

**PLAN DE NEGOCIOS ORIENTADO A LA  
EXPORTACIÓN DE MERMELADAS PICANTES DE MORA  
A INGLATERRA**

**LILIANA MARTÍNEZ SALAZAR  
NADINE MATEUS CORTES  
CAMILO RUIZ JARAMILLO**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
ENVIGADO**

**2011**

**PLAN DE NEGOCIOS ORIENTADO A LA  
EXPORTACIÓN DE MERMELADAS PICANTES DE MORA  
A INGLATERRA**

**LILIANA MARTÍNEZ SALAZAR  
NADINE MATEUS CORTES  
CAMILO RUIZ JARAMILLO**

**ASESOR:  
LUÍS ALBERTO SÁNCHEZ**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES  
ENVIGADO**

**2011**

## **AGRADECIMIENTOS**

### **LILIANA MARTÍNEZ SALAZAR**

Después de un arduo trabajo como lo es el desarrollo y consecución de un estudio de investigación es mucho el orgullo y la satisfacción que a nivel personal, académico y profesional se siente, toda esta combinación de sensaciones son producto no solo de la acción propia sino del esfuerzo de muchos que a nivel general han pretendido y propendido por aportar todo cuanto poseen por lograr alcanzar metas específicas, es para mí un honor mencionarlos y expresarles mis sinceros agradecimientos.

Primordialmente agradezco a Dios, quien durante toda mi vida a representado aquel guía y soporte que en momentos de desdicha me ha reconfortado e iluminado.

Debo agradecer a todo el personal tanto administrativo como académico de la Institución Universitaria de Envigado, quienes con su atenta colaboración siempre trataron de inculcarme la disposición hacia el conocimiento y la educación, cabe notar que aunque con todos tuve una excelente relación, debo destacar a los siguientes profesores, Edwin Suárez quien con sus enseñanzas me infundo amor y pasión por la obtención y aplicación de los diferentes conocimientos en relación a la administración y Leyla Escobar quien con sus fuertes opiniones e ideales me hicieron crecer tanto a nivel humano como profesional.

Agradezco al profesor y asesor de este proyecto Luis Alberto Sánchez ya que con su ayuda y soporte pudimos sacar adelante este plan, que n cierta medida necesitaba del concepto de un profesional como lo es el.

Para mis compañeros de trabajo Nadine y Camilo, tengo solo palabras de gratitud ya que en momentos de adversidad durante nuestra época de estudio y desarrollo de este proyecto de investigación, fueron ellos quienes me impulsaron a continuar en esta labor que en última medida ha sido gratificante a nivel personal.

Finalmente y no menos importantes el mas sincero y grande agradecimiento a mis padres quienes con su atención y motivación constante me iniciaron en el camino de la educación profesional esperando de mi este gran resultado, la culminación de mis estudios de la mejor manera posible, a ellos les debo todo lo que soy. ¡GRACIAS PAPÁS!

### **CAMILO RUIZ JARAMILLO**

Una vez culminada una etapa más de mi vida, debo de dar gracias a Dios, por ser mi guía y nunca dejarme desfallecer en el alcance de mis objetivos.

A mis padres, por su apoyo incondicional, por sus consejos y enseñanzas que hicieron de mí una persona de bien.

Al profesor Edwin Suárez, por siempre confiar en mí y llenarme de conocimientos valiosos que me llevaron a ser un profesional.

Al Administrador George Herrera, por su contante colaboración y guía en el desarrollo de este proyecto de grado.

A la Institución Universitaria de Envigado por haber contribuido a mi formación tanto académica como humana y a todo el personal académico que dentro de los cuales puedo mencionar al profesor Luis Alberto Sánchez, quien represento el soporte y guía para el desarrollo de este estudio.

## **NADINE MATEUS CORTES**

Quiero ante todo expresar mis palabras de gratitud ante Dios que como bien mis padres me han enseñado es él quien guía cada día mis pasos, le agradezco la oportunidad de haber llegado a este punto en mi vida en el que culmino mi carrera profesional solo como un inicio a grandes oportunidades que la vida se ha encargado de darme.

A mis padres que sin su apoyo no estaría acá, por estar ahí cuando flagelaba y por motivarme a perseguir mis sueños y alcanzarlos; por su admiración, amor y confianza muchas gracias.

A mi hermano Mateo, quien en su posición de ser el menor ve en mí un ejemplo a seguir lo cual me motiva a ser cada vez mejor y a demostrarle que querer es poder y el que persevera alcanza.

A mi novio Sebastián, quien durante todos estos años estuvo a mi lado, extendiendo su brazo y caminando conmigo a través de toda esta experiencia.

A la Institución Universitaria de Envigado le estoy eternamente agradecida por sumergirme en esta aventura, porque en este lugar conocí personas maravillosas que marcaran mi vida por siempre, de antemano agradezco al Señor profesor Luis Alberto Sánchez que durante el transcurso de este proyecto fue nuestro guía y apoyo.

A Camil y a Lily por ser mi mano derecha, gracias por su apoyo.

## **DEDICATORIAS**

### **LILIANA MARTÍNEZ SALAZAR**

Deseo dedicar este triunfo a:

Mis padres, quienes han sido mi soporte y mis acompañantes durante este largo camino, que como tal ha sido solo para satisfacerlos con mis logros y demostrarles que su hija ha crecido tanto a nivel personal como profesional, además de llenar en su totalidad todas sus expectativas.

Mis hermanitos Juan David y Luisa, porque siempre quiero ser su ejemplo a seguir como hermana mayor, e inculcarles el amor por el estudio y la iniciativa de salir adelante a pesar de las adversidades que se presenten.

Mis compañeros de estudio Nadine y Camilo que con su constante energía hicieron posible que esta meta se hiciera realidad.

### **CAMILO RUIZ JARAMILLO**

A mis padres, por todo su apoyo brindado para poder alcanzar cada uno de mis objetivos y en especial por haberme dado la oportunidad de formarme como profesional

A mi hermana por su apoyo y comprensión.

A mis amigas Nadine y Liliana, con quienes compartí la experiencia de realizar este proyecto y momentos agradables, a José Daniel quien de alguna forma todo este tiempo me dio su apoyo y ánimo para alcanzar mis objetivos.

## **NADINE MATEUS CORTES**

Este trabajo lo dedico en primer lugar a mi familia, a toda mi parentela que está muy orgullosa de que yo culmine este capítulo de mi vida.

A mi novio por creer en mí, por apoyarme y motivarme a superar cualquier adversidad, porque a su lado soy una mejor persona.

También dedico este trabajo de grado a todas las personas con una idea e negocio, que la estudien, la analicen y que se motiven a llevarla a cabo.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Se pensó en realizar un estudio de mercados en el cual se identificarán las oportunidades que la mermelada de mora picante pudiese tener. Durante el desarrollo de este trabajo de grado el lector tendrá un recorrido por varios puntos focales, el primero es un estudio de mercado el cual le dará un panorama de la balanza comercial de Colombia e Inglaterra, el segundo es el estudio legal donde se informa sobre los requisitos para exportar a este país y por último El estudio técnico y financiero que da un panorama sobre lo que es el producto y la viabilidad que tiene la idea como negocio.

## **PALABRAS CLAVES**

Mora, conservas, frutas deshidratadas, exportación de frutas, estudio de mercados, picantes y mermeladas

## **ABSTRACT**

It was thought to conduct a market survey in which identifies the opportunities that spicy blackberry jam may have. During the development of this paper grade readers will have a tour of several focal points, the first is a market survey which will give an overview of the trade balance of Colombia and England, the second one is the law firm, has reported on the requirements for export to England and the last one is the technical and financial study gives an overview of what the product and the feasibility of the idea as a business

## **KEY WORDS**

Strawberry, preserves, dried fruits, fruit exports, market research, spicy and jams

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	17
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2 PREGUNTAS ORIENTADORAS DEL PROCESO INVESTIGATIVO	17
1.2.1 Pregunta general	17
1.2.2 Preguntas específicas	18
2. JUSTIFICACIÓN	19
3. OBJETIVOS	21
3.1 OBJETIVO GENERAL	21
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
4. MARCO REFERENCIAL	22
4.1 HISTORIA DE LAS MERMELADAS	22
4.2 CONSUMO DE LAS MERMELADAS	25
4.3 BENEFICIOS DE LOS ALIMENTOS PICANTES	28
4.4 NORMAS DE CALIDAD E HIGIENE EN LA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS	31
4.5 ESTUDIO DEL MERCADO	38
4.5.1 Diagnóstico situacional	38
4.5.1.1 Mercado mundial de mermeladas	38
4.5.2 Inglaterra como mercado de mermeladas	43
4.5.2.1 Geografía	43
4.5.2.2 Demografía y sociedad	44
4.5.2.3 Economía	45
4.5.2.4 Relaciones comerciales entre Colombia e Inglaterra	51
4.5.3 Exportaciones colombianas de frutas, mermeladas y conservas	54

4.5.3.1	Relación bilateral Colombia-Inglaterra en frutas y hortalizas	56
4.5.4	Análisis de la demanda y la oferta de mermeladas	57
4.5.4.1	Análisis de la demanda de mermeladas en Inglaterra	57
4.5.4.2	Análisis de la oferta de mermeladas	62
4.5.5	Definición y naturaleza del producto	63
4.5.6.	Análisis de precios	64
4.5.6.1	Análisis de costos y margen de utilidad	65
4.5.6.2	Análisis y comparación de los precios en el mercado	65
4.5.6.3	Análisis estadístico	65
4.6	ESTUDIO TÉCNICO	67
4.6.1	Estudio de materias primas e insumos	67
4.6.1.1	Cantidades requeridas de materias primas	67
4.6.1.2	Rendimiento de la materia prima	67
4.6.1.3	Disponibilidad de abastecimiento	68
4.6.2	Tamaño de la unidad total de producción	68
4.6.2.1	Materias primas	69
4.6.2.2	Materiales y equipos	70
4.6.2.3	Maquinaria	71
4.6.3	Costos de producción para las mermeladas picantes	72
4.6.3.1	Costos variables	72
4.6.3.2	Costos y gastos fijos	72
4.6.3.3	Estimación de la depreciación	73
4.6.4	Distribución Física internacional	74
4.6.5	Flujo grama para la exportación de mermeladas	76
4.7	ESTUDIO LEGAL	81
4.7.1	Normas para la producción de mermeladas en Colombia	81
4.7.2	ormas de la unión europea para la comercialización de mermeladas y jaleas	83
4.7.3	Normas de Inglaterra para el ingreso de alimentos	83
4.8	ESTUDIO FINANCIERO	88

4.8.1	Flujo de caja	82
4.8.2	Previsión de ingresos	89
4.8.3	Punto de equilibrio	89
4.8.4	Proyección de ventas	90
4.8.4.1	Ventas e ingresos proyectados	90
4.8.5	Estado de Resultados	91
4.8.6	Indicadores financieros	91
4.8.6.1	Valor Actual Neto	91
4.8.6.2	Tasa Interna de Retorno	92
5.	DISEÑO METODOLÓGICO	93
5.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN	93
5.2	FUENTES DE INFORMACIÓN	93
5.2.1	Fuentes primarias	93
5.2.2	Fuentes secundarias	93
5.3	Análisis y procesamiento de la información	94
6.	IMPACTO ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL	95
7.	ANÁLISIS INTEGRAL DEL PROYECTO	97
8.	CONCLUSIONES	103
9.	RECOMENDACIONES	106
	ANEXOS	108
	Anexo №1 ACCESO AL MERCADO DE REINO UNIDO	108
	Anexo №2 RELACIONES BILATERALES CON COLOMBIA	125
	Anexo N°3 COTIZACION FLETE MEDELLIN - LONDRES	127
	BIBLIOGRAFÍA	130

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Principales Países Exportadores de Mermeladas	39
Tabla 2. Principales Exportadores de Frutas Exóticas	40
Tabla 3. Principales Exportadores de Frutas Procesadas	42
Tabla 4. Importaciones Mundiales de Jaleas y Mermeladas	42
Tabla 5. Estructura por edad de habitantes Inglaterra.	45
Tabla 6. Indicadores Macroeconómicos	47
Tabla 7. Balanza Comercial de Reino Unido	47
Tabla 8. Balanza bilateral Colombo – Británica	51
Tabla 9. Costos variables	72
Tabla 10. Costos y gastos fijos	73
Tabla 11. Estimación de la depreciación.	73
Tabla 12. Distribución Física Internacional (FDI)	73
Tabla 13. Flujo de caja	88
Tabla 14. Proyección de ventas	90
Tabla 15. Ventas e ingresos Proyectados	90
Tabla 16. Estado de Resultados Año 1	91

## LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Balanza Comercial de Reino Unido	48
Gráfico 2. Importaciones del Reino Unido	48
Grafico 3. Exportaciones del Reino Unido	50
Grafica 4. Balanza Comercial Colombo – Británica.	52
Grafica 5. Exportaciones Colombianas hacia Reino Unido	52
Gráfico 6. Flujo grama de exportación de mermeladas picantes de mora y explicación paso a paso	76

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio se orienta fundamentalmente a plantear un plan de negocios particular y diferenciador, en consonancia con las tendencias innovadoras a nivel mundial, donde la premisa de descubrir nuevos nichos de mercado es la idea y guía principal para muchos emprendedores, bajo el supuesto de que si bien es cierto que hoy en día son muchos los bienes y servicios ofrecidos al consumidor, no se puede negar que siempre estará latente la posibilidad de introducir artículos y servicios que impacten mejorando la calidad de vida por encima de lo común.

La sociedad como tal le exige y le requiere a las nuevas compañías de la actualidad, productos frescos, innovadores y con un generoso valor agregado, y es ahí donde se focaliza este plan de mercadeo, máxime cuando se concentra a nivel internacional, factor que potencializa tanto el tamaño como los elementos a considerar, por cuanto no es lo mismo penetrar un mercado conocido, tradicional, que incursionar en otros a que sólo se les conoce por fuentes noticiosas y bibliográficas, las cuales, pese a sus limitaciones, permiten con la ayuda de datos estadísticos, comprender un comportamiento determinado de una población. De esto se desprende la iniciativa de mostrar y exhibir ante un mercado potencial, un producto que además de sus características alimenticias puede ofrecer beneficios de autorrealización.

Colombia es un país que tiene una economía basada en gran parte en la producción agrícola (sector primario) y actualmente, con la imparable ola globalizadora, se encuentra buscando y promoviendo métodos de desarrollo entre el sector primario y el secundario, impulsando el subsector de la agroindustria, lo cuál ha tenido aceptación entre los productores nacionales, con el soporte de

investigaciones entre los empresarios, quienes han reconocido que a nivel internacional esta estrategia puede ser efectiva para penetrar nuevos mercados.

En los últimos años la mayoría de las PYMES que han decidido ampliar su estructura empresarial han enfrentado grandes problemas, ya sea por el temor de expandir sus negocios al exterior o por las malas asesorías en materia de comercio internacional. Estas debilidades han venido generando mucha controversia, ya que como política oficial se ha fomentado la generación de nuevos entes empresariales que impacten a la sociedad tanto a nivel económico como social, brindando oportunidades de empleo, de sostenimiento y demás beneficios que sus actividades aportarían. En tal sentido, uno de los tópicos a destacar secundariamente en este estudio es la divulgación y concienciación de que existen entidades que a nivel de asesorías en materia de comercio exterior se encuentran totalmente contextualizadas y sirven en un ciento por ciento para determinar márgenes y estadísticas relacionadas con otras naciones y los nichos de mercado que estas contengan.

Según estudios y antecedentes históricos, en Inglaterra es significativa la inmersión de diversas culturas, lo que ha originado una mezcla de diversos gustos, factor primordial a la hora de introducir un artículo o servicio, como en nuestro caso las mermeladas picantes de mora, productos que en cierta medida son de escaso conocimiento en dicha región, en contraste con las mermeladas de sabores tradicionales, que gozan de una elevada popularidad en dicho país. Valga agregar que el consumo de ingredientes picantes en los últimos lustros ha incrementado su participación en la canasta familiar de los ingleses, lo que con Gráfico condiciones propicias para implementar un plan de mercadeo dirigido a exportarlos formalmente desde Colombia.

Muchas son las personas y empresas que se han destacado por desarrollar un producto totalmente innato y desconocido en el mercado, pero de este conjunto de

individuos existen sectores que aprovechan óptimamente lo existente y lo mejoran con el objetivo esencial de satisfacer y captar en su máxima determinación la atención de los clientes potenciales que algunos mercados han descartado por alguna razón. Es fácil detallar este supuesto, aún cuando son muchas las variables (niveles de consumo, gustos, ingreso Per cápita, etc.) que se deben tener en cuenta a la hora de desarrollar el lanzamiento de un producto de esta naturaleza y más en un territorio totalmente foráneo. En concordancia, el presente estudio se enfoca a eso, a analizar las posibilidades de introducir en el exigente mercado inglés un producto exótico como las mermelas picantes, ideado con un alto componente de diferenciación y valor agregado.

## **1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Con base en la identificación de hábitos de consumo saludable y búsqueda de nuevos sabores, se determinará si el mercado Inglés representa una buena plaza para dar apertura a las exportaciones de mermeladas picantes de mora, debido a la influencia de la mezcla de varias culturas que viven hoy en día en Inglaterra específicamente Londres, ciudad que se ha identificado como un polo donde habitan personas de diferentes partes del mundo, razón que ha impactado y modificado la cultura inglesa, tornándola más abierta a experimentar nuevas experiencias.

Este estudio se basa en el análisis del comportamiento del consumidor, datos estadísticos de consumo, nivel de vida, estado socio-económico, estilo de vida, marco legal, requerimientos fitosanitarios, barreras arancelarias y otros temas de apoyo para el desarrollo el trabajo de grado.

### **1.2 PREGUNTAS ORIENTADORAS DEL PROCESO INVESTIGATIVO**

#### **1.2.1 PREGUNTA GENERAL**

- ¿Es Inglaterra un mercado propicio para iniciar un plan de exportación de mermeladas picantes de mora?

### 1.2.3 PREGUNTAS ESPECÍFICAS

- ¿La normatividad inglesa en materia sanitaria permitiría sin mayores obstáculos en ingreso a su país de un producto exótico como las mermeladas picantes de mora?
- ¿Se garantizaría la vigencia de una buena calidad, normal abastecimiento de materia prima y una mano de obra calificada, considerando que la producción estaría a cargo de terceros?
- ¿Se dispone de los recursos suficientes para financiar la producción interna y la comercialización externa?
- ¿Se cumpliría formalmente con el lleno de los requisitos legales y fitosanitarios para desarrollar el proyecto?
- ¿La empresa estaría preparada para afrontar con éxito un inesperado incremento en los pedidos externos?

## 2. JUSTIFICACIÓN

Con la actual apertura económica que está viviendo a nivel global y la constante búsqueda de nuevos tratados de libre comercio, Colombia se ha venido esforzando por masificar las oportunidades de negocios para los productores y comerciantes nacionales, con grandes beneficios como las desgravaciones que se le aplican a los productos colombianos en el exterior, y también con la implementación de nuevos mecanismos que propenden a incentivar la adquisición de tecnologías que permitan modernizar la estructura industrial del país, promoviendo el avance y desarrollo del sector agrícola en materia de transformación de materias primas.

Como tal la razón de ser de este estudio es vislumbrar todas aquellas tendencias y comportamientos de un mercado determinado con el objetivo primordial de fijar un nicho al cual se direccionaran todos los esfuerzos relacionados con penetración, comercialización y posicionamiento de una marca.

En el mundo de los negocios nada es suficiente y todos los productos son susceptibles de mejorar. El presente proyecto pretende validar tal afirmación, encontrando que las frutas procesadas han tenido una gran acogida en el mercado europeo y por ello se decide dar inicio a un estudio con el cual se desea determinar el nivel de éxito que pueden llegar a tener las mermeladas picantes en el mercado inglés, focalizándolas hacia usos alternos en las diferentes comidas que en ese país se degustan.

El mercado inglés ha sido escogido debido a las diferentes culturas que se han radicado allí, más específicamente en Londres, teniendo como consecuencia la inmersión de diversas costumbres, entre las que se puede mencionar el uso de

picantes y condimentos, aspecto que resulta útil a la hora de incursionar en dicho mercado con un producto como las mermeladas picantes, que cumplen con todas estas características.

Con base a la segmentación de mercadeo, se identifica los potenciales consumidores dispuestos a adquirir el producto, ya sea por su valor nutricional u otro atractivo, considerando que el consumo de mermeladas no tradicionales ha aumentado significativamente y debido a esto es necesario identificar el segmento de demandantes al que se va a llegar con este tipo de producto, teniendo en cuenta factores como los gustos y capacidad adquisitiva, entre otros.

Como resultado de esta sinopsis, se realiza el estudio de mercadeo que pretende generar un mayor conocimiento sobre el consumo de productos agrícolas no tradicionales y brindar una herramienta a los empresarios que desean internacionalizar sus negocios.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar la viabilidad de exportar mermeladas picantes de mora a Inglaterra

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio de mercadeo que identifique los comportamientos de consumo de los habitantes de Inglaterra y las oportunidades que ofrece este mercado.
- Realizar un estudio técnico sobre el manejo y producción de las mermeladas picantes de mora, las cuales serán manufacturadas por terceros.
- Realizar un estudio legal para conocer los requisitos o requerimientos que se necesitan para exportar mermeladas picantes de mora a Inglaterra.
- Realizar una matriz FDI (Distribución Física Internacional) Medellín – Londres que refleje los costos y procedimientos en los cuales se incurre a la hora de exportar, con el fin de calcular los posibles precios de venta de mermelada picante de mora que se fijarían para el mercado inglés.

## **4. MARCO REFERENCIAL**

### **4.1 ANTECEDENTES DE LAS MERMELADAS**

La historia de la mermelada está ligada al descubrimiento y desarrollo de los diferentes tipos de edulcorantes, en primer lugar la miel, luego la caña de azúcar y posteriormente la remolacha.

El final del siglo XIX siempre estará marcado por lo importante que es para el hombre la aparición de los nuevos métodos de conservación de los alimentos. El primer método de conservación que se hizo de manera industrial y que llegó a los rincones más ignotos del mundo fue el de la conserva enlatada y uno de los primeros productos conservados con calor fue precisamente la fruta, como consecuencia de una fuerte crisis de sobreproducción en Gran Bretaña y a raíz de la cual se instalaron grandes factorías para producir conservas de fruta con azúcar, es decir mermelada. Gracias a la mermelada, mayores capas de población podían acceder a la fruta.

La confitura o mermelada se caracteriza por la inclusión de pulpa de fruta o de fruta entera; la confitura de fruta entera es a veces llamada conserva y difiere de la jalea en que esta última solo usa el zumo de la fruta, generalmente muy colado para hacerla lo más cristalina posible.

Existen mermeladas de prácticamente todos los tipos de frutas: ciruela, manzana, fresa, plátano, arándano, mora, cereza, naranja, limón, membrillo, melocotón, albaricoque, y un sinnúmero de frutas más. Aunque la fruta es el componente básico, algunas mermeladas también se pueden elaborar con hortalizas, como el tomate y la zanahoria.

La mermelada hecha de fruta, en la que la pulpa libre de huesos y semillas se cuece con azúcar o miel.

