	0411	Ignacio Rengifo	049	1964
0211	Prados del Norte	049	1964	0412	Guillermo Valencia	049	1964
0212	La Flora	049	1964	0413	La Isla	049	1964
0213	La Campiña	049	1964	0414	Marco Fidel Suárez	049	1964
0214	La Paz	049	1964	0415	Evaristo García	049	1964
0215	El Bosque	049	1964	0416	La Esmeralda	043	1970
0216	Menga	049	1964	0417	Bolivariano	049	1964
0217	Ciudad Los Álamos	033	1973	0418	Olaya Herrera	043	1972
0218	Chipichape	049	1964	0419	Unidad Resid. Bueno Madrid	030	1974
0219	Brisas de los Álamos	069	2000	0420	Flora Industrial	021	1985
0293	Urbanización La Merced			0421	Calima	024	1985
0294	Vipasa			0423	Industria de Licores	049	1964
0295	Urbanización La Flora			0497	La Alianza		
0296	Altos de Menga			<b>COMUNA 5</b>			
0298	Área Libre - Parque del Amor			0501	El Sena	011	1964
<b>COMUNA 3</b>				0502	Los Andes	001	1972
0301	El Nacional	049	1964	0503	Los Guayacanes	092	1987
0302	El Peñón	049	1964	0504	Chiminangos Segunda Etapa	091	1987
0303	San Antonio	049	1964	0505	Chiminangos Primera Etapa	100	1987
0304	San Cayetano	049	1964	0506	Metropolitano del Norte	131	1987
0305	Los Libertadores	049	1964	0594	Los Parques - Barranquilla		
0306	San Juan Bosco	049	1964	0595	Villa del Sol		
0307	Santa Rosa	049	1964	0596	Paseo de Los Almendros		
0308	La Merced	049	1964	0597	Los Andes B - La Riviera		
0309	San Pascual	049	1964	0598	Torres de Comfandi		
0310	El Calvario	049	1964	0599	Villa del Prado - El Guabito		
0311	San Pedro	049	1964				
0312	San Nicolás	049	1964				

Código	Barrio, Urbanización, Sector	Acuerdo	Año	Código	Barrio, Urbanización, Sector	Acuerdo	Año
<b>COMUNA 6</b>				0817	La Base	010	1969
0601	San Luis	007	1967	0818	Urbanización La Nueva Base	049	1964
0602	Jorge Eliécer Gaitán	031	1967	<b>COMUNA 9</b>			
0603	Paso del Comercio	005	1974	0901	Alameda	049	1964
0604	Los Alcázares	015	1982	0902	Bretaña	049	1964
0605	Petecuy Primera Etapa	014	1984	0903	Junín	049	1964
0606	Petecuy Segunda Etapa	013	1984	0904	Guayaquil	049	1964
0607	La Rivera Primera Etapa	097	1987	0905	Aranjuez	049	1964
0608	Los Guadales	090	1987	0906	Manuel María Buenaventura	049	1964
0609	Petecuy Tercera Etapa	101	1987	0907	Santa Mónica Belalcázar	049	1964
0610	Ciudadela Floralia	037	1985	0908	Belalcázar	049	1964
0695	Fonaviemcali			0909	Sucre	049	1964
0696	San Luis II			0910	Barrio Obrero	049	1964
0697	Urbanización Calimío			<b>COMUNA 10</b>			
0698	Sector Puente del Comercio			1001	El Dorado	049	1964
<b>COMUNA 7</b>				1002	El Guabal	049	1964
0701	Alfonso López P. 1a. Etapa	049	1964	1003	La Libertad	049	1964
0702	Alfonso López P. 2a. Etapa	049	1964	1004	Santa Elena	049	1964
0703	Alfonso López P. 3a. Etapa	049	1964	1005	Las Acacias	049	1964
0704	Puerto Nuevo	005	1993	1006	Santo Domingo	017	1967
0705	Puerto Mallarino	049	1964	1007	Jorge Zawadsky	017	1967
0706	Urbaniz. El Ángel del Hogar	049	1964	1008	Olimpico	055	1968
0707	Siete de Agosto	016	1967	1009	Cristóbal Colón	023	1971
0708	Los Pinos	026	1973	1010	La Selva	007	1972
0709	San Marino	095	1987	1011	Barrio Departamental	007	1975
0710	Las Ceibas	093	1987	1012	Pasoancho	007	1975
0711	Base Aérea	049	1964	1013	Panamericano	017	1984
0797	Parque de la Caña			1014	Colseguros Andes	032	1984
0798	Fepicol			1015	San Cristóbal	015	1985
<b>COMUNA 8</b>				1016	Las Granjas	034	1988
0801	Primitivo Crespo	049	1964	1017	San Judas Tadeo I Etapa	004	1992
0802	Simón Bolívar	049	1964	1018	San Judas Tadeo II Etapa	006	1992
0803	Saavedra Galindo	049	1964	<b>COMUNA 11</b>			
0804	Uribe Uribe	049	1964	1101	Barrio San Carlos	037	1964
0805	Santa Mónica Popular	049	1964	1102	Maracaibo	049	1964
0806	La Floresta	049	1964	1103	La Independencia	049	1964
0807	Benjamín Herrera	049	1964	1104	La Esperanza	049	1964
0808	Municipal	049	1964	1105	Urbanización Boyacá	049	1964
0809	Industrial	049	1964	1106	El Jardín	049	1964
0810	El Troncal	049	1964	1107	La Fortaleza	049	1964
0811	Las Américas	049	1964	1108	El Recuerdo	049	1964
0812	Atanasio Girardot	049	1964	1109	Aguablanca	049	1964
0813	Santa Fe	041	1970	1110	El Prado	049	1964
0814	Chapinero	049	1964	1111	20 de Julio	049	1964
0815	Villa Colombia	049	1964	1112	Prados de Oriente	047	1970
0816	El Trébol	049	1964				

Fuente: Departamento Administrativo de Planeación –Alcaldía de Santiago de Cali

Elaborado por: Departamento Administrativo de Planeación –Alcaldía de Cali