Su preparación más simple se hace con frutas troceadas y trituradas, para después agregarles un peso igual o mayor de azúcar. Antes de cocerlas, las frutas se mantienen 12 horas en maceración con el azúcar a fin de que suelten sus jugos.

Después de la cocción, en la que además del azúcar se pueden añadir ácidos y pectinas, la fruta queda reducida a una especie de puré, que en algunos casos puede contener pequeños trozos visibles de fruta. La cocción finaliza cuando la fruta se torna cristalina y el almíbar conseguido adquiere una consistencia densa. El tiempo de cocción variará según el tipo de fruta, pero la media es de unos 45 minutos.

**Características de una buena mermelada.** Debe presentar un color vivo, olor y sabor frescos. Tiene que haber cuajado adecuadamente. Para ello es conveniente tomar una serie de precauciones, tales como utilizar frutas sanas y en el punto ideal de madurez, limpiarlas bien de pepitas, huesos, etc. La cocción, debe hacerse en los recipientes más apropiados, los mejores son las cazuelas de hierro de fondo grueso, sobre el que se debe aplicar de forma homogénea un foco de calor muy suave.

Es imprescindible remover constantemente la mezcla con una cuchara de madera de mango largo, para evitar que se pegue en el fondo, y mantener la olla destapada durante la cocción. Tan importante como la elaboración es un adecuado proceso de envasado y la conservación del producto en lugares secos, frescos y oscuros.

**Ingredientes básicos para la confección de mermeladas.** La fruta, el azúcar y el agua son los tres componentes básicos para la elaboración de mermeladas. Las especias que se ven en algunas recetas o cualquier otro ingrediente es un añadido para enriquecer el sabor de la preparación. Otro ingrediente que se añade con frecuencia a las mermeladas es la sal común. Con ella se consigue atenuar el sabor amargo que presentan algunos frutos cítricos, como el limón o el pomelo. Para ello se deja la fruta en remojo con agua y sal durante un par de días, antes de ser cocida.

Hay frutas muy acuosas que requerirán menor adición de agua, como ocurre con las fresas y las peras. En la calidad de la conserva intervienen factores como la cantidad de azúcar, la acidez de la fruta elegida, su contenido en pectina y las condiciones de cocción. Gastronómicamente se han fijado un contenido mínimo del 60% de azúcar en la elaboración de mermeladas, confituras y jaleas.

En algunas mermeladas se recomienda la adición de glucosa pastosa con el objeto de eliminar las impurezas del azúcar, las cuales impiden que el almíbar y la fruta adquieran la adecuada apariencia cristalina. Las mermeladas de fabricación casera y sin conservantes artificiales alcanzan un alto grado de conservación si las proporciones de fruta y azúcar son las adecuadas. Durante la cocción es preciso retirar esas impurezas, que ascienden hasta la superficie en forma de espuma. Las mermeladas con bajo contenido en azúcar conviene esterilizarlas al baño maría.

En las frutas menos ácidas, como las peras, los higos, los melocotones y variedades de fresas, se compensa la falta de acidez añadiendo a la preparación zumo de limón durante la cocción. Este es un potente antioxidante que también evita que las frutas que se oxidan en contacto con el aire se oscurezcan; como sucede con las manzanas, los plátanos (cambures en Venezuela) y las peras,

evitando que el almíbar pierda su cualidad cristalina y tenga una apariencia endurecida y escarchada (azucarada)<sup>1</sup>.

## **4.2 CONSUMO DE MERMELADAS**

La mermelada es el ingrediente más goloso de todo buen desayuno. Este alimento nutritivo y natural se encuentra en el mercado en diferentes variedades, adecuadas para todo tipo de dietas. Incluir la mermelada en el desayuno aporta además unas buenas dosis de energía para comenzar cada jornada.

El otoño es la estación de las conservas de fruta, las compotas, las jaleas y las confituras. Muchas abuelas aún dedican estos meses para preparar artesanalmente las mermeladas que consumirán a lo largo del invierno.

Estos alimentos ricos en nutrientes provenientes de la fruta, en azúcar, fibra, minerales y antioxidantes, no contienen prácticamente grasas, salvo las que aparecen en pequeñas trazas en las frutas, por tanto, su aporte energético proviene del azúcar, combustible ideal para deportistas.

Por esta razón, la mermelada suele utilizarse en los desayunos y siempre asociada a tostadas o rebanadas de pan. Y es que aporta la vitalidad suficiente para comenzar el día con energía y afrontar así las actividades diarias.

El resto de los nutrientes que contiene provienen de la fruta: fructosa, ácidos diversos, vitaminas, minerales, aminoácidos, etc. Además, los colorantes naturales que poseen estos productos tienen un efecto antioxidante beneficioso para la salud.

---

<sup>1</sup> JIMÉNEZ MORA, Gustavo. La cocina de las conservas saladas y dulces. Obtenido en internet el 08 de enero de 2011. Hora: 9.47 PM.  
[www.mailxmail.com](http://www.mailxmail.com)

**Desde los romanos.** Conservar la fruta con algún tipo de edulcorante natural es una práctica que viene realizándose desde la época de los romanos, cuando a la fruta le añadían su peso en miel y la hervían para hacerla más consistente. Con la llegada de los árabes y la introducción en nuestro país de la caña de azúcar y el algarrobo, comenzó a hacerse la mermelada prácticamente como la conocemos hoy en día.

Los árabes añadían a la fruta su mismo peso en azúcar y una pizca de harina de algarrobo y la mantenían en el fuego hasta que obtenían la densidad deseada. En la Edad Media se convirtió en un manjar de reyes y viajó con ellos allá donde fueron, extendiendo por toda Europa este producto español.

El rey Carlos V, por ejemplo, lo introdujo en Alemania y Países Bajos. Con el paso de los años, estos países adaptaron a sus costumbres la receta y el nombre.

El origen de su nombre, sin embargo, sigue siendo dudoso. Algunos aseguran que procede de las palabras miel y manzana mientras que otros piensan que viene de la palabra portuguesa marmelo, que significa membrillo.

Por su parte, los franceses la denominaron confitura -del verbo confitar-, y los ingleses, desde la época de Isabel I, pasaron a llamarla marmalade.

**Como la fruta fresca.** Actualmente, la fabricación artesanal que realizaban nuestras abuelas, con una cocción en un viejo puchero de la fruta y el azúcar a partes iguales, se ha sustituido por un proceso de evaporización lo más corto posible, a bajas temperaturas, que ayuda a mantener todas las características de la fruta fresca.

Este dulce placer para disfrutar en desayunos y meriendas y utilizar en numerosas recetas de repostería, se encuentra en el mercado en diferentes variedades. La ley distingue entre mermeladas extra y mermeladas (Real Decreto 670/1990 del

25 de mayo). Las primeras presentan un porcentaje de fruta entera cocida por cada 1000 gramos de producto acabado no inferior a 500 gramos; y las segundas un porcentaje no inferior a 300 gramos.

Por tanto, la cantidad de fruta y de azúcar que contienen determina la distinción entre las mermeladas tradicionales, bien extras o normales, y las bajas en calorías, para aquellos consumidores que aprecien su valor nutricional pero necesiten un menor contenido energético.

En nuestro país, se distingue además entre mermeladas y confituras. Algo que no ocurre en el resto de la UE, donde normalmente se consumen confituras, que son productos más azucarados, con textura de gel, más densa y espesa que la mermelada.

El consumo de mermelada está directamente ligado al desayuno. Cada vez más se distingue entre desayunos rápidos entre semana y de fin de semana, más relajados en los se busca un desayuno más completo y caprichoso. La repostería y las meriendas son otros de los usos habituales de la mermelada, especialmente la de sabores tradicionales como la fresa, el melocotón o la ciruela.

En el mercado se multiplican las mermeladas de otro tipo de sabores: zarzamora, frutas del bosque, frambuesa, mora, etc., más asociados a momentos de antojo. En cualquier caso, su consumo va siempre asociado a las tostadas de pan, bien de barra o de molde, y también al consumo de mantequillas o margarinas vegetales, normalmente lights o que ayudan a regular los niveles de colesterol.

El mercado de mermeladas y confituras mueve en España cifras que alcanzan los 81 millones de euros. Se calcula que sólo los hogares consumen alrededor de 26.700 toneladas al año<sup>2</sup>.

### 4.3 BENEFICIOS DE LOS ALIMENTOS PICANTES

La comida picante es disfrutada en todo el mundo debido a las especias añaden una cantidad increíble de sabor a los alimentos. Culturas de todo el mundo tienen platos que evocan y estimulan su paladar con las especias y añaden el calor y sabor a los ingredientes más cotidianos. Pero si te gusta la comida picante, como chiles, salsas curry y caliente, hay mucho más que esperar.

Recientes investigaciones muestran que la adición de un poco de especia a su comida puede proporcionar más beneficios para la salud de lo que siempre pensó. ¡Sí! Lo han oído bien!, además de hacer que sus papilas gustativas salten, los alimentos picantes también pueden ofrecer muchos beneficios de salud. Estos incluyen:

**Ayuda a bajar de peso:** Los pimientos picantes contienen capsaicina que puede acelerar el metabolismo y ayudan al cuerpo a quemar calorías más rápido. Esto se debe a que la capsaicina aumenta su temperatura corporal y contribuye a un aumento en su frecuencia cardíaca. Por otra parte, los estudios han demostrado que las personas que comen alimentos picantes comen porciones más pequeñas que pueden reducir su consumo de calorías.

**Bueno para el corazón:** pimientos picantes puede ayudar a mejorar la salud del corazón mediante la mejora de la capacidad del cuerpo para disolver los coágulos de sangre. La investigación ha demostrado que el colesterol de baja densidad

---

<sup>2</sup> SHARON, Irma. Dosis de energía. Obtenido en internet el 15 de abril de 2008. Hoar: 10.30 pm. [www.ideasana.fundacioneroski.es](http://www.ideasana.fundacioneroski.es)

(LDL o el colesterol malo) resistió la oxidación por un período de tiempo más largo (que puede obstruir las arterias), cuando se añadió chile a la dieta, se redujo el riesgo de accidente cerebrovascular corazón. La capsaicina en los chiles también combate la inflamación, que ha sido identificado como un factor de riesgo para enfermedades del corazón. Además las estadísticas muestran que las culturas que comen alimentos condimentados con frecuencia tienen un índice mucho menor de ataque cardíaco y accidente cerebrovascular.

**Mejoramiento de la circulación:** Los alimentos picantes también promueven una buena circulación, y parecen disminuir la presión arterial. Cuando usted come alimentos picantes, la temperatura de su cuerpo se eleva, por lo que aumenta el flujo sanguíneo y llega a su bombeo del corazón. Los pimientos ayudan a reforzar las paredes de los vasos sanguíneos, ya que son ricos en vitamina A y C.

**Lucha contra el cáncer:** Muchos estudios han demostrado que el consumo regular de chiles y curry disminuyen el riesgo de cáncer. La capsaicina reduce el crecimiento de células cancerosas y, en algunos casos, incluso hace que las células cancerosas no perjudiquen a las células circundantes. En los países donde las dietas son tradicionalmente ricas en capsaicina como la India y México, las personas tienden a tener índices más bajos de algunos tipos de cáncer.

**Digestión:** Las especias también ayudan a mejorar su digestión, ya que aumentan la secreción de clorhídrico del estómago. A su vez, aumentará el flujo de sangre al estómago e incluso aumentar la membrana mucosa

La capsaicina también ayuda a matar bacterias como H. pylori y ayudar a prevenir o curar las úlceras de estómago. Sin embargo, si recibe la acidez de los alimentos condimentados, trate de tomar un comprimido de alivio de antiácido que neutraliza los ácidos en el estómago.

**Artritis:** Cúrcuma (haldi) reduce la inflamación de las articulaciones y la destrucción ósea en las personas. Circumin presentes en la cúrcuma ayuda a aliviar el dolor asociado con la artritis.

**Resfriado y la gripe:** Capasicin promueve la sudoración y facilita la incomodidad de los síntomas de gripe y el frío. También ayuda a abrir los conductos nasales. También puede reducir la sinusitis, y otros síntomas de la gripe.

**Mejora el patrón del sueño:** Los investigadores australianos han encontrado que las personas que regularmente consumen las comidas picantes se quedan dormidas con más facilidad. También despiertan más fácil y tienen más energía durante todo el día.

**Elevador del estado de ánimo:** Los pimentones elevan el nivel de endorfinas y serotonina que embota el dolor y nos dan una sensación de bienestar. Puede actuar como un combatiente de la depresión y aliviar el estrés de gran alcance.

**Mejora la respiración:** Pimientos picantes actúan como expectorante, y pueden ayudar a las personas con asma, bronquitis crónica, enfisema, sinusitis y otras afecciones respiratorias a respirar mejor. Los pimientos picantes pueden ayudarle a respirar mejor abriendo los conductos nasales tapados.

Sin embargo, es importante tomar alimentos picantes moderadamente especialmente si usted tiene el estómago sensible o simplemente tienen una baja tolerancia para ellos. Aprenda a tener su comida picante y caliente y a disfrutar de los beneficios para la salud asombrosa de alimentos picantes<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> 10 Health Benefits of eating spicy foods. Obtenido en internet el 16 de enero de 2011.  
Hora: 7.45 PM.  
[www.lifermojo.com](http://www.lifermojo.com)

#### **4.4 NORMAS DE CALIDAD E HIGIENE EN LA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS**

Los manipuladores de alimentos son todas aquellas personas que, por su actividad laboral, tienen contacto directo con los alimentos durante su preparación, fabricación, transformación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, venta, suministro y servicio.

La adecuada manipulación de los alimentos, desde que se producen hasta que se consumen, incide directamente sobre la salud de la población.

Está demostrada la relación existente entre una inadecuada manipulación de los alimentos y la producción de enfermedades transmitidas a través de éstos. Las medidas más eficaces en la prevención de estas enfermedades son las higiénicas, ya que en la mayoría de los casos es el manipulador el que interviene como vehículo de transmisión, por actuaciones incorrectas, en la contaminación de los alimentos.

El manipulador de alimentos necesita conocer el proceso de preparación y conservación de alimentos y respetar las exigencias culinarias, sanitarias y nutritivas que permiten que el alimento llegue al consumidor las mejores condiciones de calidad. Por esta razón y tratando de mejorar el nivel de los profesionales de este sector se exponen a continuación algunas ideas básicas.

El origen, la transformación, el almacenamiento, el consumo, son los eslabones de esta cadena, en las cuales se encuentran uno o más manipuladores. La mano del hombre interviene y el manipulador responsable procura que cuando un alimento llega a sus manos o sale, lo haga en perfectas condiciones higiénicas.

Las personas que manipulan alimentos, juegan un papel importante con sus actitudes para prevenir la contaminación, ya que esta es causada principalmente por la falta de higiene en la manipulación.

Existen dos clases de manipuladores, los de alto y bajo riesgo.

**Los manipuladores de alto riesgo son** aquéllos que mantienen contacto directo con los alimentos que no sufren un tratamiento posterior, antes de llegar al consumidor, también son aquéllas personas que intervienen en la elaboración de alimentos.

**Los de bajo riesgo,** mantienen contacto con el alimento que sufrirá un proceso de elaboración posterior antes de llegar al consumidor.

Ejemplos de manipulador de alimentos de alto riesgo son: los carniceros, panaderos, camareros, etc.

Los manipuladores representan un riesgo potencial de transmisión de gérmenes causantes de enfermedades en los consumidores. Ser manipulador de alto riesgo no supone riesgo de enfermar, supone ser más responsable. La salud de los consumidores se encuentra en las manos de los manipuladores.

Cuando se trabaja manipulando productos frescos debe ponerse un cuidado especial, ya que un adecuado manejo, conservación y almacenamiento de los alimentos, previene accidentes y enfermedades, tanto para los propios trabajadores como para los clientes.

Es obligatorio que cualquier persona que por su actividad laboral esté en contacto con los productos alimenticios (manipulación, reposición, recepción...), disponga del carné de manipulador de alimentos.

**El manipulador de alimentos debe:**

- Mantener una escrupulosa higiene personal, manos bien limpias y uñas cepilladas.
- No fumar cuando se manipulan estos productos.
- No estornudar o toser sobre los alimentos.
- En caso de tener heridas o cortes en las manos, emplear protección adecuada (guantes de goma).
- Usar ropa siempre impecablemente limpia y un gorro para mantener el pelo recogido.

**La higiene en la manipulación de alimentos.** Para la mayoría de las personas, la palabra "higiene" significa «limpieza». Si algo parece limpio entonces piensan que debe ser también higiénico. Como empleado en la industria de la manipulación de alimentos, usted ha de hacer cuanto esté en sus manos para que los alimentos que maneja sean totalmente higiénicos y aptos para ser consumidos sin causar intoxicación alimentaria.

**La verdadera definición de higiene alimentaria es:** Si se quieren conseguir alimentos realmente higiénicos, todo el personal involucrado en su producción y comercialización ha de guardar unas buenas prácticas higiénicas.

Los hábitos higiénicos tienen por objeto evitar la contaminación y transmisión de gérmenes patógenos a los alimentos, basándose en:

Los hábitos de higiene personal y las acciones aplicadas al trabajo.

**Los hábitos de higiene personal comportan:**

- Baño o ducha antes de la jornada laboral.
- Limpieza e higiene de los cabellos.
- Cepillado de dientes como mínimo una vez después de las comidas.
- Uso de gorro en las zonas de manipulación o elaboración de alimentos.

- Cambio de ropa de trabajo.
- Ropa de trabajo exclusiva y limpia para el desarrollo del mismo.
- Uñas recortadas, limpias de esmalte y sin adornos.

**Lavado de manos siempre que:**

- Utilicemos el retrete o urinario.
- Manipulemos cajas o embalajes.
- Después de manipular carne cruda, pollos, pescado, etc.
- Manipulemos basuras, toquemos dinero.
- Antes o después de entrar en las zonas de manipulación de alimentos.

**Existen una serie de hábitos no higiénicos que el manipulador debe de evitar:**

- Tocar lo menos posible los alimentos utilizando en la manipulación pinzas cubiertos, etc.
- Tocarse cualquier parte del cuerpo.
- Secarse el sudor, meterse los dedos en la nariz o boca, siempre que se haga deberá lavarse las manos.
- Toser, hablar, estornudar por encima de los alimentos, fumar o mascar chicle.
- Probar la comida con los dedos o introducir cucharas sucias a esos efectos.

**La responsabilidad del manipulador de alimentos en relación con la higiene comprende:**

- Preocuparse por su estado de salud (portador enfermo)
- Conocer y aplicar los hábitos higiénicos.
- Colaborar con el mantenimiento de la limpieza y la higiene.

El manipulador de alimentos deber de ser un ejemplo para todos de limpieza y actitudes higiénicas.

La falta de cuidado tanto en la higiene, cocción y el manejo de los alimentos puede ocasionar enfermedades como diarreas, síndrome urémico hemolítico, hepatitis e intoxicaciones por consumo de alimentos contaminados.

**El equipo y los utensilios.** El equipo está formado por el conjunto de utensilios que se emplean en la manipulación de los alimentos.

**Podemos distinguir cuatro grupos principales:**

- Los que entran en contacto con los alimentos (aparatos de cortar)
- Los utilizados para cocinar o contener alimentos (ollas, hornos, parillas)
- Los empleados para la limpieza (lavaplatos, fregaderos)
- Los de transporte (bandejas y carritos.)

Todo equipo puede contaminarse, el equipo sucio con restos de alimentos es una fuente de contaminación, ya sea entrando en contacto con el alimento o con otro equipo que a su vez, entra en contacto con el mismo.

El equipo es un peligro potencial para la salud de los consumidores, dependiendo de su limpieza y desinfección que no se convierta en un peligro real.

La correcta limpieza del equipo supone una limpieza adecuada antes y después de su uso, con agua limpia entre 40°C/47°C mezclada con detergente si lavamos a mano, a 80°C cuando lo hacemos a máquina.

Los agentes limpiadores deben de ser adecuados, el agua es el principal, los detergentes y la fricción ayudan en la función limpiadora.

Los aclarados se realizan con agua caliente, a 80°C con máquina.

Los equipos deben de ser fabricados con superficies lisas, si es posible en acero inoxidable.

Es importante tener en cuenta que:

- Una desinfección sin una limpieza previa, no es efectiva.
- La limpieza debe de ser realizada con detergentes adecuados, autorizados sanitariamente, y que existen detergentes con acción desinfectante.

**Locales y dependencias.** Las distintas áreas que conforman un local se denominan dependencias. Deben de reunir una serie de requisitos que faciliten su limpieza y desinfección.

Buena ventilación para evitar olores o que se formen gotas de humedad en paredes y techos. Los desperdicios cuando no son tratados correctamente resultan un foco de infección y contaminación, malos olores y el lugar apropiado para roedores, insectos, etc.

El local contará con suficientes recipientes para contener todos los desperdicios en bolsas hasta que sean recogidos por los servicios de limpieza, tendrán tapas y serán de material resistente, no absorbente.

Depositar desperdicios en cajas de cartón es antihigiénico, quedando estos expuestos a la acción de roedores, con peligro de derrama. Los productos de limpieza y desinfección se guardarán en un área reservada para ello de forma exclusiva, nunca en dónde se preparan o manipulan alimentos.

En los locales debe de existir instalaciones adecuadas para el lavado e manos con agua caliente y fría con grifos accionados por pedal, toallas de papel individual, secador de aire, jabón líquido, en baños vestuarios y zonas dónde se preparan y manipulan los alimentos.

En el diseño de la instalación es importante tener en cuenta lo que se conoce como "FLUJO DE TRABAJO" para evitar transportar gérmenes de las zonas sucias a las zonas limpias, es decir, evitar una contaminación cruzada. En este diseño se diferencian las distintas áreas de trabajo. Un ejemplo de flujo puede ser: Recepción, Almacenamiento, Fabricación, Almacenamiento, Expedición.

**Algunos requisitos que deben presentar los locales son:**

- Separación neta entre zonas limpias y zonas sucias.
- Puertas y ventanas de material de fácil limpieza e inalterable.
- Aberturas al exterior protegidas contra entrada de insectos, roedores y pájaros.
- Tomas de agua fría y caliente en número suficiente.
- Ventilación adecuada y suficiente que aseguren unas condiciones de trabajo saludables y reducir la temperatura y la humedad.
- Desagües adecuados para evitar acumulaciones de aguas y buenas salidas de los vertidos líquidos.
- Iluminación suficiente para crear buenas condiciones de trabajo. Los tubos fluorescentes deben estar cubiertos con protectores para que en caso de rotura no contaminen el alimento.
- Los techos serán lisos, resistentes al fuego, de colores claros con esquinas y bordes curvados y fáciles de limpiar.
- Paredes: lisas, impermeables, de colores claros y adecuados para poder limpiar en profundidad.
- Suelos: antideslizantes, fáciles de limpiar, y con inclinación suficiente para un buen drenaje. El ángulo entre las paredes y suelos debe ser redondeado.
- Esterilizadores para la desinfección de útiles.
- Dispositivos y útiles de trabajo (mesa, bandejas, recipientes, sierras...) de material resistente a la corrosión y fáciles de limpiar y desinfectar.

- Usar los pasillos sólo de paso, no como lugares de almacenamiento provisional.
- Los vestuarios y servicios no deben comunicarse directamente con los lugares de trabajo, y deben estar dotados de medios para el aseo personal (toallas de un solo uso, agua caliente, jabón, cepillos, etc.)<sup>4</sup>.

## **4.5 ESTUDIO DEL MERCADO**

El estudio de mercado se basa en un diagnóstico poblacional el cual se enfoca en el análisis de variables que definen el perfil del consumidor para así identificar las oportunidades del producto en este mercado.

### **4.5.1 Diagnóstico situacional**

Con este elemento se pretende determinar los diferentes rasgos que identifican en general el comportamiento y los fenómenos distintivos de esta región y el comportamiento mundial y local de las mermeladas.

#### **4.5.1.1 Mercado mundial de mermeladas**

##### **▪ Principales países exportadores**

##### Mermeladas

- Francia: ha ocupado en los últimos tres años el primer lugar como exportador de mermeladas a nivel mundial, sus exportaciones representaron en 2007 el 16% de las exportaciones mundiales.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> PEÑA, Triny. La manipulación de los alimentos. Obtenido en internet el 16 de enero de 2011. Hora: 8.55 pm.  
[www.monografias.com/trabajos43/manipulacion-alimentos/manipulacion-alimentos](http://www.monografias.com/trabajos43/manipulacion-alimentos/manipulacion-alimentos)

<sup>5</sup> Proexport Colombia. Informe de frutas exóticas, mermeladas y frutas deshidratadas. Obtenido en internet el 16 de enero de 2011. Hora: 9.15 pm.  
[www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo10050](http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo10050)

- Turquía: es el segundo exportador a nivel mundial de mermeladas a pesar de que sus ventas externas han caído por dos años consecutivos, -19% entre 2005 y 2006 y -5% entre 2006 y 2007. <sup>6</sup>
- Bélgica: tuvo en 2007 el 9% de las exportaciones de mermeladas mundiales, alcanzando US\$ 129 millones. <sup>7</sup>

Tabla 1. Principales Países Exportadores de Mermeladas

País	US\$ MILLONES		
	2005	2006	2007
Francia	181	201	239
Turquía	176	143	137
Bélgica	93	105	129
Alemania	90	99	117
Italia	77	75	106
China	42	58	74
Chile	59	63	56
Dinamarca	58	79	50
Países Bajos	56	48	48
Estados Unidos	34	39	44

Fuente: Trademap– Cálculos PROEXPORT

### Frutas Exóticas

- España: El 13% de las exportaciones mundiales de frutas exóticas provienen de este país, el cual ha presentado una dinámica positiva en sus exportaciones al mundo con un crecimiento del 23% (US\$ 19 millones) entre 2005 y 2006, para un

---

<sup>6</sup> IBIDEM.

<sup>7</sup> IBIDEM.

total exportado en ese último año de US\$ 103 millones y mayores exportaciones en 2007 por US\$ 20 millones (19%) alcanzando US\$ 123 millones. <sup>8</sup>

- Tailandia: Es el origen del 12% de las exportaciones de frutas exóticas del mundo. Sus ventas externas han crecido en los últimos 3 años, en 2006 crecieron 14% (US\$ 13 millones) alcanzando exportaciones por US\$ 102 millones, en 2007 continuaron con su dinamismo, con una variación del 7% (US\$ 7 millones) y exportaciones por US\$ 119 millones. <sup>9</sup>

- Holanda: Su participación en las exportaciones del mundo es del 11%. En el período 2005- 2007 estas han presentado crecimientos del 16% en 2006 y del 11% en 2007, para un total exportado en 2006 de US\$ 81 millones y en 2007 de US\$ 99 millones. <sup>10</sup>

Tabla 2. Principales Exportadores de Frutas Exóticas

País	US\$ MILLONES		
	2005	2006	2007
España	84	103	123
Tailandia	90	102	109
Holanda	70	81	100
Hong Kong	34	43	57
Uzbekistan	32	67	44
Estados Unidos	35	36	38
Francia	49	46	37
Azerbaijan	36	29	37
Colombia	31	31	36
Israel	23	26	35

Fuente: Trademap– Cálculos PROEXPORT

<sup>8</sup> IBIDEM.

<sup>9</sup> IBIDEM.

<sup>10</sup> IBIDEM.

### Frutas en Conserva:

- China: Las ventas externas de este país ha tenido una dinámica positiva en los últimos tres años, con un crecimiento promedio anual del 20%. Gracias a esto ha sido el principal exportador a nivel mundial. <sup>11</sup>
  
- Estados Unidos: Este país ha venido escalando posiciones dentro de los principales exportadores del mundo, en 2005 ocupó el cuarto lugar con exportaciones por US\$ 81 millones, en 2006 gracias a un crecimiento del 44% (US\$ 36 millones) subió al tercer lugar y en 2007 con exportaciones por US\$ 145 millones, logró al segundo lugar. <sup>12</sup>
  
- Tailandia: debido al dinamismo de Estados Unidos, este país fue desplazado al tercer lugar dentro de los exportadores mundiales de frutas en conserva, luego de haber ocupado el segundo lugar<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> IBIDEM

<sup>12</sup> IBIDEM

<sup>13</sup> IBIDEM

Tabla 3. Principales Exportadores de Frutas Procesadas

País	US\$ MILLONES		
	2005	2006	2007
China	138	159	197
Tailandia	107	117	123
Estados Unidos de América	81	117	145
Alemania	83	87	102
Países Bajos (Holanda)	59	66	112
Italia	50	62	81
Canadá	42	50	70
Francia	40	43	64
México	28	31	29
Austria	29	30	33

Fuente: Trademap– Cálculos PROEXPORT

- Principales países importadores

Tabla 4: Importaciones Mundiales de Jaleas y Mermeladas

País	USD 2007 CIF	USD 2008 CIF	USD 2009 CIF	Crecimiento 2008 - 2009	Participación
FRANCIA	120609685.52	169,577,408.39	217,533,741.80	28.28 %	20.05%
ALEMANIA	129371839.45	136,762,421.35	162,170,294.45	18.58 %	14.94%
ESTADOS UNIDOS	126366596	137,330,859.00	142,959,178.00	4.10 %	13.17%
RUSIA			112,040,000.00		10.32%
REINO UNIDO	82630386.81	88,493,920.89	101,241,441.41	14.40 %	9.331%
PAISES BAJOS	44796852.43	53,675,954.49	71,227,538.18	32.70 %	6.565%
BELGICA	50115954.11	64,107,814.02	70,374,521.73	9.78 %	6.486%
ITALIA	52711642.19	67,288,718.70	60,108,283.31	-10.67 %	5.540%
JAPON	43431000	42,814,000.00	34,846,000.00	-18.61 %	3.211%
CANADA		37,807,000.00	32,977,000.00	-12.78 %	3.039%

Fuente: Proexport

El segmento de frutas tropicales y exóticas - en todas las presentaciones, fresco, congelado, seco y procesado -, presenta las mayores oportunidades de exportación al Reino Unido por la disposición del mercado a probar productos nuevos o exóticos y tipo gourmet, especialmente en un segmento de ingresos altos de la población y por la presencia significativa de inmigrantes asiáticos y africanos.

Al ser el foco de estudio el mercado de Reino Unido, específicamente el de Inglaterra, se puede decir que la situación actual de consumo de las mermeladas en este país es tradicional o saborizadas con alcohol ya que el consumo de las

mismas solo se deriva de conservas comunes, pero como la intención es identificar la oportunidad de mermeladas picantes en el mercado inglés y según los antecedentes de estudios realizados y los beneficios que este tipo de alimento brinda se considera que este producto tiene grandes oportunidades por su sabor y sus beneficios de salud relacionados con el consumo de moras y picantes.

Cabe mencionar que las mermeladas en dicha nación son el acompañante perfecto a diversas comidas, situación que brinda una ventaja ya que la mermelada picante no solo va dirigida al consumo directo sino también como ingrediente en la preparación de recetas que exijan cierta cantidad de productos picantes como acompañantes, entre estos se puede mencionar la preparación de cárnicos.

#### **4.5.2 Inglaterra como mercado**

**4.5.2.1 Geografía.** El Reino Unido abarca Gran Bretaña (Inglaterra, Escocia y el País de Gales) e Irlanda del Norte. Otros territorios como las Islas del Canal, Man y las Colonias de la Corona también forman parte "de facto" del Estado Británico.<sup>14</sup>

El clima británico es muy variable y puede pasar muy rápido de un día frío y lluvioso a un día soleado en sólo unas horas. También varía bastante según la altura y las regiones. Los contrastes se deben sobre todo por los vientos oceánicos, que suavizan las temperaturas.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Oficina de Estadísticas Nacionales del Reino Unido. Geografía del Reino Unido. Obtenido en internet el 17 de enero de 2011. Hora: 5.25 pm  
[www.wikipedia.org/wiki/Geografía\\_del\\_Reino\\_Unido](http://www.wikipedia.org/wiki/Geografía_del_Reino_Unido)

<sup>15</sup> IBIDEM

La agricultura es intensiva, altamente mecanizada y muy eficiente según los estándares europeos, produciendo alrededor del 60% de las necesidades alimentarias con menos del 2% de la población activa (1,4%) y produce el 1,2% del PIB. Los mayores rendimientos se obtienen en la llanura sureste<sup>16</sup>

**4.5.2.2 Demografía y sociedad.** El Reino Unido es el tercer país más poblado de la Unión Europea (UE), con una población total estimada a 2007 en 60.975.000 habitantes. Un 83,6% reside en Inglaterra, un 8,6% en Escocia, un 4,9% en Gales y un 2,9% en Irlanda del Norte.<sup>17</sup>

Con más de 51 millones de habitantes según el censo de 2001, Inglaterra es el país constitutivo más poblado del Reino Unido, contabilizando el 84% de la población total. Estas cifras convertirían a Inglaterra en el 25º país más poblado en el mundo, si fuera un estado soberano, así como también en el cuarto país por población de la Unión Europea. A su vez, con una densidad de 395 personas por kilómetro cuadrado sería el segundo estado más densamente poblado de la Unión Europea luego de Malta.<sup>18</sup>

Además de Londres, capital de la nación, con una población de alrededor de 7,5 millones de habitantes, las principales ciudades son: Manchester (2,58 M.hab.), Birmingham (1,01 M.hab.), Leeds (0,73 M.hab.), Glasgow (0,61 M.hab.), Sheffield (0,53 M.hab.), Liverpool (0,46 M.hab.), y Edimburgo (0,45 M.hab.).<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> IBIDEM

<sup>17</sup> IBIDEM

<sup>18</sup> IBIDEM

<sup>19</sup> IBIDEM

Tabla 5: Estructura por edad de habitantes Inglaterra.

edad	Población		%
	Hombres	Mujeres	
0–14	5.349.053	5.095.837	17,2
15–64	20.605.031	20.104.313	67
65+	4.123.464	5.498.540	15,

Fuente:: Oficina de Estadísticas Nacionales del Reino Unido

**4.5.2.3 Economía.** Reino Unido es una de las principales naciones industriales y comerciales del mundo. En términos de su producto interior bruto (PIB), es el quinto en el mundo después de Estados Unidos, Japón, Alemania y China. En 2006 el PIB del Reino Unido fue de 2,37 billones de dólares, lo que equivale a 41.777 dólares Per cápita. Tras la Segunda Guerra Mundial y la pérdida progresiva de las colonias, el país retomó el rumbo como una potente economía.

20

Como en todos los países altamente desarrollados, los principales factores en contra de la economía del Reino Unido lo representan los altos salarios y la fuerte presencia en los sectores de manufacturas e industria pesada de los países emergentes, sobre todo China (Taiwán), India y Corea del Sur. La agricultura representa únicamente el 1% del PIB y está fuertemente mecanizada. En la industria, las principales actividades son la maquinaria, el material de transporte (vehículos, ferrocarriles y aeronáutica) y los productos químicos.<sup>21</sup>

En la minería las tradicionales minas de carbón en forma de hulla situadas en Yorkshire, Gales, Escocia y Lancashire han suministrado a las centrales térmicas

---

<sup>20</sup> IBIDEM

<sup>21</sup> IBIDEM

británicas la energía necesaria para el desarrollo económico. Con el petróleo descubierto en 1970 en el Mar del Norte es el segundo productor europeo tras Noruega. El sector servicios es el que más aporta el PIB del país, destacando entre ellos la Bolsa y los servicios financieros banca y compañías de seguros.<sup>22</sup>

Aunque integrado el país en la UE, el llamado "euroescepticismo" tradicional de los británicos le mantiene fuera de la zona euro, siendo la divisa del país la Libra esterlina. Existía un compromiso del ex-Primer Ministro Tony Blair para celebrar un referéndum que determinase si el Reino Unido se integraba o no en la moneda única. Así Reino Unido muestra una economía estable y que va en aumento, colocándose dentro de las regiones económicas destacadas del mundo.<sup>23</sup>

El suelo se utiliza para algún tipo de agricultura porque es muy eficiente y productivo. Se cultiva trigo, cebada, centeno, remolacha azucarera, oleaginosas y patatas. Se explota la madera de árboles como el roble, haya, fresno, olmo, pino y abeto. La industria pesquera es muy importante para el sur de Inglaterra, Kingston-upon-Hull, Grimsby, Plymouth.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> IBIDEM

<sup>23</sup> IBIDEM

<sup>24</sup> IBIDEM

Tabla 6: Indicadores Macroeconómicos

Datos	2005	2006	2007
Población (Millones de Habitantes)	60	60,5	60,9
Producto Interno Bruto a precios corrientes (US\$ Millones)	2.275.626	2.431.946	2.802.812
Producto Interno Bruto (Cambio % anual) a precios constantes	2,1	2,8	3
PIB – per cápita a precios corrientes (US\$)	37.905	40.140	45.967
Tasa de Inflación (%)	2,1	2,3	2,3
Tasa de Desempleo (%)	4,9	5,4	5,3
Tasa de Cambio (LIBRA/US\$)	0,550	0,544	0,5
Tipo de Cambio Bilateral (BP/ COP)	4216,52	4338,19	4156,68

Fuentes: Oficina de Estadísticas Nacionales de Reino Unido, OANDA.

## ▪ Balanza Comercial

Tabla 7: Balanza Comercial de Reino Unido

COMERCIO EXTERIOR	2005 Millones US\$	2006 Millones US\$	2007 Millones US\$
EXPORTACIONES (FOB)	384.125	445.334	441.439
IMPORTACIONES (CIF)	469.352	529.227	590.165
<b>BALANZA COMERCIAL</b>	<b>(85.226)</b>	<b>(83.893)</b>	<b>(148.727)</b>

Fuente: Eurostat

La balanza comercial de Reino Unido presentó déficit creciente en el período 2005 – 2007 al pasar de US\$ 85.226 millones a US\$ 148.727 millones en 2007 para un crecimiento promedio de dicho déficit equivalente al 37,55%. En el año 2007 el déficit creció en un 77,28% con respecto a 2006<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> Proexport Colombia. Guía para exportar a Reino Unido. Obtenido en internet el 17 de enero de 2011. Hora: 6.53 pm. [www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4047DocumentNo3425.PDF](http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4047DocumentNo3425.PDF)

Gráfico 1. Balanza Comercial de Reino Unido



Fuente: Eurostat

#### ▪ Importaciones

Las importaciones de Reino Unido han presentado tendencia al crecimiento durante los últimos tres años al pasar de US\$ 469.352 millones en 2005 a US\$ 590.165 millones en 2007, para un incremento promedio anual de 12,10%. Para el año 2007 las importaciones registraron un incremento de 11,51% con respecto al año 2006<sup>26</sup>.

Gráfico 2. Importaciones del Reino Unido



Fuente: Eurostat

<sup>26</sup> IBIDEM

Entre los principales productos importados por el Reino Unido en 2007 encontramos: los demás aceites crudos de petróleo con 3,95% sobre el total importado; los demás vehículos con cilindrada mayor a 1500 pero menor 3000 cm<sup>3</sup> con participación del 3,25%; los demás vehículos de cilindrada superior a 1500 cm<sup>3</sup> pero, inferior a 2500 cm<sup>3</sup> con 1,79<sup>27</sup>.

Los principales socios de importación del Reino Unido en el 2007 y su participación en las importaciones totales fueron: Alemania con 14,44%, Países Bajos 7,64%, China con 7,63%, Estados Unidos con el 7,26%, Francia 7,15%, Bélgica con 4,91%, Noruega con 4,86%, Italia 4,29 %, Irlanda 3,78%, y España 3,40 %. Los socios Europeos concentran el 58,11% entre los principales diez socios y el total de los 10 representan el 63,37% del total importado. Colombia participa con el 0,12%.<sup>28</sup>.

▪ **Exportaciones.** Aunque el comportamiento de las exportaciones en el Reino Unido ha sido irregular, la tendencia en los últimos tres años registra una tendencia al crecimiento pasando de US\$ 384.125 millones en 2005 a US\$ 441.439 millones en el 2007 representando un incremento del 6,91% promedio anual. En 2007 se registró un leve decrecimiento del 0,87% con respecto a las exportaciones totales del 2006. <sup>29</sup>.

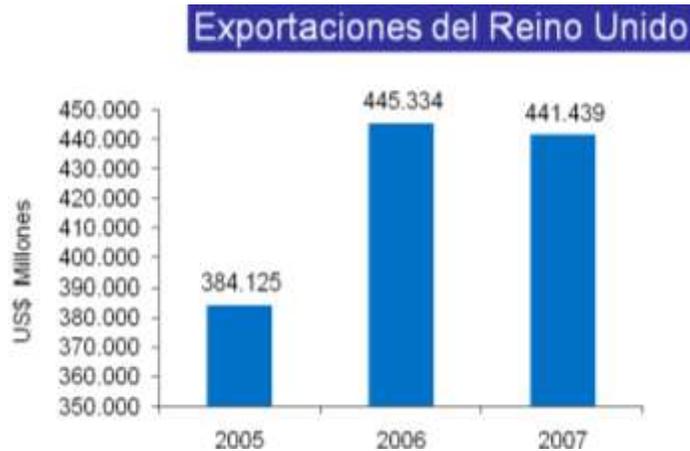
---

<sup>27</sup> IBIDEM

<sup>28</sup> IBIDEM

<sup>29</sup> IBIDEM

Grafico 3: Exportaciones del Reino Unido



Fuente: Eurostat

Entre los principales productos exportados por Reino Unido en 2007 encontramos: aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso con una participación de 5,70% sobre el total; medicamentos para uso profiláctico o terapéutico en un 2,64%; los demás coches de turismo y demás vehículos de cilindrada superior a 1500 cc pero inferior a 3000 cc en un 2,30<sup>30</sup>.

Entre los socios de exportación de Reino Unido en 2007 se destaca la mayor presencia de los socios comunitarios. Los 10 principales destinos de las exportaciones para este periodo fueron: Estados Unidos con un 14,12% del total exportado seguido por Alemania con 11,10%; Francia con 8,13<sup>31</sup>..

Los diez principales socios recibieron el 66% de las exportaciones del Reino Unido en el 2007. Colombia participa con el 0,06%.<sup>32</sup>.

---

<sup>30</sup> IBIDEM

<sup>31</sup> IBIDEM

<sup>32</sup> IBIDEM

#### 4.5.2.4 Relaciones comerciales entre Colombia e Inglaterra

- **Balanza bilateral**

Tabla 8: Balanza bilateral Colombo Británica

Intercambio Bilateral	Millones de US\$ 2005	Millones de US\$ 2006	Millones de US\$ 2007
<b>EXPORTACIONES (FOB)</b>	320	395	410
1. Exportaciones Tradicionales (FOB)	152	255	238
2. Exportaciones No Tradicionales (FOB)	168	140	171
<b>IMPORTACIONES (CIF)</b>	190	234	269
<b>BALANZA COMERCIAL</b>	130	161	141

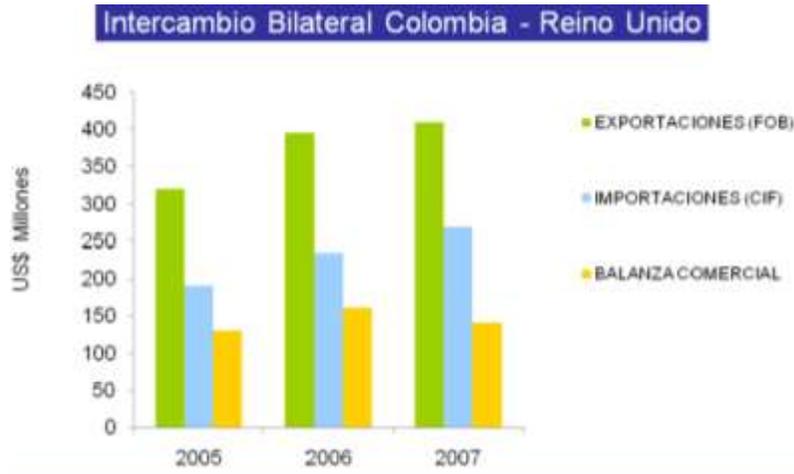
Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (DANE).

La balanza bilateral de Colombia con Reino Unido, ha registrado superávit entre 2005-2007; el saldo de la balanza pasó de US\$ 130 millones en 2005 a US\$ 141 millones en el último año para un crecimiento promedio anual del 3,77%.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Ibid., p. 25. (JIMENEZ MORA, Gustavo)

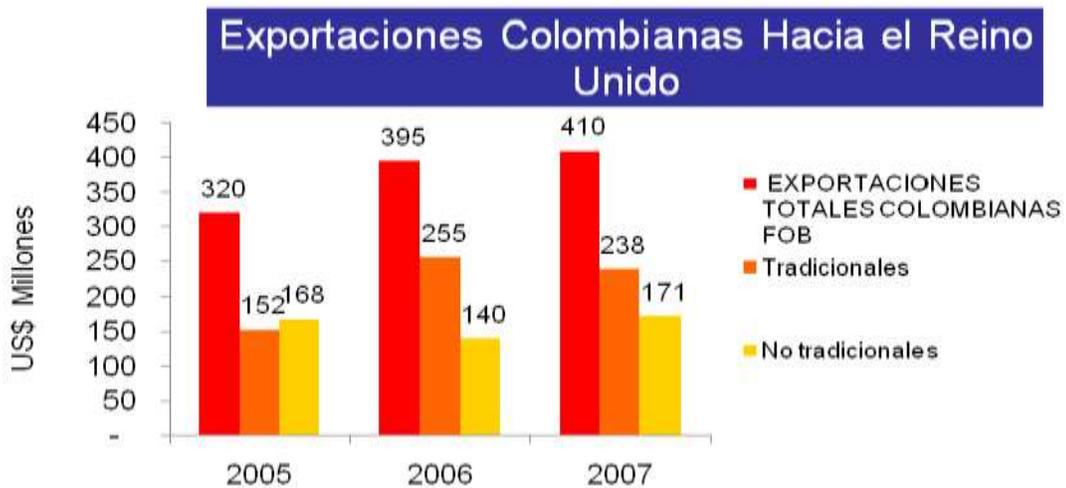
Grafica 4: Balanza Comercial Colombo – Británica.



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (DANE).

- **Exportaciones colombianas hacia el Reino Unido**

Grafica 5: Exportaciones Colombianas hacia Reino Unido



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. (DANE)

Las exportaciones colombianas totales hacia Reino Unido han registrado crecimiento durante los últimos tres años al pasar de US\$ 320 millones en 2005 a US\$ 410 millones en el último año, para un crecimiento promedio anual del

12,55%. Para el año 2007, las ventas de productos colombianos a Reino Unido, presentaron un aumento del 3,73% frente al año anterior. <sup>34</sup>.

Las exportaciones de productos tradicionales representaron el 58,17% de las exportaciones totales en el 2007 y aumentaron durante el período analizado en un 21,13% promedio anual, mientras en 2007 se registro un decrecimiento del 6,70% con respecto al año anterior. <sup>35</sup>.

Las exportaciones de productos no tradicionales representaron el 41,83% del total exportado y han presentado un crecimiento del 1,18% promedio anual en los últimos tres años. En el año 2007 se registró un crecimiento del 22,83% frente al año anterior. <sup>36</sup>.

Entre los principales productos no tradicionales exportados hacia Reino Unido en 2007 encontramos: aceite de palma en bruto con una participación de 13,33%; los demás claveles frescos con el 4,33%; bananos o plátanos frescos con 3,27%; claveles miniatura frescos con el 3,08% y los demás minerales de los metales preciosos y sus concentrados con el 2,33%, entre otros. Los diez principales productos representaron el 32,43% del total exportado y el 77,52% de los no tradicionales. <sup>37</sup>.

De acuerdo a las graficas, hablando específicamente de mermeladas de moras picantes y tomando este producto como un bien no tradicional, se puede identificar una vez más las oportunidades que este producto puede tener en Inglaterra de acuerdo a los hábitos de consumo y las nuevas tendencias que vienen marcando

---

<sup>34</sup> Proexport Colombia. Guía para exportar a Reino Unido.  
Obtenido en internet el 17 de enero de 2011. Hora: 6.53 pm.  
[www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4047DocumentNo3425.PDF](http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4047DocumentNo3425.PDF)

<sup>35</sup> IBIDEM

<sup>36</sup> IBIDEM

<sup>37</sup> IBIDEM

las compras de los ingleses, situación que será analizada más adelante en el perfil del consumidor.<sup>38</sup>.

#### **4.5.3 Exportaciones colombianas de frutas, mermeladas y conservas**

**Frutas exóticas.** Colombia fue el noveno proveedor de frutas exóticas del mundo. Sus exportaciones han presentado en los últimos tres años un crecimiento promedio anual del 9%, pasando de un valor exportado en 2005 por US\$ 31 millones a US\$ 36 millones en 2007.<sup>39</sup>.

De las exportaciones mencionadas anteriormente, en 2007 el 77% correspondieron a: uchuva (US\$ 25,6 millones), tomate de árbol (US\$ 1,4 millones) y granadilla (US\$ 705 mil).<sup>40</sup>.

Los principales destinos de las exportaciones de estos productos son:

- Países Bajos con una participación del 33% y un valor de US\$ 10,7 millones en 2007.
- Alemania, participación del 26% y ventas en 2007 por US\$ 6,6 millones.
- Bélgica, exportaciones en 2007 por US\$ 5 millones y una participación del 20%.<sup>41</sup>.

En los meses de Enero a Agosto de 2008 se sigue presentando la tendencia creciente de los años anteriores, con mayores exportaciones frente al mismo período de 2007 por US\$ 6,4 millones, es decir 29%, para un total exportado de US\$ 28,8 millones. De este valor, el 81% (US\$ 23,4 millones) son: uchuva (US\$

---

<sup>38</sup> IBIDEM

<sup>39</sup> IBIDEM

<sup>40</sup> IBIDEM

<sup>41</sup> IBIDEM

19,6 millones), granadilla (US\$ 2,5 millones) y tomate de árbol (US\$ 1,3 millones)<sup>42</sup>.

**Mermeladas.** Las exportaciones de mermeladas crecieron 73% (US\$ 812 mil) entre 2005 y 2006 para un total exportado en ese último año de US\$ 1,9 millones, en 2007 se conservaron en el mismo valor.<sup>43</sup>.

Los principales compradores en 2007 fueron:

- Ecuador: destino del 31% de las exportaciones de mermelada equivalente a US\$ 611 mil en 2007.
- Venezuela: en 2007 se exportaron US\$ 497 mil a este país, lo que representó el 25% del total exportado
- Estados Unidos: fue el comprador del 21% de las exportaciones de mermelada, es decir US\$ 415 mil.<sup>44</sup>.

En lo corrido de 2008, Enero Agosto, las exportaciones de mermelada retomaron la tendencia creciente que traían en 2006, presentando mayores exportaciones frente a los mismo meses de 2007 por US\$ 192 mil (17%).<sup>45</sup>.

**Frutas en conserva.** Las ventas externas de frutas en conserva colombianas cayeron entre 2005 y 2006 7%(US\$ 1 millón) llegando a US\$ 14,4 millones, en 2007 este descenso se revirtió, teniendo un crecimiento de US\$ 4,2 millones, para un total de US\$ 18,6 millones.

---

<sup>42</sup> Proexport Colombia. Informe frutas exóticas, mermeladas y frutas deshidratadas. Op. Cit., p. 21.

<sup>43</sup> Proexport Colombia. Guía para exportar a Reino Unido. Obtenido en internet el 17 de enero de 2011. Hora: 6.53 pm. [www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4047DocumentNo3425.PDF](http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo4047DocumentNo3425.PDF)

<sup>44</sup> IBIDEM

<sup>45</sup> IBIDEM

Dentro de esta clasificación se encuentran las frutas deshidratadas las cuales representaron el 76% de las exportaciones de este grupo en 2007.<sup>46</sup>

Principales destinos 2007:

- Estados Unidos: es el destino del 51% de las exportaciones de frutas deshidratadas siendo el valor negociado en 2007 US\$ 9,6 millones.
- España: segundo comprador de frutas deshidratadas colombianas, el valor exportado a este país en 2007 fue US\$ 1,9 millones, esto es el 10% de las ventas externas colombianas.
- México: con compras a Colombia por US\$ 1,7 millones y una participación del 9% es el tercer destino de las exportaciones de frutas deshidratadas.

En el período Enero Agosto de 2008, las exportaciones de frutas en conservas han seguido creciendo, siendo su variación frente a 2007, 5% (US\$ 737 mil), para un total exportado de US\$ 13,4 millones. Contrario al crecimiento de su categoría, las frutas deshidratadas decrecieron, 9% (US\$ 853 mil), para un total en ventas externas de US\$ 8,6 millones.<sup>47</sup>

**4.5.3.1 Relación bilateral Inglaterra – Colombia de frutas y hortalizas.** El intercambio comercial hortofrutícola en fresco y procesado entre Colombia y el Reino Unido es reducido, siendo uno de los más bajos registrados con los países de la Unión Europea. Una de las principales razones es la utilización de los puertos comerciales más importantes del continente, Holanda, Bélgica-Luxemburgo e incluso Alemania, como punto de ingreso al mercado, lo que dificulta cuantificar el valor y el volumen real de las importaciones procedentes de Colombia. Es decir que este análisis está basado en un intercambio comercial directo.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> IBIDEM

<sup>47</sup> IBIDEM

<sup>48</sup> IBIDEM

En 2004 Colombia exportó frutas y hortalizas a Reino Unido por un valor total de US\$ 102.218, y Reino Unido exportó frutas y hortalizas a Colombia por un valor de US\$ 3.423.756, cifras que reflejan un bajo comercio directo entre estos dos países<sup>49</sup>.

En 2004 las frutas que mas exportó Colombia a Reino Unido son frutas secas y banano fresco, correspondientes a valores de US\$ 56.947 y US\$ 1000 en 2004. <sup>50</sup>.

Si bien Inglaterra no es conocida por importar bienes agrícolas pues su agricultura es tecnificada y es fuerte en este sector, las exportaciones no tradicionales a este país son mayores a las tradicionales lo cual hace que para las mermeladas picantes exista una mayor acogida.

#### **4.5.4 Análisis de la demanda y oferta de mermeladas**

**4.5.4.1 Análisis de la demanda en Inglaterra.** En la actualidad para poder analizar de manera correcta la demanda de productos picantes en el mercado Ingles, es de suma importancia tener en cuenta las diversas culturas que se encuentran radicadas en Inglaterra, ya que esto de alguna manera poco a poco ha ido modificando los hábitos de consumo en este país, es por esto que se debe determinar como primera medida el mercado objetivo que este mas familiarizado con el consumo de mermeladas y de productos picantes.

El mercado Ingles es un nicho totalmente demandante de frutas y de productos a base de estas. Además, debido a los altos ingresos que sus consumidores captan,

---

<sup>49</sup> Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Manual del Exportador de Frutas, Verduras y Tubérculos en Colombia.  
Obtenido en internet el 17 de enero de 2011. Hora: 8.28 pm.  
[www.cci.org.co/cci/cci\\_x/Sim/Manuales/Mercados internacionales/Reinounido/runido36.htm](http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Mercados_internacionales/Reinounido/runido36.htm)

<sup>50</sup> IBIDEM

tienen la posibilidad de invertir en productos que satisfagan todos sus deseos y necesidades básicas. Según un estudio realizado por la corporación colombiana internacional en su revista de perfil de mercado dirigido a Inglaterra muestra que el 71% de los gastos que se incurren en el hogar se destinan a los alimentos, de este el 21% representa el consumo de frutas y sus derivados, estos porcentajes varían dependiendo de los ingresos de las familias ya que hipotéticamente los núcleos familiares que captan que menos ingresos consumen un 25% menos de fruta que las familias con mayores ingresos.

El mercado ingles es muy atractivo para muchos, debido a las grandes cantidades de consumo de fruta que se han venido presentando en los últimos años, se podría decir que la compra de estos elementos es mucho mayor a la obtención de cárnicos y sus derivados, muchos son los Ingleses que destinan sus ingresos para la compra de productos exóticos claro está que las familias típicas de dicha región conceptualizan sus compras de alimentos según ciertos factores como el bienestar, practicidad, protección de la salud y medio ambiente y novedad, es por esto que el consumidor ingles le concede gran importancia a las frutas frescas, lo que ha dado lugar a un creciente interés por productos orgánicos.

Una de las características del mercado ingles es la inclinación hacia el consumo de la comida en ruta a lo que ellos denominan como alimentos fáciles y prácticos de consumir en el momento de ir al trabajo o a las universidades. El desayuno es la comida que más se reemplaza por productos y bebidas fáciles de consumir, en el que se encuentran las frutas y sus derivados debido a su agradable sabor, practicidad, facilidad de preparar y consumir, haciendo esto que en muchas ocasiones sean estas pautas más importantes que el mismo precio de los productos.

En cuestión de productos picantes según un informe del periódico el tiempo las estadísticas mencionan que en los últimos años el consumo de este producto ha

ido creciendo poco a poco, haciendo que las personas se sientan más atraídas por el picante, debido a su rica sensación, y la posibilidad que le brinda a las comidas en los hogares de ir acompañadas con diferentes condimentos.

- **Perfil del consumidor ingles.** El perfil del consumidor ingles en los últimos años ha ido cambiando constantemente en virtud de buscar productos más innovadores, de mejor calidad y que contribuyan con el medio ambiente, es por esto que los ingleses han adoptado unos parámetros al momento de la compra como lo son el bienestar, practicidad, protección a la salud y medio ambiente y novedad.

Debido a que su cultura es muy arraigada a la simplicidad y practicidad en el uso de los productos en especial a los alimentos por razones de falta de tiempo con el que cuentan durante el día por motivo de las largas jornadas de trabajo, la practicidad al momento de adquirir alimentos es muy importante, debido a esto el consumidor ingles gasta aproximadamente 29% del gasto del hogar en comidas rápidas en donde se incluyen productos congelados, frutas y hortalizas.

El consumidor Ingles es una persona descomplicada que busca productos de alta calidad y de fácil preparación y consumo ya que no les gusta permanecer por más de 20 minutos en la preparación de alimentos, para la mayoría la salud es muy importante y por esto hoy en día el consumo de productos cárnicos ha disminuido y sus inclinaciones de consumo tienden a ir mas hacia los vegetales y frutas, aunque el consumidor ingles en promedio posee ingresos altos en muchas ocasiones la practicidad es más importante que la calidad y el precio, es por esto que estas personas están muy ligadas a la tendencia del mercado Norteamericano.

Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia, los cambios que se han venido observando y proyectando en la estructura de la población

europea, y en este caso en Reino Unido, afectan directamente los patrones de consumo de los individuos reflejados así:

- Los consumidores están altamente interesados en llevar una vida saludable, lo que conlleva a preferir alimentos con bajos contenidos de grasa, azúcar y sal.
- Mayores preocupaciones por la seguridad alimenticia y el medio ambiente conllevan a favorecer la demanda de productos orgánicos.
- Las personas están cada vez más ocupadas en el trabajo, y en el estudio, lo que les deja poco tiempo para la preparación de alimentos, esto da lugar a frutas y vegetales pre cocidos y en nuevas presentaciones listos para servir, tales como las frutas empacadas que según cifras recientes participan con el 37,7% en las ventas totales de frutas en el país británico
- El consumidor inglés se caracteriza por tener un alto nivel de vida, ser bastante sofisticado y estar muy bien informado acerca del mercado y de las opciones y beneficios que éste le ofrece.
- De acuerdo a cifras recientes, la familia inglesa (unidad de consumo) es cada vez más pequeña. El 34% de los hogares está constituido por parejas solas, el 28% por una sola persona, el 25% está liderado por uno solo de los padres y el 13% restante por parejas con uno o más hijos.
- El ingreso de la unidad familiar se ha incrementado en los últimos años en forma sostenida por el ingreso de más de un integrante en el mercado laboral.
- La mujer responde por el 80% de las decisiones de compra en el hogar, siendo el miembro más importante en la determinación del gasto en general y de alimentos en particular. Además, contribuye significativamente con el incremento

del ingreso familiar toda vez que, casi la mitad de la población femenina (47%), trabaja medio tiempo o tiempo completo.

- El segmento socioeconómico con el mayor consumo de frutas y hortalizas (excluida la papa) es el de ingresos altos, con retribuciones mensuales superiores a 1.125 dólares, donde el consumo Per cápita fue de 113 kilogramos / año, frente a 91 en el segmento de ingresos inferiores a 270 dólares.
- El mayor consumo, especialmente de frutas frescas y procesadas en el segmento de ingresos altos se explica por la sensibilidad de estos productos al aumento en el ingreso disponible. Igual ocurre con productos como el queso, la carne y el pescado.
- La demanda de frutas exóticas se ha incrementado; en un principio las minorías étnicas empezaron a importarlas, y una vez conocidas otros empezaron a consumirlas.
- **Tamaño del Mercado.** El tamaño del mercado está constituido específicamente por aquellas personas que poseen necesidades que hasta el momento la actual oferta de alimentos no ha satisfecho y que por tal motivo están dispuestas a adquirir productos que cubran aspectos como calidad, variedad, precio adecuado, atención e innovación.

Cabe notar que debido a la magnitud o al tamaño de dicho mercado se direcciona esta investigación en aquellos segmentos que en pocas palabras representan elementos potenciales, es decir, todos aquellos que cumplan características similares relacionadas con el poder de adquisición del producto, intereses y requerimientos, distinguiendo en pocas palabras una total mercadotecnia en masa, destinada a direccionar un producto que satisfaga en su totalidad las ambiciones y deseos que tengan los diferentes grupos de población a estudiar, en

este caso “Inglaterra”, para ser más exactos lo primordial es la compilación de información que actualmente manejan las diferentes entidades relacionadas con las actividades de exportación e importación y demás instituciones ya que con estas bases se pueden determinar a manera global como es el comportamiento y el consumo de las mermeladas en Inglaterra, con dicho elemento se sopesa la imposibilidad de realizar un muestreo aleatorio directo que demuestre a manera representativa las actuales preferencias de los consumidores ingleses, acción que a manera de soporte se puede realizar en un periodo más adelante con miras ya a desarrollar el producto como tal.

**4.5.4.2 Análisis de la oferta.** Colombia hoy en día es un país que posee un gran potencial en su fauna y flora, dando a entender que tiene grandes posibilidades de invertir en gran variedad de cultivos ya sean tradicionales o exóticos propendiendo de igual manera incentivar la producción, distribución y comercialización de mermeladas picantes en diversos sabores.

Desde el punto de vista de la oferta se afirma que ésta es bastante amplia debido a las pocas restricciones desde el punto de vista legal, ya que actualmente las exportaciones colombianas están cobijadas por acuerdos comerciales con la Unión Europea, los cuales buscan beneficiar al país exportador desde el punto de vista de desgravaciones.

Muchas son las empresas que están innovando en las maneras de presentar sus productos, debido a la nueva tendencia de obtener productos con sabores, empaques y demás elementos que sean totalmente originales.

Desde el punto de vista legal, las exportaciones colombianas destinadas a Inglaterra tienen beneficios arancelarios consecuencia de los diversos acuerdos comerciales firmados con la Unión Europea, facilitando como tal la consecución de negocios y suministro de mercancías en cantidades exorbitantes, claro está que

muchos son los países competidores que gozan de estos mismos beneficios como lo son: Chile, México y Sudáfrica también tiene este tipo de acuerdo.

En términos generales las situaciones de competencia que se podrían dar se relacionarían con los márgenes de precio, debido a los bajos aranceles que se pagan, beneficio de los acuerdos comerciales firmados.

El valor agregado del producto como tal está en la presentación y en sus ingredientes específicamente el picante ya que en este mercado no hay muchas variedades de mermeladas que cumplan con estas características y según estadísticas en Inglaterra solo se encuentran posicionadas 2 compañías que destinan su actividad empresarial a la venta de mermeladas.

Este aspecto forzaría al sector agroindustrial colombiano a trabajar en la obtención de mejores herramientas con el fin de generar productos alimenticios 100% naturales, de alta calidad y de gran aceptación.

#### **4.5.5 Definición y naturaleza del producto**

El producto en términos generales está diseñado para satisfacer aquellas necesidades físicas de consumo de alimentos, intención de compra por parte del consumidor y posibilidad de pago del mismo y se clasifica como un bien no durable ya que después de una o varias ocasiones de haber sido usado pierde su vida útil.

Por otro lado la definición del producto se direcciona desde un ámbito social ya que se pretende mejorar en un 100% tanto el status como la calidad de vida de los consumidores con un producto atractivo y llamativo.

En relación a la naturaleza del producto en este caso las mermelada de picantes de mora es necesario detallar que dicho bien se distingue de los otros por ser uno

de consumo, el cual está destinado para el uso de últimos consumidores y hogares y que debido a que se encuentra en etapa de desarrollo todo lo relacionado a atributos tanto físicos y tangibles como sus nombres genérico, colore, marcas, precio, tamaño y entre otros se encuentran en confección todavía.

En términos generales, la descripción tradicional de las mermeladas indica que estas son frutas recortadas y cocidas con bastante azúcar hasta quedar como un puré con algunos trozos de fruta en un almíbar. Pero en lo que hace referencia a las mermeladas picantes de mora, lo que las convierte en un productor original es su composición como tal, ya que sus características principales a nivel de presentación son un exquisito sabor, un color totalmente vivo que refleja frescura y deseos de ser degustado, y un olor que refleja la sensación de picante y que como tal hace que las otras ofertas de la competencia se vean poco atractivas en comparación con un producto que ofrece innovación y usos suplementarios como es su utilización como sazonador de carnes, encurtidos, harinas y demás comidas que necesitan de un ingrediente fuera de lo común.

#### **4.5.6 Análisis de precios**

Las nuevas circunstancias sociales que se están presentando en Europa han estimulado la demanda de nuevos productos más elaborados o precocinados. La industria alimentaria ha respondido a la nueva demanda con un desarrollo significativo de la oferta de productos preparados de mayor valor añadido. Sin embargo la situación de inseguridad económica por la que atraviesa el país y el fuerte incremento de la cesta de la compra especialmente de productos básicos podrían afectar la dirección y tendencias del mercado.

Por lo tanto para la asignación y análisis de precios de las mermeladas picantes se tienen en cuenta tres métodos fundamentales para la consecución de los mismos:

**4.5.6.1 Análisis de costos y margen de utilidad.** En este caso el precio asignado al producto debe cubrir los costos que representa cada unidad producida

**4.5.6.2 Análisis y comparación de los precios en el mercado.** En el caso de la mermelada picante de mora, la ausencia de competencia directa obliga a comparar los márgenes de precios que actualmente ofrecen las empresas productoras de mermeladas de sabores tradicionales en dicho país con el precio asignado a las mermeladas picantes de mora y fresa, con el fin de cubrir costos, obtener ganancias y sostenerse en el mercado, claro está sin excederse en relación al poder adquisitivo de los consumidores.

**4.5.6.3 Análisis estadístico.** Este método es utilizado específicamente cuando el producto ya se encuentra posicionado y lleva varios años en el mercado ya que consiste en el estudio del comportamiento de los precios en el transcurrir de los años y en base a estos se asignan los futuros precios, teniendo en cuenta que se maneja un porcentaje de modificación que depende de factores tanto internos como externos que la empresa este enfrentando en un periodo.

También cabe notar el sentido de responsabilidad social que los europeos poseen, en los últimos años no solo se ha agudizado su deseo de una sana alimentación si no también el ayudarle a la sociedad, por ello están dispuestos a pagar un precio más alto por un producto cuando al leer su etiqueta o por conocimiento general saben que por la compra de ese producto se le está destinando cierto porcentaje de ese precio a una población vulnerable en cualquier país o que se le están garantizando los derechos y bienestar a los empleados que fabricaron ese producto.

Desde el ámbito mercantil Inglaterra se considera una plaza con gran potencial ya que según diversas variables analizadas se ha observado que es factible la

compra de las mermeladas picantes de mora en esta región, la mayoría de su población consta de una unión y combinación de diferentes culturas y costumbres las cuales a nivel gastronómico se ven tentadas por el picante y el sazonamiento de las comidas con ingredientes exóticos, además tienen un perfil que se caracteriza por la compra de alimentos en ruta, es decir, elementos que no conllevan una preparación muy sofisticada ya que el actual ciudadano tiene un estilo de vida muy agitado y rutinario, por ejemplo el desayuno es la comida que más se reemplaza por productos y bebidas fáciles de consumir, en el que se encuentran las frutas y sus derivados debido a su agradable sabor, practicidad, facilidad de preparar y consumir, haciendo esto que en muchas ocasiones sean estas pautas más importantes que el mismo precio de los productos.

El mercado Ingles es un nicho totalmente demandante de frutas y de productos a base de estas, además debido a los altos ingresos que estos consumidores captan tiene la posibilidad de invertir en productos que satisfagan todos sus deseos y necesidades básicas.

El valor agregado del producto como tal está en la presentación y en sus ingredientes específicamente el picante ya que en este mercado no hay muchas variedades de mermeladas que cumplan con estas características y según estadísticas en Inglaterra solo se encuentran posicionadas 2 compañías que destinan su actividad empresarial a la venta de mermeladas.

Este aspecto forzaría al sector agroindustrial colombiano a trabajar en la obtención de mejores herramientas con el fin de generar productos alimenticios 100% naturales, de alta calidad y de gran aceptación.

## **4.6 ANÁLISIS TÉCNICO**

### **4.6.1 Estudio de materias primas e insumos.**

Para la realización de este proyecto, es de suma importancia poder contar con una base sólida de proveedores de materia prima, que faciliten dichos elementos a todo momento, de igual manera se pretende incentivar la iniciativa de cultivo de los diferentes materiales naturales necesarios para la creación de las mermeladas picantes de mora.

Con relación al despacho y manufactura de la materia prima se maneja estándares de calidad asimilando como tal mecanismos de buenas prácticas, Una vez implementados dichos aspectos se podrá asegurar el abastecimiento, la calidad, precio, segmentación y demás tópicos necesarios para la consecución de una buena estrategia de mercadeo.

**4.6.1.1 Cantidad necesaria de materia prima.** Para la elaboración de las mermeladas picantes, la cantidad de materia prima requerida para su producción está definida por las unidades a producir, en este caso la producción sería aproximadamente de 2000 unidades mensuales, se requiere de 60 kilos de pulpa de mora, 40 kilos de azúcar, 60 limones tahití, 2 kilos de ají y 2000 frascos. Es importante mencionar que al final de la producción de las 2000 unidades de mermeladas, el 15% de la materia utilizada es considerada como residuo.

**4.6.1.2 Rendimiento de materia prima.** Para llevar a cabo un proceso de producción estandarizado y controlado se debe de mantener un constante análisis del procesamiento del producto como tal, teniendo en cuenta que el rendimiento total de la mora es del 90% y el 10% restante es considerado desperdicio, es decir, la planta de producción tiene como responsabilidad primordial el control de la mercancía desde su ingreso hasta la comercialización como tal.

**4.6.1.3 Disponibilidad de abastecimiento de materia prima.** Para que durante los procesos de producción de mermelada picante exista un abastecimiento constante de materia prima por parte de los proveedores se debe en primer lugar trabajar directamente con los productores de mora, ají, azúcar y limón tahití, con el fin de motivarlos a mantener constantes cosechas de los ingredientes requeridos, buscando como objetivo que el comprador obtenga un producto de alta calidad y el vendedor reciba a cambio la remuneración justa por los productos entregados.

#### **4.6.2 Tamaño de la unidad total de producción**

El tamaño de la unidad total de producción dependerá de la demanda que genere la mermelada picante en el mercado Inglés, pero para comenzar la producción de mermeladas picantes se inicia con alrededor de 2000 unidades mensuales en presentaciones de 250 gramos la unidad.

#### 4.6.2.1 Materias Primas

- Frutas. Lo primero que se tiene que tener en cuenta es la fruta que se va a utilizar y buscar la más fresca posible. Normalmente se utiliza una combinación de fruta madura con otra que ha empezado su proceso de maduración, ya que si se escoge la fruta demasiado madura la mermelada no gelificará bien. Las frutas más comunes para la mermelada son: papaya, fresa, naranja, frambuesa, ciruela, pera, mora, albaricoque, durazno, piña, etc.
- Azúcar. El azúcar juega el papel más importante en el proceso de gelificación cuando se combina con la pectina. Otro punto importante es el hecho que la mermelada impide la fermentación y cristalización de la mermelada.

Es importante saber equilibrar la cantidad de azúcar ya que si se le echa poca cantidad hay más probabilidad de que fermente y si se le echa mucha cantidad se puede cristalizar.

Es preferible utilizar azúcar blanca, porque permite que se mantengan las características propias del color y el sabor de la fruta.

Cuando el azúcar es sometida a cocción en medio ácido, se produce un desdoblamiento en dos azúcares (fructosa y glucosa), este proceso es esencial para la buena conservación del producto.

- Acido Cítrico. El ácido cítrico es importante tanto para la gelificación de la mermelada como para darle brillo al color de la mermelada, mejorar el sabor, ayudar a evitar la cristalización del azúcar y prolongar su tiempo de vida útil. El ácido se añade antes de cocer la fruta ya que ayuda a extraer la pectina de la fruta.

- Pectina. La fruta contiene en las membranas de sus células una sustancia natural gelificante llamada pectina, la cantidad depende de la maduración de la fruta. La primera fase de la preparación consiste en reblandecer la fruta para poder extraer la pectina.

La fruta verde contiene la máxima cantidad de pectina y la fruta madura menos. Si se necesitan sustitutos para la pectina se utiliza la carragenina y el almidón modificado. La principal función que se le da a este producto en el mercado es su capacidad para formar geles.

- Conservante. Son sustancias que se añaden a los alimentos para prevenir su deterioro, así evitar el desarrollo de microorganismos como hongos y levaduras. Los conservantes más usados son el sorbato de potasio y el benzoato de sodio.
- Pique. Ají pajarito para darle el sabor picante a la mermelada.

**4.6.2.2 Materiales y equipos.** A continuación se nombran cada uno de los elementos requeridos para el proceso de producción de mermelada picante:

- Ollas
- Tinajas de plástico
- Jarras
- Coladores
- Tablas de picar
- Cuchillos
- Cucharas de medida
- Espumadera
- Paletas
- Mesa de trabajo
- Frascos de vidrio o plástico

- Pulpeadora o licuadora
- Cocina
- Balanza
- pH-metro o cinta indicadora de acidez
- Termómetro

**4.6.2.3 Maquinaria.** Las maquinas y equipos requeridos para la fabricación de mermeladas son:

- Un Lavador de frutas: Este equipo es de suma importancia para la obtención se frutas sanas y limpias para iniciar el proceso de producción.
- Dos Cortadores de frutas: Estos cortadores de frutas tienen la función de corte de la fruta en cuadritos, ambos pueden ser con accionamiento manual, y con sus moldes de corte con tamaños para medidas intercambiables, esto para la preparación de dulces en trocitos o la uniformidad de la materia prima para el mejoramiento del producto final.
- Un Tanque para Escaldar: Olla escaldadora de frutas para el blanqueamiento por hervor de la fruta. usado para desactivar enzimas y toda la carga microbiana.
- Una Despulpadora de Frutas: la fabricación de mermeladas exige un padrón de calidad y de presentación visual, que obliga al uso de pulpas tamizadas y homogenizadas e su textura.
- Un Tacho Cocinador y Batidor para Dulces: Puede garantizar la calidad en la preparación y el ajuste a las normas sanitarias con buenas prácticas de fabricación.

- Un Equipo Pasteurizador: Es un sellado a vapor de vacuo de los potes con el dulce o mermelada adentro, asegurando así, un sellado seguro, evitando la presencia del aire al momento de cerrar, consiguiendo que se alcance una mejor conservación y durabilidad en el producto final.

#### 4.6.3 Costos de producción para las mermeladas picantes.

##### 4.6.3.1 Costos variables

**Tabla 9. Costos variables**

CONCEPTO	VALOR EN PESOS AÑO
Materia prima	\$ 57.600.000
Empaque	\$ 34.800.000
TOTAL	\$ 92.400.000

Fuente: De los autores

Materia prima: Es el valor estimado para la producción de 2000 frascos de mermelada, cabe resaltar que el comportamiento de los precios de la materia prima es muy variable ya que depende de factores externos.

Empaque: Esta conformado por las etiquetas, frascos y caja que llevara el producto terminado.

**4.6.3.2 Costos y gastos fijos.** A continuación se mencionaran cada uno de los costos y gastos fijos que el proyecto necesitara para su funcionamiento en el primer año incluyendo el transporte internacional, el cual tendrá la ruta Medellín – Londres.

**Tabla 10. Costos y gastos fijos**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR EN PESOS</b>
Servicios públicos	\$ 4.800.000
Transporte y logística internacional	\$ 25.536.000
Gastos financieros	\$ 4.075.650
Otros gastos	\$ 5.400.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 39.811.650</b>

Fuente: De los autores

#### **4.6.3.3 Estimación de la depreciación.**

**Tabla 11. Estimación de la depreciación.**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR DEPRECIADO</b>	<b>AÑOS A DEPRECIAR</b>
Enseres	\$ 90.000	5 AÑOS
Equipo de computo	\$ 367.000	3 AÑOS
Maquinaria	\$ 965.000	10 AÑOS
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.422.000</b>	

Fuente: De los autores

#### 4.6.4 Distribución Física Internacional (FDI)

Tabla 12. Distribución Física Internacional (FDI)

<b>MATRIZ DE COSTOS DE D.F.I.</b>		
<b>CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN (Valores unitarios)</b>		<b>TRANSPORTE MARÍTIMO</b>
		<b>Costo Total</b>
<b>PAÍS EXPORTADOR (ORIGEN)</b>	1. VALOR En Fabrica	<b>\$4.350,00</b>
	2. EMPAQUE	<b>\$1.417,50</b>
	3. EMBALAJE	<b>\$32,50</b>
	4. VALOR EXW	<b>\$5.800,00</b>
	5. TRANSPORTE (HASTA AEROPUERTO)	<b>\$40,00</b>
	6. MANIPULEO EMBARQUE AL AVIÓN	<b>\$23,125</b>
	7. AGENTE ADUANERO	<b>\$24,05</b>
	8. VALOR: FCA. No Incluye Embarque	<b>\$5.887,18</b>
	VALOR : FOB	
<b>TRÁNSITO INTERNACIONAL</b>	9. TRANSPORTE INTERNACIONAL	<b>\$929.625</b>
	10. VALOR CPT	<b>\$6816.805</b>
	11. SEGURO INTERNACIONAL	<b>\$47.10</b>
	VALOR CIF	<b>\$6863.905</b>

Fuente: De los autores

**Discriminación de la FDI.** 1 caja trae 40 frascos de 250 gramos, y en cada exportación salen 50 cajas lo que representa 2000 unidades. Esto corresponde a una carga que pesa 500 kilos.

TRM US: \$1850

TRM EUROS: \$3000

- Valor en fabrica: Materia prima mas producción
- Empaque: Que contiene el frasco de vidrio y la etiqueta
- Embalaje: Precio de las cajas de cartón
- Valor EXW: Valor Fabrica + Empaque + Embalaje
- Transporte hasta aeropuerto \$80.000/2000unidades: \$40
- Manipuleo embarque al avión: (USD\$25/2000unidades)\*\$1850: \$23.125
- Agente aduanero: (USD\$26\*2000unidades)\*\$1850: \$24.05
- Valor FCA: Valor EXW + Transporte hasta aeropuerto+ Embarque + Agente aduanero
- Transporte Internacional: Para cargas de más de 100 kilos, el valor del flete por kilo es de USD\$2.01, eso por 500 kilos que pesa toda la carga da USD\$1005 dividido 2000unidades: USD\$0.05025 por \$1850: \$929.625
- Valor CPT: Valor FCA + Flete Internacional
- Seguro Internacional para Exportación: 0.7% de la sumatoria del valor de la mercancía + el flete internacional: \$47.10
- Valor CIF: Valor CPT + Seguro Internacional

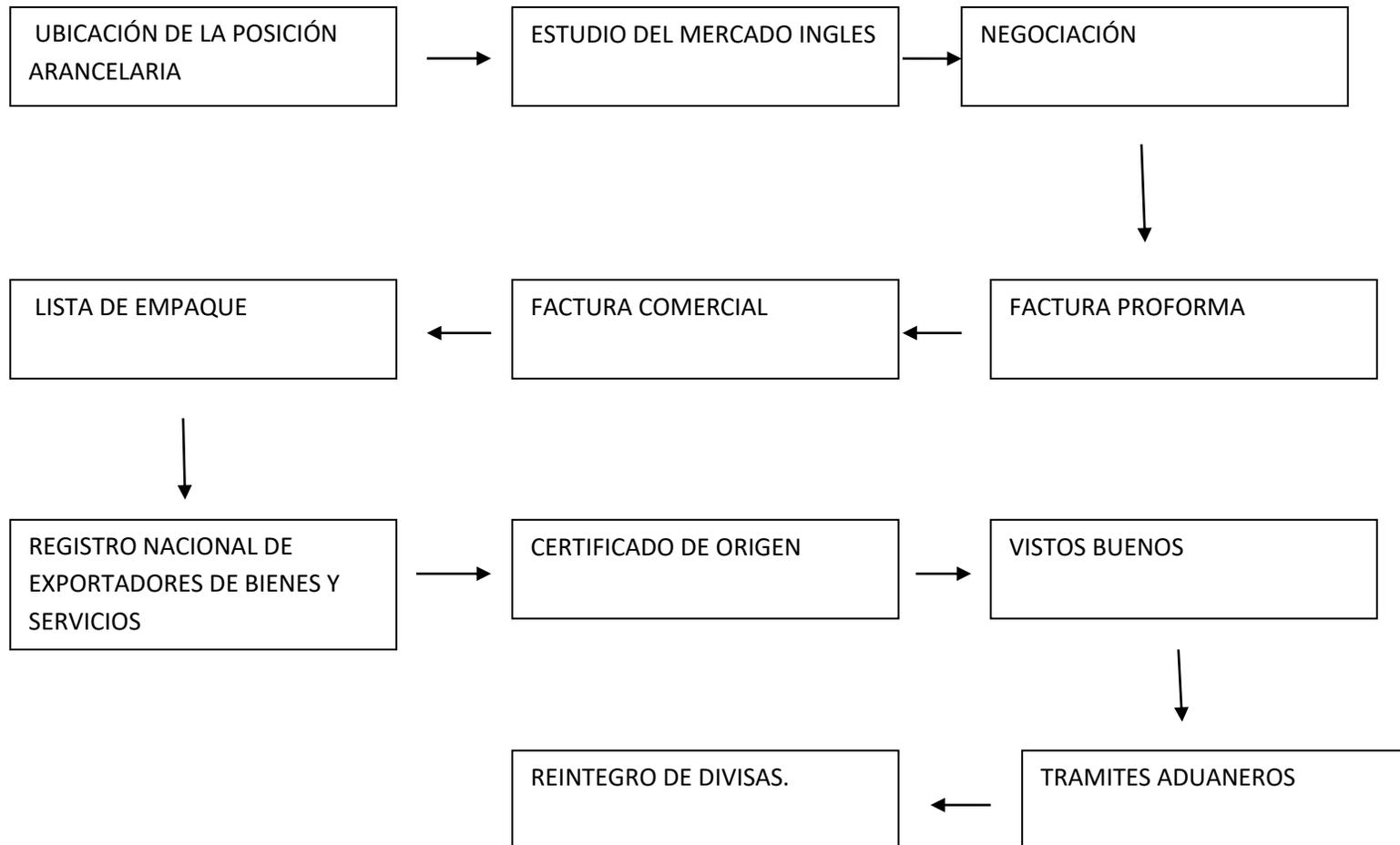
VALOR CIF EN Libras Esterlinas: \$6863.905/euro3000

Total: 2.29 EUROS

#### 4.6.5 Flujograma para la exportación de mermeladas picantes

Gráfico 6. Flujo grama de exportación de mermeladas picantes de mora y explicación paso a paso

Fuente: De los autores



## **Discriminación del flujo grama**

- **Ubicación de posición arancelaria de las mermeladas picantes de mora.**

La posición arancelaria es un elemento vital para clasificar a nivel global el producto y sirve para cuantificar las transacciones de comercio exterior y asignar los debidos impuestos.

- **Estudio del mercado ingles**

En este paso se realiza el análisis exhaustivo de las siguientes variables:

- **Medios de transporte:** En cuanto a este tópico Inglaterra a nivel de Infraestructura presenta los siguientes índices:

La eficiencia aduanera	Puntaje: 3.74 Puesto: 11
La calidad de la infraestructura	Puntaje: 3.95 Puesto: 16
La competitividad de transporte de carga	Puntaje: 3.66 Puesto: 8
La competencia y calidad en logística	Puntaje: 3.92 Puesto: 9
La capacidad de seguimiento a los envíos.	Puntaje: 4.13 Puesto: 7
La puntualidad en el transporte de carga	Puntaje: 4.37 Puesto: 8

\*Fuente: The World Bank. Febrero de 2010

Específicamente presenta los siguientes accesos:

Puertos:

Tilbury, Dover, Felixstowe, Immingham, Liverpool, Londres, Southampton, Teesport, entre otros. La mayoría de estos puertos pertenecen a sociedades portuarias, facilitando así los trámites de documentación en los casos de transferencia interna de mercancías.

Aeropuertos:

Belfast, Birmingham, Heathrow y Manchester

- Competencia
  - Variables macro y microeconomicas
  - Balanza commercial
  - Demografía
  - Perfil del consumidor
- 
- **Negociación.** Terminada la etapa anterior se procede a negociar los medios de pago:
  
  - **Cobranza documentaria.** Se constituyen en otro medio de pago internacional, en el cual existe la intermediación de dos entidades financieras, que sirven como gestores de cobro de las mercancías.
  
  - **Garantías bancarias standby.** Es una garantía emitida por un banco corresponsal a través de una entidad financiera, a favor de una empresa en Colombia para respaldar el cumplimiento de obligaciones contraídas por un ordenante en el exterior.
  
  - **Letras avaladas.** Es un instrumento de pago representado en un título valor de contenido crediticio girado a favor del exportador y aceptado por el comprador.
  
  - **Carta de crédito.** Es una de las herramientas más efectivas con las que cuenta el empresario para garantizar el pago de sus exportaciones en corto tiempo. Este documento hace las veces de un contrato de seguro, tanto para el comprador como para el vendedor, y elimina prácticamente el riesgo crediticio

- **Incoterms.** Es importante tener en cuenta los INCOTERMS que son los términos elaborados por la Cámara de Comercio Internacional (CIC), con la finalidad de establecer un lenguaje estandarizado que pueda ser utilizado por los compradores y vendedores que participan en negocios internacionales.

- **Factura proforma.** En este paso tanto la empresa como el comprador inglés se comprometen por escrito a cumplir con ciertos requisitos e información que se debe detallar como:

- Identificación del comprador (importador).
- Ubicación.
- Vigencia de la cotización.
- Cantidad del producto.
- Valor unitario.
- Valor total.
- Condiciones de la negociación.

- **Factura comercial:** Es el respaldo documental para el cobro de los productos o servicios que se envían al comprador.

- **Lista de empaque:** Esta se presenta para la exportación de bienes, allí se proporciona la información del embalaje, las cantidades de bultos o cajas, peso y volumen, condiciones de manejo y de transporte.

- **Registro nacional de exportadores de bienes y servicios.** Este instrumento fue creado para apoyar las exportaciones, permitiendo mantener información detallada y actualizada sobre la composición, perfil y localización de las empresas exportadoras, así como de la competitividad de los productos en el exterior y el comportamiento de los mercados, además al registrarse como exportador gozará de una serie de beneficios que le brinda a los exportadores colombianos como lo

son la devolución del IVA pagado durante el proceso de producción de los bienes o prestación de los servicios exportados, la no aplicación de la retención en la fuente para los ingresos provenientes de las exportaciones, la aplicación de sistemas especiales de exportación (Plan Vallejo) entre otros.

- **Certificado de origen.** Es un documento expedido en Colombia por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien certifica el cumplimiento de los requisitos de origen exigidos, en caso que el comprador requiera certificar el origen de la mercancía sea para nacionalizarla o para obtener preferencias arancelarias en el país de destino

- **Vistos buenos.** La exportación de ciertos productos exige que el exportador verifique si necesita de vistos buenos o requisitos especiales previos a la exportación y debe tramitarse ante la autoridad competente tales como:

ICA: Animales y plantas vivas, productos de origen vegetal o animal sin procesar.

INVIMA: Productos farmacéuticos, alimentos y productos cosméticos.

INGEOMINAS: Piedras preciosas y esmeraldas.

MINISTERIO DE ARTE Y CULTURA: Arte, cultura y Arqueología.

MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE: Especies del reino animal y vegetal tropicales y especies en vía de extinción y sus subproductos.

- **Trámites aduaneros.** Se debe diligenciar correctamente el documento de exportación DEX, el cual se adquiere en la DIAN, si la exportación es inferior a US \$1.000 lo puede tramitar directamente, de lo contrario necesita la intervención de un Agente Aduanero A.A, el DEX debe presentarse en la administración de aduanas por donde saldrá la mercancía con el deben adjuntar los siguientes documentos:

- La factura Comercial en original y tres copias.

- Lista de Empaque, indicando el contenido de cada paquete cuando el envío este compuesto por más de uno.
- Certificado de Origen ó Certificado de Exportación.
- Certificado de Origen ó Certificado de Movimiento, donde se reclama la tarifa preferencial.
- Formularios de tránsito de la Unión Europea cuando la mercancía estará en tránsito por la Zona Europea.
- Certificado Fitosanitario: Para las plantas vivas, arbustos y árboles, ciertas semillas, ciertas frutas y las patatas. El certificado debe indicar que los artículos han sido examinados y se ajustan a los requisitos del Departamento Británico de Medio Ambiente, Alimentación y Asuntos Rurales y debe ser firmado por un funcionario del Gobierno de la Salud o Sanitaria Oficial.
- **Reintegro de divisas.** Toda exportación de bienes y/o servicios generan la obligación de reintegrar las divisas a través de los intermediarios del mercado cambiario, por ello los exportadores de acuerdo con lo establecido en el régimen cambiario, deberán efectuar la venta de las divisas a través de los intermediarios financieros autorizados por el Banco de la República, para ello el exportador deberá diligenciar el formulario Declaración de Cambio 2 y realizar la venta de las divisas a su intermediario cambiario.

## **4.7 ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO**

### **4.7.1 Normas para la producción de mermeladas en Colombia**

En Colombia existen varias resoluciones y decretos que rigen las características físico-químicas, microbiológicas, organolépticas, de manufactura, procesamiento, empaque y comercialización de mermeladas y jaleas. Entre ellas se pueden mencionar las resoluciones 15789 de 1984 y la 14712 del mismo año, la primera da especificaciones sobre la apariencia, olor, sabor, textura, aspecto, color y contenido porcentual de los ingredientes en la preparación de las mermeladas y

jaleas; y la segunda especifica el control sanitario y conservación que se le debe hacer al producto en su preparación antes, durante y después.

Entre otros se pueden mencionar el decreto 3075 de 1997 que regula todas las actividades relacionadas con la manipulación de alimentos; el decreto 977 de 1998 crea el Comité Nacional del Códex Alimentarius y establece sus funciones para intervenir en la fijación de normas y reglamentos sobre calidad de los productos con miras a defender el interés de los consumidores y de los productores de materias primas; también se encuentra la resolución 2652 de 2004 que crea el reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos envasados y materias primas de alimentos para consumo humano y por último está el certificado de Buenas Prácticas de Manufactura – BPM el cual posee los principios básicos y prácticas generales de higiene que se aplican desde el proceso de elaboración hasta la distribución final de un alimento, para garantizar que los productos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas, disminuyendo así los riesgos para la salud de los consumidores.

Es importante destacar el hecho de que para Colombia proteger al consumidor es un tema que posee gran valor a la hora de tener un producto circulando en el mercado o produciéndose en territorio nacional, situación que va de la mano de las regulaciones existentes en cada país, si bien no son idénticas todas buscan cumplir el mismo propósito y las hacen compatibles, es decir, si una persona está manufacturando un producto bajo las regulaciones establecidas por el gobierno colombiano y entidades encargadas, es muy posible que a la hora de incursionar en el mercado internacional cumpla un gran porcentaje de los requisitos que ese país de destino tiene establecidos y así los trámites que deba realizar relacionados con este tema no será de gran tropiezo para la exportación.

#### **4.7.2 Normatividad de la unión europea para la comercialización de mermeladas y jaleas**

La Unión Europea estableció en 1979 una la Directiva del Consejo 79/693/CEE en la cual se estipula la aproximación entre los países miembros sobre las jaleas, mermeladas y confituras. Esto debido a que cada país miembro antes de la creación de la Unión Europea poseía sus propios reglamentos en cuanto a la circulación y etiquetado de las mermeladas haciendo la legislación imposible de armonizar obstaculizando el libre comercio de los productos entre los países, es así como la directiva fue creada con el fin de implementar normas comunes para que cuando un producto entrase a circular cumplierse con los requisitos de todos los países y no solo de uno y facilitar la penetración en el mercado.

Es así como se asocia el término de aproximación, para traer las normas de cada Estado a un punto en común, aunque la directiva también deja claro que cada miembro puede tener excepciones y leves modificaciones en sus normas dependiendo de sus necesidades, ejemplo el idioma en las etiquetas, depende de cada país para que el comprador este bien informado sobre el producto que va a adquirir.

Esta directiva agrupa básicamente las mismas normas de Colombia, pues establece todo lo relacionado con fitosanidad, higiene, etiquetado, pureza de los productos e ingredientes permitidos en la manufactura de jaleas, confituras y mermeladas y también busca la protección del consumidor y garantizar que compre productos de buena calidad.

#### **4.7.3 Normas de Inglaterra para el ingreso de alimentos**

En las condiciones de acceso a Inglaterra uno de los aspectos más importantes a destacar es todo lo relacionado a lo fitosanitario, pues Inglaterra antes de la Revolución Industrial era un país agrícola, hoy en día se caracteriza más por ser

un país basado en una economía terciaria (de servicios) pero aun así toda su agricultura es industrializada y le dan mucha importancia.

De allí que para exportar las mermeladas de mora picante el producto debe certificar que no posee ninguna plaga que perjudique al país y evitar así una reexportación de este. Paradójicamente tal medida generalmente busca entorpecer las exportaciones pero para la Unión Europea lo que un productor o comercializadora debe hacer cada vez que va a enviar mercancía perecedera es llevar una muestra a la oficina del Ica en este caso al Aeropuerto José María Córdova para que le hagan una inspección fitosanitaria, luego de ello le expiden un documento el cual dice que el producto está libre de plagas y se procede a embarcar la mercancía y ya en el lugar de entrada no se le hace ninguna inspección. En este punto se dice que es paradójico porque para ser un requisito no es tan difícil de cumplir y resulta ser más fácil en este sentido exportar a la Unión Europea que ha Estados Unidos que intercepta mucha mercancía por este motivo.

La aduana inglesa aparte del certificado de origen exige que la carga este acompañada por la factura comercial, la guía aérea, lista de empaque, seguros internacionales y si es requerido el certificado de origen para aplicar la preferencia arancelaria.

A la hora de aplicar los aranceles, la aduana los calcula sobre el valor de mercado de las mercaderías importadas, generalmente la factura es aceptada como el precio referencial, pero si un acuerdo preferencial ha sido establecido entre el exportador y el importador, o un valor no verdadero ha sido declarado, la aduana de Reino Unido se reserva el derecho a determinar el valor de mercado para propósitos de establecer el arancel. Los aranceles son pagados al momento en que las mercancías son importadas, pero algunos importadores pueden extender el pago hasta en 30 días posteriores.

En cuanto a los requerimientos de etiquetado, un Estado miembro de la Unión Europea puede tener unos requisitos extras. En el caso del Reino Unido, las dimensiones y peso del producto, composición química, país de origen y advertencias de riesgo de los productos son necesarios para asegurar la protección del consumidor. Si el producto no puede ser etiquetado o marcado, la información antes mencionada puede ser incluida en cualquier paquete o material impreso que acompañe al producto. Los consumidores aprecian mucho esta situación y ven con muy buenos ojos a las empresas que se preocupan por informarlos.

Dentro de las etiquetas, la Unión Europea creó las ecoetiquetas, las cuales demuestran al consumidor que el producto es menos dañino para el medio ambiente comparado con otros; esto en muchas ocasiones influye en la decisión de compra del consumidor inglés, situación que puede ser usada a favor de las mermeladas picantes de mora.

Para vender dentro del Reino Unido y la Unión Europea se requiere aplicar a una marca C.E (abreviación de la frase francesa "Conformité Européene", el cual significa "de conformidad a la Unión Europea"). Esta marca determina qué requisitos de calidad, sanidad y salud son exigidos de acuerdo a la naturaleza del producto. Pero antes de esto, los productos deben cumplir con las normas de estandarización establecidas por los siguientes tres organismos: CEN Comité Europeo de Normalización (CEN, European Committee for Standardization), CENELEC Comité Europeo de Normalización Electro-técnica (CENELEC, European Committee for Electro-technical Standardization) y ETSI Instituto Europeo de Normalización en Telecomunicaciones (ETSI, European Telecommunications Standards Institute; luego el exportador aplica a la Marca C.E una vez obtenida, el producto puede circular libremente por toda la comunidad europea. Esta marca C.E debe poseerse antes de entrar a Inglaterra.

Existe también un caso muy curioso de un requisito no impuesto por el gobierno pero si por el consumidor y lo es el Global GAP el cual es el homologo en Inglaterra al BPA colombiano. Lo que este certificado busca es garantizarle al comprador que ese producto tiene bajos perjuicios ambientales, en su fabricación fueron utilizados pocos químicos y que la empresa posee responsabilidad social con sus empleados ofreciéndoles un mayor bienestar.

Cuando un producto posee ese sello en su empaque, influye fuertemente en la decisión de compra, es decir, si un inglés tiene el mismo producto en sus manos, con las mismas características pero uno tiene un precio menor y sin sello global GAP y por el contrario el otro producto tiene un precio más alto con sello global GAP, el comprador prefiere llevarse a casa el de precio alto simplemente por su sentido de responsabilidad social y que este sello le garantiza que el producto no es perjudicial para la salud.

Colombia esta cobijado por el SGP Plus, acuerdo firmado con la Unión Europea que le da preferencias arancelarias a países en desarrollo y busca promover su avance disminuyendo los aranceles y brindarles mayores oportunidades en el mercado; por lo tanto de acuerdo a esto las mermeladas de mora picante entrarían con la partida arancelaria 2007.99.91.00, el cual en general se debe aplicar un arancel del 24%+4.2 euros/100 kilos; con la preferencia arancelaria seria de 4.2 euros por cada 100 kilos del producto.

También se encontró que a nivel Internacional todo lo relacionado a normas alimentarias son regidas por el CODEX ALIMENTARIUS, normas que son acatadas a nivel global por las diferentes entidades miembros, un ejemplo de esto es la OMS (Organización Mundial de la Salud) que entre sus participantes esta el INVIMA quien rige a nivel nacional en Colombia todo lo relacionado a los alimentos que circulan en el país, debido a estas regulaciones todo país ya sea

Inglaterra u otro deberá cumplir con dicha legislación propendiendo por proteger la salud de los consumidores con prácticas equitativas en el comercio de alimentos. Este conjunto de normas incluye todos los alimentos elaborados, sin elaborar o materias primas utilizadas para su elaboración, conteniendo aspectos relacionados con la calidad higiénico sanitaria y microbiológica, aditivos alimentarios, residuos de plaguicidas, contaminantes, etiquetados, presentación y métodos de análisis de los alimentos.

Oficialmente este código es mantenido al día por la Comisión del Codex Alimentarius, un cuerpo conjunto con la Food and Agriculture Organization (FAO) organismo perteneciente a las Naciones Unidas y a la Organización Mundial de la Salud (WHO).

Como conclusión la incursión de las mermeladas picantes al mercado Ingles se encuentra regida bajo estándares globales que en sentido inmediato en el Reino Unido es vigilado por la FAO pero a nivel general cumple los mismos requisitos que el INVIMA le exige desde un principio ya que se cumple con la misma regulación.

El Reino Unido aplica la norma NIMF-15 desde el 1 de Junio de 2005 y el Departamento del Medio Ambiente, Alimentos y Agrario del Reino Unido está a cargo de hacer cumplir la norma. Esta medida reduce el riesgo de dispersión de plagas relacionadas con el embalaje de madera, la medida recae en: Pallets, Estibas, Bloques, Cajas y demás empaques y embalajes de madera.

Es decir que los exportadores que usen este tipo de embalajes, deben conseguir la autorización NIMF 15. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca. Conozca la norma NIMF 15 en Español: DOCUMENTOS DE LA FAO.

## 4.8 ESTUDIO FINANCIERO

### 4.8.1 Flujo de Caja

Tabla 13. Flujo de caja

Costos y Gastos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Costos variables</b>					
Materiales directos	\$57.600.000	\$59558400	\$61.583.385	\$63.677.220	\$65.842.245
Materiales indirectos	\$34.800.000	\$35983200	\$37.206.628	\$38.471.653	\$39.779.689
Servicios públicos	\$400.000	\$413.600	\$427.662	\$442.202	\$457.236
Costos indirectos	\$25.536.000	\$26.404.224	\$26.433.774	\$27.332.491	\$28.261.796
<b>TOTAL CV</b>	\$118.336.000	\$122.359.424	\$125.651.449	\$129.923.566	\$134.340.966
<b>COSTOS FIJO</b>					
Depreciaciones	\$ 1.422.000	\$ 1.422.000	\$ 1.422.000	\$ 1.422.000	\$ 1.422.000
Amortizaciones	\$ 452.850	\$ 362.280	\$ 271.710	\$ 181.140	\$ 90.570
Gastos financieros	\$ 3.622.800	\$ 3.622.800	\$ 3.622.800	\$ 3.622.800	\$ 3.622.800
<b>TOTAL CF</b>	\$ 5.497.650	\$ 5.407.080	\$ 5.316.510	\$ 5.225.940	\$ 5.135.370
<b>TOTAL NETO</b>	\$112.838.350	\$116.952.344	\$120.334.939	\$124.697.626	\$129.205.596
<b>VENTAS TOTALES</b>	\$161.441.280	\$169.513.344	\$177.990.384	\$186.886.128	\$196.234.896
<b>Efectivo al final del periodo</b>	\$39.602.930	\$52.561.000	\$57.655.445	\$62.188.502	\$67.029.300

Fuente: De los autores

Se consideró una Inflación del 3.4% año 2011

Basados en los precios actuales a la fecha de enero 10 del 2011 se realizo la tabla anterior, la cual nos especifica con mayor claridad los costos y gastos financieros en los que se incurriré en la elaboración de mermelada picante; para poder generar una proyección a 5 años, esta fue analizada tomando como referencia la inflación del mes de enero del año 2011 que es del 3.4%, porcentaje que se le sumara cada año como incremento de precios para así tener una visión mas exacta de lo que el proyecto costara en los próximos 5 años.

#### **4.8.2 Previsión de Ingresos**

Para determinar los ingresos que obtendrá el proyecto, se han analizado los diferentes índices de consumo de productos picantes, hábitos y entre otros elementos. Los cuales han sido de gran ayuda para determinar el tamaño del mercado.

En Inglaterra actualmente hay una gran demanda de productos picantes y condimentados, factor que da a entender que sería totalmente exitoso la exportación de productos de esta naturaleza al Reino Unido, en relación a la compañía se espera exportar 2000 unidades mensuales a un precio de \$5800 colombianos, con una presentación física de 250 grs, la pretensión que se tiene en rango de ventas totales anuales es de \$139.200.000.

#### **4.8.3 Punto de equilibrio**

Pasados en los costos obtenidos tanto fijos como variables y aplicando la operación de punto de equilibrio  $(30.461.650 / (5800 - 3850)) = 10.615$  unidades, esto nos indica que para poder mantener los costos de producción, administración y otros la empresa deberá vender 10.615 unidades, que representan a nivel ventas \$72.861.360

#### 4.8.4 Proyección de Ventas

**Tabla 14. Proyección de ventas**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Proyección de ventas anuales con un incremento anual del 5%.	24.000	25.200	26.460	27.783	29.172

Fuente: De los autores

Basado en los datos estadísticos de consumo de mermeladas y conservas de frutas del Reino Unido y reportes facilitados por la oficina de Proexport Londres, esta tabla mide las exportaciones que se van a hacer con un incremento porcentual del 5%.

#### 4.8.4.1 Ventas e Ingresos Proyectados

**Tabla 15. Ventas e ingresos Proyectados**

Concepto	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producción x periodo	24.000	25.200	26.460	27.783	29.172
2%desperdicio	480	504	529	556	583
Precio	\$ 6864	\$ 6864	\$ 6864	\$ 6864	\$ 6864
<b>Total Ventas</b>	<b>\$161.441.280</b>	<b>\$169.513.344</b>	<b>\$177.990.384</b>	<b>\$186.886.128</b>	<b>\$196.234.896</b>

Fuente: De los autores

Las ventas se incrementaran en un 5% anual de los cuales se considera que un 2% representara las perdidas o no ventas durante el periodo.

#### 4.8.5 Estado de Resultados Año 1

Tabla 16. Estado de Resultados Año 1

CONCEPTO	VALOR ANUAL (\$)
<b>Total ingresos</b>	<b>161.441.280</b>
Ventas	161.441.280
<b>Total costos y gastos variables</b>	<b>92.400.000</b>
Compra de materia prima	57.600.000
Etiquetas	34.800.000
<b>Ingresos – Costos y Gastos variables</b>	<b>44.016.000</b>
<b>Total costos y gastos fijos</b>	<b>30.461.650</b>
Servicios públicos	400.000
Transporte	25.536.000
Gastos financieros	4.075.650
Otros gastos	450.000
<b>Resultado bruto de la actividad</b>	<b>38.579.630</b>
<b>% sobre las ventas</b>	<b>23.9%</b>

Fuente: De los autores

Basados en las proyecciones de ventas, en los datos estadísticos de Proexport, en las cotizaciones de transporte enviada por Panalpina y los análisis de los indicadores financieros, se pudo determinar un Estados de Resultados que permite ver el comportamiento del proyecto en el primer año en el que este se lleve a cabo.

#### 4.8.6 Indicadores Financieros

**4.8.6.1 Valor Actual Neto.** El VAN resultante de la investigación del primer año es de \$18.453802, indicador que demuestra que la inversión como tal es aceptable debido a que los márgenes detallan buenos resultados, este van fue realizado mediante la tasa mínima de rendimiento que fue del 8.3%.

**4.8.6.2 Tasa Interna de Retorno.** La Tasa Interna de Retorno (TIR) para este proyecto es del 23% anual, con este cálculo se puede concluir que el proyecto es viable para invertir.

## **5. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

En este estudio el método de investigación que se va a utilizar es exploratorio – deductivo ya que se está analizando un mercado específico con base a datos estadísticos e históricos que sirven de herramienta para determinar si el proyecto tiene viabilidad, también se analizan variables tales como la competencia, la producción, comercialización, oferta y demanda, distribución, hábitos de consumo, perfil del cliente, normas y requerimientos legales que soporten argumentos, conclusiones y recomendaciones.

### **5.2. FUENTES DE INFORMACIÓN**

#### **5.2.1 Fuentes Primarias**

Son todos aquellos productores de mermeladas que provean información relevante a la hora de realizar el estudio técnico y financiero de la investigación, así como sus experiencias con el comercio exterior. También hará parte de este grupo las agencias de aduana, quienes brindan información relacionada con la logística de exportación del producto y algunos requerimientos que hace el gobierno Ingles.

#### **5.2.2 Fuentes Secundarias**

Representan la base de la investigación, y son todos los estudios o referencias bibliográficas encontrados en internet o libros que brinden información relevante para la investigación tales como la inteligencia de mercados de Proexport y Cámaras de Comercio, datos estadísticos de comportamiento, consumo y

demografía de la población inglesa, estudios financieros, barreras y preferencias arancelarias.

### **5.3. ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Una vez recopilada la información, esta se procesa y se estudia para determinar si el proyecto es viable con base a datos históricos, estadísticos y bibliográficos, análisis sobre el comportamiento y psicología de compra del consumidor, tendencias pasadas y futuras.

Fases para el procesamiento de la información:

Fase 1: Determinar el tipo de información y tema requerido con el fin de obtener unos datos más adecuados.

Fase 2: Recopilación y búsqueda de toda la información necesaria para llevar a cabo el proyecto teniendo en cuenta todos los medios existentes que puedan proporcionar información.

Fase 3: Analizar la información con el fin de que su contenido sea verídico y poder generar resultados más exactos a la realidad.

Fase 4: Uso de la información para responder cada uno de los planteamientos y objetivos estructurados dentro del proyecto

## **6. IMPACTO ECONÓMICO, SOCIAL Y AMBIENTAL**

Después de haberse realizado múltiples análisis, se determina que el impacto económico que el proyecto puede generar a la comunidad consistiría en diversos factores como: la reactivación de varios sectores de la economía que se encuentran actualmente reprimidos, ocupación de la mano de obra en el campo, ya que se pretende concientizar a los productores de fruta a masificar las cosechas con el fin de convertir dichos materiales en productos terminados y poderlos comercializar en el mercado Ingles, otro ámbito a tener en cuenta es que el agricultor colombiano se verá en la necesidad de mejorar todos sus estándares de producción con el fin de que estos sean más eficaces, otro tópico fundamental es la posible tecnificación que se llevaría a cabo en el campo del agro ya que con la venta de productos al exterior se hace necesario la compra de mejores tecnologías, en cierta medida a manera indirecta se podría decir el bienestar de cada uno de los hogares colombianos se vería afectado ya que con la reactivación del empleo se verían mayores ingresos en cada uno de los núcleos familiares.

Otro ámbito económico a tener en cuenta es que con la exportación de mermeladas y la correcta consecución de estas se incentiva a las demás industria a realizar esta misma actividad, elementos que desencadenarían diversos beneficios para el país como mayores ingresos, mayor inversión extranjera, mayor conocimiento de la mano de obra y producción nacional en el extranjero y entre otros.

Toda empresa siempre busca beneficiar en cierta medida el medio ambiente y este estudio no es la excepción, por esto la única manera en que el proyecto pueda contribuir es mediante el cumplimiento de ciertos estándares de calidad que permitan el desarrollo de un producto de excelentes cualidades que sea certificado

como amigable con el ambiente y que a la hora de ser exportado a la unión europea más específicamente a Inglaterra las entidades internacionales lo cataloguen de acuerdo al uso eco-etiquetas.

Por medio de las eco-etiquetas, un exportador demuestra q su producto fue fabricado bajo unos parámetros que dejaron un mínimo margen de impacto ambiental, situación que es vista con mucho agrado por el británico pues hoy en día se promueve el consumo con responsabilidad social, por ello se debe resaltar que las mermeladas picantes son las mejores en su género porque a nivel de responsabilidad social están cuidando al medio ambiente y a la sociedad.

Dentro del marco social se puede destacar que el producto brinda múltiples beneficios de salud, nutricionales y de innovación.

A través de este producto se da un impacto positivo a sus consumidores ofreciéndoles el sentir de hacer una compra responsable tanto para con ellos como con la naturaleza y de estar tranquilos por la calidad y sanidad del producto.

Las mermeladas picantes al producirse bajo los parámetros establecidos por la Unión Europea y Colombia y al obtener todos esos sellos de calidad y fitosanidad dan una garantía y seguridad al consumidor sobre lo que compran.

Es de público conocimiento la transformación cultural que tiene Inglaterra, es decir, Londres es el epicentro de llegada de muchas personas de diferentes países y mal que bien esto los ha afectado, por lo tanto este tipo de circunstancias se deben convertir en una oportunidad para establecer un producto en el mercado y a través de las mermeladas picantes reafirmar esa situación social y dar a conocer a todos un poquito de cada cultura.

## 7. ANÁLISIS INTEGRAL DEL PROYECTO

Muchas son las variables a tener en cuenta al incursionar en un nuevo mercado, en el caso de las mermeladas picantes de mora se ve en términos generales aspectos positivos con relación a la inversión en el mercado Ingles, ya que el producto como tal no resulta del todo desconocido debido a que actualmente en dicha región se encuentran algunas empresas que destinan su actividad principal al desarrollo de alimentos con ingredientes exóticos como condimentos y licores.

Hoy en día es necesario acatar signos que el mismo consumidor le demuestra al empresario en el caso del mercado ingles se ha evidenciado que es una cultura totalmente desprevenida en cuestión de obtención de alimentos siempre y cuando estos no atenten contra su integridad física, en cuestión de precios y manipulación no escatiman gastos ya que como la mayoría de culturas industrializadas la vida cotidiana se ha vuelto totalmente rutinaria y acelerada propendiendo por activar todo el consumo de comidas rápidas e ingredientes que sean de fácil manipulación, es allí donde entran las mermeladas picantes ya que como acompañante o ingrediente para condimentar cárnicos, harinas y demás alimentos resulta totalmente estratégico.

Además con la compilación de información suministrada por las entidades encargadas de asesoría de comercio exterior también se logro determinar que a nivel tanto nacional como internacional el actual empresario emprendedor tiene grandes facilidades para tratar de incursionar en mercados extranjeros ya que a partir de estos entes puede enterarse de los diversos mecanismos de facilitación de la actividad exportadora, un ejemplo tal son las mermeladas ya que con dicho estudio se ha logrado determinar diversas ayudas para hacer este proyecto realidad como los actuales acuerdos comerciales que tiene el Reino Unido con

Colombia, los cuales buscan como fin último beneficiar las partes desgravando una lista determinada de artículos, otro tópico esencial es que tanto las cámaras de comercio y demás entidades han resultado benéficas en la medida en que han informado las empresas actuales que se encuentran en el mercado inglés y que venden productos iguales o con características similares al manejado, otro elemento esencial a retomar es que para el actual exportador se brinda total libertad en cuestión de participación y conocimiento de ferias, directorios empresariales, eventos y entre otros elementos esenciales para conocer la cultura de otros países y poder concretar negocios.

Después del estudio realizado a la parte técnica y las diferentes variables que a este lo complementan, se determina que se evidencia gran viabilidad, ya que Colombia como territorio cuenta con grandes características climáticas que favorecen el cultivo y producción de alimentos en base de frutas de óptima calidad. Por otro lado es necesario que se maneje buenos ámbitos en relación a las comunicaciones entre la empresa que va a emprender con este proyecto y los proveedores de materia prima que en este caso son los campesinos buscando el bien común para ambas partes ya sea en cuestión de abastecimiento, calidad, precios y demás elementos.

Teniendo en cuenta la compilación de datos demográficos del mercado inglés se arrojó un punto totalmente estratégico que es el gran consumo de alimentos picantes en dicha región, como empresa el ente que dirija este proyecto tiene que hacerse de materiales y maquinaria de alta tecnología ya que como finalidad primordial lo que se pretende es ofrecer un producto de excelente calidad el cual sea totalmente competitivo en el mercado inglés y que sea considerado exportable para otros países.

Cabe notar que los procedimientos técnicos detallados en el análisis técnico cumplen con las mínimas regulaciones y descripciones que el INVIMA exige y que como tal a nivel internacional son requisitos primordiales.

En relación al estudio legal, éste complementa la investigación en el sentido en que así hagan todos los análisis financieros, técnicos y de mercado y no se cumpla con lo que exige la ley es en vano, por lo tanto para hacer las cosas bien desde un comienzo es de vital importancia informarse sobre este asunto y evitar sanciones por incumplimiento, clausura de las exportaciones o que simplemente el producto no pase de la aduana en el lugar de destino.

De acuerdo a lo anterior luego de realizar las investigaciones pertinentes respecto a los requisitos que las mermeladas picantes deben cumplir para poder circular al interior del Reino Unido y de toda la Unión Europeo se destacan los siguientes puntos:

- Guiarse bajo los requerimientos y mandatos que hace la Unión Europea sobre las características físicas, químicas, microbiológicas, de producción, de composición, de nutrición y de legislación en las mermeladas y jaleas para que el producto no sea restringido.
  
- De acuerdo a la tendencia de la vida y alimentación sana, las mermeladas picantes deben garantizar que la persona que adquiriera este producto no corre ningún riesgo al digerirlo
  
- Cumplir con el reglamento y control sanitario tanto del gobierno colombiano como el británico.

- Se encontró que el Reino Unido protege su industria agrícola a través de barreras fitosanitarias no muy estrictas pero que si pueden entorpecer la exportación
- Los productos agrícolas no necesitan permiso de importación
- Cuando se hace una exportación, la carga debe ir acompañada de su respectiva factura comercial, guía aérea, lista de empaque y si es necesario certificado de origen. Esto es muy importante pues si uno de estos papeles falta o está mal diligenciado la carga no podrá ser nacionalizada y dificultara todo el proceso al importador.
- El producto de mermelada picante tiene un IVA del cero por ciento (0%) por ser un producto alimenticio, establecido así por el gobierno británico.
- El arancel es calculado sobre el valor de la mercancía demostrado en la factura comercial, Colombia actualmente goza de las preferencias arancelarias del SGP Plus otorgadas por la Unión Europea, aún así el arancel no es del 0% pero si presenta un porcentaje menor facilitando la posibilidad de entrar al mercado con un precio competitivo.
- El etiquetado debe tener la mayor información posible que haga sentir al comprador seguro cuando consuma el producto, ejemplo de ello es dimensiones, peso, composición química, país de origen, entre otros. El cliente aprecia el hecho de que un producto en su etiqueta provea la mayor información posible.
- La marca C.E “Conformité Europeene” traducido como de conformidad a la Unión Europea es una marca que debe ser requerida a la Unión para la cual da unas exigencias de sanidad que deben ser cubiertas por el productor para que una vez esta marca sea otorgada el producto pueda circular libremente por todos los

países pertenecientes a la Unión Europea. Si el productor de mermeladas picantes logra obtener esta marca es un factor positivo que le da una vez más tranquilidad al consumidor pues este puede estar seguro que el producto cumple con los parámetros sanitarios correspondientes.

- Se encontró que el Global GAP (referente al BPA buenas prácticas agrícolas en Colombia) si bien no es obligatorio al momento de realizar la exportación y no es exigido por el gobierno británico, si es un requisito para el comprador, es decir si las mermeladas picantes tienen esta marca, se está diciendo que el producto es integro en el sentido en que tiene un bajo impacto en el medio ambiente, no tiene ningún químico que atente contra la salud y se respeta y se le da seguridad a los trabajadores.

- Hacer uso de los acuerdos comerciales o preferencias arancelarias en las que se acobijan productos de origen colombiano permite que en materia de competitividad el precio de la mermelada picante pueda enfrentarse a múltiples productores de mermeladas de carácter nacional e internacional.

Si bien es repetitivo, la tendencia que ha tenido Europa por un consumo sano, ser ecológicos y cuidar de los trabajadores ha sido tan fuerte y de grandes masas que el gobierno se ha preocupado por proteger esa cultura o conciencia que sus habitantes han adquirido, por lo tanto al conocer sobre estos requerimientos legales se puede conocer un poco a su consumidor y diseñar estrategias que contribuyan al éxito del producto.

Después de una serie de análisis económicos e índices financieros los cuales son la base fundamental para determinar si el proyecto es viable o no, la respuesta arrojada ha sido positiva, ya que beneficia como tal al proyecto a nivel de rentabilidad, recuperación de la inversión, motivación al inversionista y mecanismos de financiación.

Puede resultar algo desmotivante la inversión inicial que se debe realizar para el adecuado desarrollo del estudio, pero al calcular los diversos diagnósticos que el proyecto maneja se visualiza que el nivel de ventas y sus debidos incrementos demuestran que el flujo de caja que se manejaría sería totalmente efectivo a la hora de recuperar cada peso invertido, factor que incentiva a tomar demás decisiones de crecimiento y sostenimiento de la empresa que retome esta idea de negocios.

Con referencia al proceso exportador aunque los costos como tal son algo altos, el precio final que cubre todos los costos por los que tuvo que pasar la compañía será un precio relativamente económico en comparación con la competencia ya que algunas mermeladas tradicionales cuestan entre 2.5 y 3 libras y el producto que desarrollara este proyecto solo cuesta 2.29 libras.

El análisis financiero para el proyecto de exportación de Mermelada Picante de mora hacia Inglaterra, se basa inicialmente de la exportación mensual de 2000 unidades de mermelada picante al mes las cuales se enviaran en una sola exportación, con la colaboración de Panalpina, (agente de carga que nos provee la cotización para la exportación), el reto de exportar a Inglaterra hace que se genere la necesidad de buscar alianzas estratégicas con agentes de carga, proveedores de fruta y clientes, con el fin de ser competitivos en dicho mercado

## 8. CONCLUSIONES

Para concluir se debe mencionar que indiscutiblemente este proyecto de exportación de mermeladas picantes hacia Inglaterra es una gran oportunidad de crecimiento para la industria de conservas, frutas frescas y productos picantes, aunque es un producto innovador para el mercado inglés se tiene una absoluta seguridad de que el producto será un éxito debido a la creciente demanda en los últimos años en productos tanto a base de frutas como picantes.

Con base a la cultura y los diferentes rasgos distintivos de la comunidad inglesa la captación de productos como las mermeladas picantes representan soluciones prácticas para el estilo de vida tan rutinario y acelerado que estos manejan, además con la actual inmersión de diversas culturas a esta región la concepción de productos picantes ha tenido una total aceptación.

En relación a elementos de mercadeo como lo son la asignación de precios y determinación de la competencia, el proyecto como tal se ve beneficiado en la medida en que el precio que se maneje sea paralelo a los estándares manejados por las empresas que manufacturan mermeladas de sabores tradicionales, ya que estas serían por el momento la competencia directa a considerar debido a que actualmente en dicha zona no se encuentran compañías que manufacturen productos que tengan la misma naturaleza que las mermeladas picantes.

El reto de entrar en un nuevo mercado, le exige a la empresa llevar a cabo el funcionamiento del proyecto principalmente generando relaciones comerciales entre agentes aduaneros, cultivadores, proveedores de materia prima entre otros, con el fin de coordinar el proceso de exportación con tiempo, abastecimiento del mercado y cumplimiento con cada una de las normas exigidas para el ingreso de

las mermeladas al mercado Ingles, para así no ir a incurrir en perdidas ya que los costos logísticos de exportación son bastante altos.

Actualmente son muchas las entidades que facilitan la consecución de operaciones aduaneras, PROEXPORT en el caso de la exportación de mermeladas picantes ha resultado una institución que ha facilitado el conocimiento de diferentes márgenes de consumo de dicho producto y sus derivados en el exterior, además de los diversos elementos a tener en cuenta con respecto a la legislación internacional, la cual según el análisis realizado beneficia en su gran mayoría a los productores colombianos que deseen incurrir en dichas actividades como consecuencia de los diversos acuerdos comerciales que se han firmado entre ambas naciones, propendiendo por impulsar el desarrollo, el bien común y la creación de empresa.

Además la actual legislación Inglesa según análisis realizados no prohíbe la entrada de inversión extranjera, con el fin de mitigar el actual déficit que esta presenta.

A nivel de producción de frutas, Inglaterra se considera una zona totalmente estratégica, ya que actualmente es una región donde se está tecnificando el sector primario, factor que en cierta medida puede ser aprovechado por la compañía que desee implementar el proyecto debido a que con dicho tópico puede ahorrar en aspectos como logística internacional, ya que produciría las mermeladas en dicha región, claro está que con la producción nacional y los diferentes convenios que se tienen en Colombia, la producción nacional también resulta competitiva en comparación a la producción que se lleva a cabo en otro países competencia como Francia, país que actualmente lidera el ranking en producción de mermeladas.

Por otro lado para dar cumplimiento al abastecimiento del mercado ingles y a cada una de las políticas de higiene exigidas tanto por Colombia como por Inglaterra, la empresa que lidere este proyecto tendrá la responsabilidad de verificar cada paso de la producción de mermeladas picantes con el fin de garantizar un producto 100% natural y que cumpla con los estándares de sanidad de ambas naciones para así poder tener una producción estandarizada y evitar inconvenientes al momento de exportación.

Actualmente toda empresa que funcione en ambas naciones se encuentran cobijadas por normas de buen funcionamiento a nivel internacional, con el fin de garantizar a los consumidores de este tipo de productos calidad y seguridad a la hora de ingerir dichos elementos,

Al realizar una matriz de Distribución Física Internacional (FDI), se pudo determinar el costo del producto puesto en el país de destino el cual será de 2.29 libras precio relativamente económico si se compara con las demás conservas de la competencia ya que estas tienen precios que oscilan entre 2.5 y 3 libras esterlinas, este aspecto será fundamental para posicionar la marca y llegarle a todo tipo de consumidor.

## 9. RECOMENDACIONES

- Resaltar el valor agregado de la mermelada que se va a comercializar el cual es el sabor picante, destacar sus beneficios relacionados a la salud, bajo impacto ambiental y los diferentes usos que se le pueden dar; ejemplo de ello es que puede ser un complemento a una receta para resaltar algún sabor exótico o para consumirla a cualquier hora del día.
- Según el estudio el 80% de las decisiones de compra las hace la mujer; así la publicidad debe ser dirigida hacia ellas para destacar lo multifacético del producto y la responsabilidad social de este.
- La mermelada picante es un producto segmentado dentro de un estrato socioeconómico medio-alto y alto para familias con la capacidad de adquirir productos que no pertenezcan a la canasta familiar y dispuestos a pagar un precio un poco más alto al que se encuentra en el mercado; inclusive la mermeladas de frutas picante se puede ubicar en dos líneas: para consumo diario y gourmet cambiándole una característica que lo pueda ubicar en ambas ejemplo el % de picante o la fruta de la cual es producida.
- Para hacer el producto más atractivo, con la ayuda de la tecnología se puede pensar en un empaque orgánico que se degrade o de vidrio reciclado o que sean reutilizables para decoración del hogar; llevando así la marca ambiental a todas partes.
- Cerciorarse de cumplir con los vistos buenos a la hora de exportar, estos se le pueden preguntar al importador además de otras exigencias hechas específicamente por el gobierno británico y evitar problemas con la aduana.

- Hacer simulaciones de exportación bajo las condiciones más críticas para identificar en que calidad el cliente recibe el producto.
- Al hacer las cotizaciones con las agencias de aduanas, asegurarse de que en estas se encuentren absolutamente todos los costos para no llevarse sorpresas a la hora de facturación y advertirles que solo se pagara lo que esté en la cotización.
- Vender el producto recomendablemente FCA y máximo CPR pero después de tener experiencia en exportaciones, el motivo es que por desconocimiento e inexperiencia se pueden cometer errores que suelen ser muy costosos y quebrar a la empresa; además los importadores tienen un mayor recorrido y control sobre todo lo relacionado con comercio internacional.
- Es indispensable en todo negocio tomar todas las decisiones de acuerdo a los costos, que cualquier cambio no represente perdida de dinero si no que sea una inversión. Todos los involucrados en el proceso tanto de producción como de comercialización deben tener un manejo del 100% de los costos.

## **ANEXOS**

### **ANEXO Nº1**

#### **ACCESO AL MERCADO DE REINO UNIDO**

##### **Reino Unido**

Análisis de los diferentes acuerdos comerciales en los que participa el Reino Unido y de los diferentes esquemas preferenciales que otorga, con énfasis en los que se beneficie Colombia.

##### **ACUERDOS COMERCIALES**

Cada año la Comunidad Europea celebra una serie de acuerdos con terceros países y organizaciones internacionales. Estos acuerdos pueden ser de carácter global, como los acuerdos comerciales, de cooperación y desarrollo y de asociación, o bien abarcar un amplio espectro de sectores específicos como el textil, la pesca, aduanas, ciencia y tecnología, transportes, etc. También hay acuerdos que pueden celebrarse con arreglo a lo establecido en el artículo 24 del Tratado de la Unión Europea.

##### **Acuerdos de Libre Comercio con los países AELC (EFTA)**

La Asociación Europea de Libre Comercio se creó en 1960. Durante los años setenta y ochenta se firmaron acuerdos bilaterales, por separado, para el establecimiento de áreas de libre comercio entre la UE y EFTA; mediante la reducción de aranceles, se liberalizó el comercio de productos manufacturados.

El proceso de unificación de la UE llevó a los países de EFTA a la presentación oficial de su solicitud de ingreso a la UE. En aquel momento, se optó por la creación del Espacio Económico Europeo (EEE) en lugar de la ampliación de la UE. La EEE permite la libre circulación entre los dos bloques de mercancías, capitales, servicios y personas. No obstante, varios países de EFTA decidieron seguir adelante con su solicitud de ingreso, y así, el 1 de enero de 1995, Suecia, Finlandia y Austria se sumaron a la UE. Desde esa fecha, EFTA ha quedado compuesta por Suiza, Noruega, Liechtenstein e Islandia, de los que Suiza es el único país que no participa en el EEE.

## **Asociación Europea con los Balcanes**

Se establecerán asociaciones europeas con la Albania, Bosnia y Herzegovina, Croacia, la ex República Yugoslava de Macedonia y Serbia y Montenegro, incluido Kosovo, tal y como se define en la Resolución 1244 del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas de 10 de junio de 1999, (en lo sucesivo. Las asociaciones europeas constituirán el marco en el que se inscribirán las prioridades resultantes del análisis de las distintas situaciones de los socios, en las que se centrará la preparación para una mayor integración en la Unión Europea, teniendo en cuenta los criterios establecidos por el Consejo Europeo y los avances logrados en el desarrollo del proceso de estabilización y asociación, incluidos, si procede, los acuerdos de estabilización y asociación, y en especial la cooperación regional.

Los días 9 de abril y 29 de octubre de 2001, respectivamente, se firmaron dos Acuerdos de Estabilización y Asociación - AEA con la Antigua República Yugoslava de Macedonia y Croacia. Posteriormente, ambos países presentaron su solicitud de adhesión a la UE. En cambio, pese a los estudios de viabilidad efectuados durante el año 2003, Albania, Bosnia y Hercegovina y Serbia y Montenegro siguen sin reunir las condiciones necesarias para firmar este tipo de acuerdos. Por su parte, Kosovo se beneficia de todos los elementos del proceso de estabilización y asociación, excepto de la posibilidad de mantener relaciones contractuales con la UE.

La introducción por la UE de medidas comerciales excepcionales en favor de los Balcanes Occidentales en septiembre de 2000 proporcionó a la región un libre acceso uniforme y de amplio alcance de prácticamente todos los productos al mercado de la Unión. En la fase actual, Albania y Serbia y Montenegro son los países que, sin asomo de duda, han obtenido un mayor beneficio.

Para poder aprovechar al máximo las medidas comerciales de la UE, los países en cuestión deben aumentar su competitividad, diversificar su producción, sensibilizar a los operadores económicos acerca del potencial que representan estas medidas e incluso adaptarse a las normas de la UE, especialmente a las normas sanitarias.

## **Acuerdos Comerciales Regionales y Bilaterales**

La UE mantiene acuerdos comerciales regionales con los países magrebíes, Marruecos, Argelia y Túnez y con los países del Machrak Egipto, Jordania, Líbano

y Siria. El acuerdo con los países magrebíes contempla una reducción arancelaria para casi todos los productos, de un mínimo del 40% y un máximo del 80%, y la supresión total de aranceles para los productos industriales. En cuanto a los países del Machrak, las reducciones son ligeramente más elevadas (entre el 20 y el 100%), aunque algunos productos textiles quedan excluidos. Estos acuerdos incluyen también ayuda financiera y su objetivo consiste en el estímulo del desarrollo económico. Los exportadores de los países Machrak y del Magreb están obligados a presentar el certificado EUR 1.

La UE también ha firmado acuerdos por separado con determinados países como Turquía, Chipre y Malta. Estos acuerdos, también conocidos como acuerdos de Asociación, han sido concebidos para servir de trampolín a los países candidatos para su futuro acceso a la Unión Europea. El 1 de enero de 1996, Turquía fue el primer país en ingresar a la Unión Aduanera de la UE sin ser miembro de pleno derecho. A la Unión Aduanera le competen exclusivamente los productos industriales y los productos agrícolas elaborados. El próximo 1º de mayo de 2004, Malta, Chipre y ocho países de Europa Central y Oriental, entrarán a ser parte de la Unión Europea.

Los últimos acuerdos celebrados fueron al nivel de negociación con Egipto en 1999, Acuerdo de Libre comercio con Sur Africa en 2000, y con América se celebraron los primeros acuerdos preferenciales de comercio con México en Noviembre de 1999, en tanto que en 2000 comenzaron las negociaciones con Chile y Mercosur.

Precisamente con Chile, el 18 de Noviembre de 2002 se firmó en Bruselas el acuerdo de asociación entre este país y la Unión Europea; el Acuerdo está dividido en cinco partes: la primera contiene disposiciones generales e instituciones; la segunda está dedicada al diálogo político; la tercera desarrolla el tema de la cooperación, destacando la cooperación económica en la cual se incluye la cooperación aduanera; la cuarta está referida al comercio y cuestiones relacionadas con el comercio, conteniendo las materias referidas a disposiciones generales, libre circulación de bienes, eliminación de derechos de aduana con los calendarios de desgravación para las tres categorías de productos negociados, a saber, productos industriales, pescados y productos de la pesca, productos agrícolas y productos agrícolas transformados, además en esta parte se tratan las medidas no arancelarias; y la quinta contiene las disposiciones finales en donde se definen las Partes, y la norma sobre la entrada en vigor del Acuerdo y la duración de éste.

Respecto a las negociaciones con Mercosur parece bastante probable que entre 2003 y 2005 se cierre algún modelo de liberalización comercial, donde se asume un plazo de transición de entre diez o quince años para la supresión total de las barreras arancelarias y no arancelarias sobre algunos de los productos más sensibles del comercio entre ambos bloques. Así, ante este escenario, una gran parte del comercio podría ser desarrollado sin trabas en 2010, pero la completa liberalización puede que sea improbable antes de 2015.

Acuerdos con Países del Africa, Caribe y Pacífico (ACP) – Convención de Lomé  
La Convención de Lomé incluye en la actualidad 70 países de Africa, Caribe y el Pacífico (ACP) y territorios de ultramar, todos ellos antiguas colonias de Europa. La Convención de Lomé se creó con el fin de contribuir a la promoción y aceleración del desarrollo económico, social y cultural de los países ACP, basado en los intereses mutuos de las partes contratantes. Muy importante, en este sentido, es que ninguna de las partes puede aumentar el volumen de sus exportaciones en perjuicio de la producción local del país importador. Con este fin, la UE estableció en el convenio una cláusula especial de salvaguardia.

Tres mecanismos sustentan la Convención de Lomé; el Banco de Inversión Europeo, el Fondo Europeo de Desarrollo (FED) y las preferencias comerciales.

El tratado de Lomé se basa en una reciprocidad asimétrica, ya que obliga a la UE a otorgar un mayor número de preferencias a los países ACP de las que éstos están obligados a conceder a la UE. Los países ACP, sin embargo, deben conceder a la UE estatus de Nación Más Favorecida para sus productos.

La concesión de preferencias a los países ACP tiene como objetivo el aumento de sus exportaciones a la UE, sin embargo éstas no garantizan un acceso libre al mercado de la UE durante todo el año. Existe una serie de productos agrícolas sujetos a gravámenes que varían según los niveles de producción intracomunitaria. A raíz de la revisión de la Convención de Lomé IV, los países ACP disfrutaban de una preferencia de al menos el 16% del AAC. Siendo el vino, el limón y la oliva las únicas excepciones.

En Febrero de 2000, La UE y los países ACP, acordaron la creación del Acuerdo de Asociación de Suva (The Partnership Agreement of Suva), que reemplazará la cuarta convención de Lomé. Con este nuevo acuerdo continúan las preferencias arancelarias no recíprocas para los países ACP hasta el 2007. Se espera que con

este nuevo plazo, los próximos acuerdos sean compatibles con las directrices del WTO.

Según lo previsto, el 23 de Junio del 2000 se firmó el Acuerdo de Cotonou en sustitución de la Convención de Lomé. Este Acuerdo define claramente una perspectiva que combina política, comercio y desarrollo.

### **Sistema Generalizado de Preferencias de la Unión Europea (SGP Plus)**

El SGP europeo concede desde 1971, preferencias comerciales a los países en desarrollo dentro de su sistema de preferencias arancelarias generalizadas. La política comercial de la Comunidad ha de ser acorde a los objetivos de la política de desarrollo y potenciar dichos objetivos, en particular la erradicación de la pobreza y el fomento del desarrollo sostenible y la gobernanza en los países en desarrollo. Debe ajustarse además a los requisitos de la OMC y en particular, a la cláusula de habilitación del GATT de 1979 (trato diferenciado y más favorable, reciprocidad y mayor participación de los países en desarrollo).

El sistema de preferencias generalizadas consiste en un régimen general para todos los países y territorios beneficiarios y dos regímenes especiales que tengan en cuenta las necesidades concretas de los países en desarrollo cuya situación sea similar.

El régimen general aplica a todos los países beneficiarios, siempre y cuando el Banco Mundial no los considere países con ingresos elevados y sus exportaciones no sean suficientemente diversificadas.

El régimen especial de estímulo (SGP PLUS) del desarrollo sostenible y la gobernanza se aplica a países en desarrollo que son vulnerables por su falta de diversificación y su insuficiente integración en el comercio mundial, al mismo tiempo asumen la responsabilidad de ratificar y aplicar los convenios internacionales sobre derechos humanos y laborales, protección del medio ambiente y gobernanza, por lo cual tendrán preferencias adicionales, destinadas a fomentar el crecimiento económico y de éste modo responder positivamente a la necesidad de desarrollo sostenible, por tanto se suspenden los derechos ad valorem y los derechos específicos (excepto los combinados con un derecho ad valorem) para los países beneficiarios.

El régimen especial de estímulo del desarrollo y la gobernanza debe aplicarse a la entrada en vigor del Reglamento (CE) No.980 de 2005 en su totalidad para

ajustarse a la normativa de la OIT relativa al régimen especial de apoyo a la lucha contra la producción y el tráfico de drogas.

Se mantiene la suspensión de los derechos arancelarios para los productos no sensibles y se aplica una reducción de los mismos para los productos sensibles. Se mantiene igualmente el mecanismo de graduación, así como, la retirada temporal de las preferencias.

Las normas de origen, relacionadas con la definición del concepto de producto originario establecidos en el Reglamento (CEE) No. 2454/93, deben aplicarse a las preferencias establecidas en el Reglamento (CE) No.980/2005, para garantizar que el régimen beneficie sólo a quienes está destinado.

El régimen especial de estímulo deroga desde su entrada en vigor, el régimen especial de apoyo a la lucha contra la producción y el tráfico de droga establecido mediante Reglamento (CE) No.2501/2001.

El Sistema de Preferencias Arancelarias Generalizadas se aplicará en el período 2006 – 2015. El Reglamento (CE) No.980/2005 de 27 de junio de 2005, establece su aplicación hasta el 31 de diciembre de 2008.

Según el Diario Oficial de la Unión Europea L 337/50 del 22/12/2005, se publica la Decisión de la Comisión relativa a la lista de los países beneficiarios acogidos al régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza establecido en el artículo 26, letra e, del Reglamento (CE) No. 980/2005 del Consejo, relativo a la aplicación de un sistema de preferencias arancelarias generalizadas (2005/924/CE), del 1 de enero de 2006 al 31 de diciembre de 2008:

Bolivia  
Colombia  
CostaRica  
Ecuador  
Georgia  
Guatemala  
Honduras  
SriLanka  
Rep.DeMoldova  
Mongolia  
Nicaragua

Panamá  
Perú  
El Salvador  
Venezuela

### **Beneficios para Colombia**

El Ministro de Comercio, Industria y Turismo, Jorge Humberto Botero, afirmó hoy (21/12/05) que, Colombia fue incluida para los próximos 10 años, como beneficiario de las preferencias arancelarias otorgadas por la Unión Europea, como estímulo especial al desarrollo sostenible, más conocido como Régimen “SGP PLUS”.

El Ministro señaló que la Comisión Europea aprobó hoy, 21 de diciembre, la Decisión que contiene la lista de países beneficiarios. Colombia fue incluido por haber presentado en orden todos los documentos que la acreditan cumplir plenamente los requisitos para acceder al Régimen Especial de Estímulo al Desarrollo Sostenible y la Gobernanza (“SGP+”), En efecto, Colombia ha ratificado y aplica todas las convenciones de Naciones Unidas y la Organización Internacional del Trabajo, los Convenios referentes al Medio Ambiente y los principios de gobernanza. Además de ser un país vulnerable, ya que no está catalogado por el Banco Mundial como de altos ingresos y sus exportaciones bajo el SGP tienen una participación menor al 1% del total importado por la UE bajo el esquema preferencial.

El nuevo régimen de preferencias arancelarias incluye 6.600 productos diferentes, 4.037 sensibles y 2.563 no sensibles, si son de origen colombiano, todos con arancel cero, excepto camarón que estará gravado con un arancel preferencial de 3,6%, el cual es menor que el arancel general que llega hasta el 12%.

El atún, camarón, plátano hortaliza, café liofilizado, aceites vegetales, cacao y sus productos, algunas frutas tropicales, textiles, confecciones, artículos plásticos, cerámicos de cuero, artículos de cuero, calzado, y un gran número de productos industriales entrarán a Europa con 0% de arancel

En 1992, el SGP Droga beneficiaba 56% de nuestras exportaciones a Europa, para algunos productos con arancel cero y otros con rebajas arancelarias parciales. En este mismo año estaban como consecuencia de un arancel general de cero, el 31% de nuestras ventas a ese mercado, lo que significaba una

liberación total de 87% exportado por Colombia. Los beneficios eran supremamente altos para nuestros productos al ingresar libres de arancel mientras que otros proveedores lo hacían con gravamen arancelario, el café verde en esa entonces llegaba a un arancel de 9%, el café liofilizado tenía un gravamen general del 21%, las flores tenían gravámenes que llegaba a 15% y 18%. En esa época también se beneficiaban todos nuestros productos industriales, con grandes beneficios especialmente para textiles y confecciones.

Actualmente las cosas han cambiado, pero nuestra liberación comercial en la UE ha permanecido. En efecto el 84% de nuestras exportaciones entran desgravadas y continuarán haciéndolo. Únicamente el banano se verá afectado por un arancel, los demás productos ingresarán sin gravámenes arancelarios, pero por efectos diferentes como consecuencia de cambios significativos en la política comercial europea, por ejemplo, el café se desgravó para todos los orígenes y también lo hicieron algunas frutas tropicales, ciertos productos industriales y minerales. En este último año el “SGP PLUS”, como beneficio de privilegio para unos pocos países, cobijó el 19,4% de nuestras exportaciones a Europa y el 63,69% están totalmente liberadas sin tener en cuenta su origen.

El nuevo “SGP PLUS” beneficiará para los próximos 10 años a cerca del 20% de nuestras exportaciones, principalmente atún, camarón, plátano hortaliza, café liofilizado, aceites vegetales, cacao y sus productos, algunas frutas tropicales, textiles, confecciones, artículos plásticos, cerámicos de cuero, artículos de cuero, calzado, y un gran número de productos industriales.

Las exportaciones de Colombia no serán graduadas, es decir, no les podrá ser retirado el beneficio arancelario del “SGP PLUS”, en los próximos 10 años por volumen de exportaciones, ya que la nueva fórmula que se aplicará para excluir de las preferencias a países altamente competitivos, señala una participación del 15% en las importaciones totales de la UE incluidas en el SGP por secciones del Sistema Armonizado. Este porcentaje sólo lo cumplen países con muy altas exportaciones como China, India y Tailandia, entre otros.

## **ARANCELES Y OTROS IMPUESTOS A LAS IMPORTACIONES**

### **Derechos de Aduana**

En general, no se han modificado las condiciones de acceso a los mercados de la Unión Europea desde 1997. La UE tiene básicamente un mercado abierto para los

productos no agrícolas (definición de la OMC, con exclusión del petróleo) y el promedio aritmético de los aranceles es del 4,5 por ciento. Sin embargo, se han establecido aranceles y contingentes más altos para los productos sensibles como los textiles y las prendas de vestir: la integración por la UE de esos productos al GATT de 1994 ha permitido liberalizar hasta la fecha 12 de los 52 contingentes, lo que sólo afecta a unos pocos proveedores. Varios exportadores de productos de hierro y acero, productos electrónicos y productos químicos se hallan sometidos a medidas antidumping y para 1999 se observa una tendencia al aumento de los procedimientos iniciados.

Una de las principales consecuencias del mercado único de la UE, es la uniformidad en los aranceles, los procedimientos aduaneros y que son solamente pagaderos en el puerto de entrada en la UE. Una vez que los impuestos entran a la UE, no existen más procedimientos aduaneros, y los productos pueden ser transportados fácilmente dentro de la UE.

Los aranceles se aplican a todos los productos, basados en el Sistema Armonizado (SA). El arancel promedio para los productos manufacturados es inferior al 4%, con excepciones para los productos agrícolas y los sensibles como los textiles y confecciones. Sin embargo estas tarifas tienden a disminuirse con el tiempo.

Según el acuerdo comercial que tenga la UE con el país de origen, los productos pueden estar exentos de arancel, o tener una tarifa reducida, así como por otras razones, como si son muestras sin valor comercial, bienes para reparación u otros productos que sean de importación temporal.

## **Gravámenes**

La política agrícola común tiene como objetivo ofrecer a los agricultores un nivel de vida razonable y a los consumidores alimentos de calidad a precios justos. La manera de alcanzar estos objetivos ha cambiado a lo largo de los años. La seguridad alimentaria, la preservación del medio ambiente rural y la relación calidad-precio son ahora los conceptos clave.

Las principales reformas que llevaron a la práctica los principios de la Agenda 2000 y se habían aprobado a mediados de 2003 se están aplicando ahora. Representan los cambios más radicales de la PAC desde su fundación en 1958. Las subvenciones a la producción están desapareciendo en gran medida y están siendo sustituidas por pagos directos a agricultores. Estos pagos están condicionados al cumplimiento de una serie de normas en materia de medio

ambiente, inocuidad de los alimentos, sanidad animal y vegetal y bienestar de los animales, así como al mantenimiento de las tierras de labor en buenas condiciones, tanto en lo que respecta a la agricultura como a la conservación del medio rural. Las reformas continúan y abarcan productos no incluidos en la primera fase en 2003. Entre ellos destacan el algodón, el lúpulo, el aceite de oliva, el tabaco y el azúcar.

Adicionalmente la UE, eliminó seis restricciones cuantitativas considerando los acuerdos con OMC, como por ejemplo la eliminación a la restricción al Carbón de Alemania, presente desde 1958, y la liberación de las importaciones provenientes del Japón, que existió entre 1991 y 1999.

A partir del 1º de enero de 2005, fueron eliminadas las cuotas de importación de textiles y confecciones como resultado de la entrada en vigencia de la cuarta y última etapa de eliminación del Acuerdo Multifibras. Adicionalmente se han establecido medidas Anti-dumping para las importaciones de productos en hierro y acero, productos electrónicos y productos químicos, para ciertos orígenes.

Debido a la existencia de un gran número de acuerdos y arreglos comerciales preferenciales de la UE, el trato NMF exclusivo se aplica sólo a las importaciones procedentes de Australia; el Canadá; Hong Kong, China; el Japón; la República de Corea; Nueva Zelandia; Singapur; y los Estados Unidos. El trato más ventajoso es el que se concede a los países menos adelantados y los países ACP (el 95 por ciento de las líneas se importan en franquicia arancelaria), seguidos por los acuerdos comerciales regionales (80 por ciento), los beneficiarios del SGP (64 por ciento) y los países sometidos únicamente al trato NMF (20 por ciento)

### **Anti-dumping**

Los gravámenes anti-dumping son impuestos aplicados a productos importados, vendidos en la UE a un precio inferior al de su mercado de origen. Cuando la industria local quede perjudicada por el producto importado, ésta podrá presentar una queja en Bruselas. Si la investigación establece la validez de la queja, se procederá a la aplicación del impuesto anti-dumping, en virtud del artículo 113 del Tratado de la UE. Estos gravámenes se podrán imponer con un plazo de aviso muy breve. Se aconseja a los exportadores informarse si existe algún gravamen de este tipo, o hay alguna investigación en marcha al respecto, previo a la exportación. Los gravámenes anti-dumping están especialmente relacionados con el sector de la alta tecnología, así como para las importaciones de productos en hierro y acero, productos electrónicos y productos químicos, para ciertos orígenes.

## Impuestos

Los impuestos son imposiciones a una serie de productos de acuerdo con su contenido y se aplican por igual a productos locales e importados. Ejemplos de productos gravados con impuestos son: las bebidas alcohólicas y no alcohólicas, el tabaco, y productos relacionados con el tabaco y aceites minerales usados como combustible. Los impuestos sobre aceites y productos oleaginosos incluyen un “impuesto verde”, destinado a la financiación de medidas de protección medioambiental. Debe quedar claro que los impuestos no están armonizados en la UE.

### **Impuesto al Valor Añadido - IVA**

Todos los productos a la venta en la UE están sometidos al Impuesto del Valor Añadido (IVA). Por lo general, las tarifas correspondientes a productos de primera necesidad son bajas y altas para los artículos de lujo. Aunque el propósito original era la armonización de los impuestos, existen todavía considerables diferencias entre los diferentes países en este respecto. Sin embargo, la armonización de las tarifas se mantiene en la agenda, por lo que este objetivo quizás pueda ser realizado a largo plazo.

El IVA estándar aplicable en Alemania es del 16%, la cual aplica para bienes de lujo; la tasa media es 7% y aplica a ciertos items entre los que se encuentran los alimentos, libros y otras publicaciones.

El IVA, está sujeto dentro de la Unión Europea a un mínimo del 15%. Pero algunos países Europeos aplican una tasa reducida hasta un mínimo del 5%.

## **REGULACIONES Y NORMAS**

### **Licencias de importación**

Esta podrá ser exigida para productos sensibles y estratégicos como acero, carbón y carbón de coque y armas. La concesión de las licencias de importación normalmente no suele entrañar dificultad y su solicitud corre a cargo del importador. Si el producto pertenece a la categoría del AMF y está sujeto a cupos, el exportador tendrá que facilitar al importador una licencia o certificado de

exportación, a fin de que el último pueda solicitar la licencia de importación (doble sistema de control)

### **Cuotas**

Las cuotas son restricciones en la cantidad de importaciones o exportaciones, y son utilizadas para regular la oferta. Las cuotas más comunes son los de tipo cuantitativo clasificados dentro del AMF. Este sistema de cuotas fue eliminado a partir del 1 de enero de 2005.

### **Certificado Fitosanitario**

Las regulaciones fitosanitarias se aplican a productos como las frutas frescas, esto significa que un certificado fitosanitario debe ser presentado, donde se certifica que el producto salió del país exportador en condiciones saludables, libre de insectos o enfermedades.

### **Prohibiciones**

La importación de ciertos productos está prohibida, o sólo permitida bajo ciertas condiciones. Se imponen prohibiciones principalmente al comercio de productos peligrosos, como en el caso de residuos químicos. También pueden estar sujetos a prohibiciones por razones de salud y seguridad, las medicinas, los pesticidas, las plantas y productos alimentarios, los productos eléctricos y las plantas y animales exóticos. Dos leyes muy importantes en estas áreas son la ley relativa a residuos químicos , y la ley CITES relativa a las especies amenazadas de fauna y flora. Los ejemplos más recientes de prohibiciones a las importaciones se encuentran en el sector de alimentos. Entre 1996 y 1999, existió la prohibición de importación de carne del Reino Unido , a raíz de la inquietud despertada por la denominada enfermedad de las vacas locas. En 1999, existió otra prohibición temporal a las importaciones de pollos y huevos de Bélgica, por la intoxicación de dioxine en los alimentos de los animales. La prohibición de la importación de los denominados colorantes azoicos, utilizados en los textiles y confecciones, fue otro ejemplo reciente en este sentido.

### **Seguridad Alimentaria**

Todos los ciudadanos europeos tienen derecho a una alimentación sana, variada y de calidad. Cualquier información relativa a la composición, los procesos de fabricación y la utilización de los alimentos debe ser clara y precisa. Para

garantizar un alto nivel de salud pública, la Unión Europea y los Estados miembros han incluido la seguridad alimentaria entre las prioridades de la agenda política europea. Lejos de ser considerada como un concepto aislado, la seguridad alimentaria se consolida como un objetivo transversal que debe ser integrado en la totalidad de las políticas comunitarias. No obstante, afecta de una forma más directa a una serie de competencias fundamentales de la Unión Europea: la política agrícola común ( PAC ), la realización del mercado interior , la protección de los consumidores , la salud pública y las acciones en defensa del medio ambiente.

Los sectores agrícola y alimentario europeos son de gran importancia para la economía europea. La Unión Europea es el segundo exportador mundial de productos agrícolas, después de los Estados Unidos. Su industria agroalimentaria de transformación ocupa el primer puesto mundial y es el tercer empleador industrial dentro de la Unión. Con más de 370 millones de consumidores, el mercado europeo es uno de los mayores del mundo, una tendencia que se reforzará con la adhesión de los países de Europa Central y Oriental. Al estar más informados y mejor organizados, los consumidores son cada vez más exigentes en materia de seguridad y calidad alimentarias.

Desde los años noventa y las crisis alimentarias que los han caracterizado, la Comisión Europea ha tomado conciencia de la necesidad de aplicar y hacer respetar una serie de normas de seguridad más estrictas en relación con toda la cadena alimentaria. Prueba de ello es el Libro Blanco sobre seguridad alimentaria, publicado en enero de 2000, que pone en marcha una política más preventiva de cara a posibles riesgos alimentarios, y que además mejora, a escala europea, la capacidad de reacción rápida en caso de que se pruebe la existencia de algún tipo de riesgo.

### **Trazabilidad**

Desde el 1° de enero de 2005, La Unión Europea está exigiendo a los exportadores de alimentos contar con sistemas que garanticen la trazabilidad de los productos. La Unión Europea ha introducido importantes cambios en la legislación de Alimentos, los cuales afectarán las exportaciones que efectúen terceros países como Colombia. En primer lugar, y a partir del 1° de enero de 2005, se están haciendo exigibles los requisitos en materia de Trazabilidad, con lo cual los exportadores de alimentos y piensos (alimentos para animales) deberán implementar en sus compañías sistemas de rastreo para los productos a lo largo

de la cadena alimenticia. En segundo lugar, y a partir de 2006, se harán exigibles las normas de higiene para alimentos y piensos, que en la práctica significa que todas las empresas de alimentos y piensos deben contar con sistemas HACCP.

### **En qué consiste la trazabilidad?**

De acuerdo con el reglamento 178/02 de la Comisión Europea, la trazabilidad es la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinados a ser incorporados en alimentos o piensos o con probabilidad de serlo.

### **Qué exige el reglamento 178/02?**

Según el artículo 18 del reglamento 178/02, las empresas de alimentos y piensos deberán contar con sistemas y procedimientos que les permitan: 1- identificar a los proveedores; 2- Identificar a las empresas a la cuales se les suministren los productos; 3- Poner a disposición de las autoridades esta información. Así mismo, los productos que se comercialicen o que se piensen comercializar en la Comunidad Europea deberán estar etiquetados y marcados adecuadamente.

### **Existe legislación adicional sobre trazabilidad?**

La normativa Europea sobre trazabilidad puede dividirse en dos categorías: La primera de carácter general o transversal como el Reglamento 178/02 que establece los lineamientos generales sobre la exigencia de trazabilidad para el sector alimenticio; y la segunda categoría, que corresponde a las normas específicas aplicables a ciertas categorías de productos como la carne bovina; el pescado y los productos de la pesca; la leche y los lácteos; los huevos; y los organismos modificados genéticamente.

### **Qué sistema debo implementar para garantizar la trazabilidad?**

El reglamento 178/02 no establece ningún requisito sobre el sistema o procedimiento que deban utilizar las empresas para garantizar la trazabilidad de los productos. A nivel internacional se han desarrollado algunas guías para la implementación de sistemas de trazabilidad. Estos son documentos de carácter general, de uso voluntario, que orientan a las empresas en la implementación de tales sistemas, entre otros, la Guía para la implementación de trazabilidad en

productos empresas Agroalimentarias elaborada por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria; y las Guías EAN para productos frescos, carnes, pescado.

### **Cuidado del Medio Ambiente**

La contaminación no respeta las fronteras nacionales. Por esta razón, la Unión Europea desempeña un papel especial en la protección del medio ambiente. Muchos problemas medioambientales de Europa no podrían abordarse sin una acción conjunta de todos los países de la UE.

La UE ha adoptado más de 200 directivas de protección del medio ambiente que se aplican en todos los Estados miembros. La mayoría de las directivas tienen como objetivo prevenir la contaminación del agua y del aire y fomentar la eliminación de residuos. Otras cuestiones importantes son la protección de la naturaleza y la supervisión de los procesos industriales peligrosos. La UE quiere organizar el transporte, la industria, la agricultura, la pesca, la energía y el turismo de manera que puedan desarrollarse sin destruir los recursos naturales - en pocas palabras, el desarrollo sostenible.

Ya tenemos un aire más limpio gracias a las decisiones de la UE de los años 90 de poner catalizadores en todos los coches y suprimir el plomo de la gasolina. En 1993, la Unión creó la Agencia Europea de Medio Ambiente, con sede en Copenhague. Este organismo recoge información sobre el estado de nuestro medio ambiente, permitiendo que las medidas de protección y las normas se basen en datos fiables.

Regulaciones sobre materias colorantes utilizadas en teñido de textiles y cueros y confecciones.

En ciertos mercados está cobrando relevancia los aspectos relacionados con la seguridad del consumidor, así como la protección del ambiente, especialmente en la Unión Europea. A continuación se presentan algunos aspectos que el exportador de prendas de vestir a la Unión Europea deberá tomar en consideración, adicional al etiquetado, medidas de protección a la salud y seguridad de los consumidores de este tipo de mercancías.

## **Regulaciones en materia de seguridad y medio ambiente**

La Directiva 76/769/CEE del Consejo, limita la comercialización y el uso de determinadas sustancias y preparados peligrosos (colorantes azoicos), disposiciones en vigor a partir del 11 de septiembre de 2003.

Uno de los objetivos de esta directiva es la protección de la salud y seguridad de los consumidores de artículos y prendas de vestir, entre otros. Lo anterior, en virtud de que se ha determinado que este tipo de productos que contienen determinados tintes azoicos, además de un efecto negativo sobre el medio ambiente, tienen la capacidad para liberar determinadas arilaminas, que pueden ser cancerígenas.

Se prohíbe el uso de colorantes azoicos peligrosos utilizados en el teñido de productos textiles y artículos de cuero. Asimismo, la puesta en el mercado comunitario de estos productos, que hubieran sido teñidos con cierto tipo de colorantes azoicos que no cumplan con lo dispuesto en la referida directiva.

Ambito de aplicación

Lo dispuesto en esta directiva aplica a todo producto textil y artículos de cuero que puedan entrar en contacto directo y prolongado con la piel humana o cavidad bucal. A la lista de productos que se incluye en el Anexo I de la Directiva 76/769/CEE, se agregan los siguientes:

- Prendas, ropa de cama, toallas, postizos, pelucas, sombreros, pañales y otros artículos sanitarios, sacos de dormir
- Calzado, guantes, correas de reloj, bolsos, monederos, billeteras, maletines, fundas para sillas
- Juguetes de tejido o de cuero y los que contengan accesorios de tejido o de cuero
- Hilados y tejidos a ser usados por el consumidor final

### **Niveles máximos permitidos de colorantes azoicos**

Para productos textiles y artículos de cuero fabricados con materia prima nueva, se establece un límite de tintes azoicos, que mediante fragmentación reductora de uno o más azoicos, pueda liberar una o más de las aminas aromáticas indicadas en el apéndice de la directiva, en concentraciones detectables, o sea, superiores a 30 partes por millón (ppm), en artículos acabados o en las partes teñidas de los

mismos. El límite aplica a aminas individuales y no a la suma, es decir, se permite la presencia de cada amina en un producto textil o artículo de cuero hasta 30 ppm. En los productos textiles fabricados a partir de fibras recicladas, debe aplicarse una concentración máxima de 70 ppm para las aminas enumeradas ppm para las aminas enumeradas en el punto 43 del apéndice de la Directiva 76/769/CE, durante un período transitorio que expira el 1 de enero de 2005, si las aminas son liberadas por residuos procedentes del teñido anterior de las mismas fibras, lo que permitirá el reciclado de productos textiles, con las consiguientes ventajas de carácter general para el ambiente.

## **ANEXO Nº2**

### **RELACIONES BILATERALES REINO UNIDO CON COLOMBIA**

- El intercambio comercial hortofrutícola en fresco y procesado entre Colombia y el Reino Unido es reducido, siendo uno de los más bajos registrados con los países de la Unión Europea. Una de las principales razones es la utilización de los puertos comerciales más importantes del continente, Holanda, Bélgica-Luxemburgo e incluso Alemania, como punto de ingreso al mercado, lo que dificulta cuantificar el valor y el volumen real de las importaciones procedentes de Colombia. Es decir que este análisis está basado en un intercambio comercial directo.
- En 2004 Colombia exportó frutas y hortalizas a Reino Unido por un valor total de US\$ 102.218, y Reino Unido exportó frutas y hortalizas a Colombia por un valor de US\$ 3.423.756, cifras que reflejan un bajo comercio directo entre estos dos países.
- Estas cifras muestran una balanza comercial superavitaria para Reino Unido y deficitaria para Colombia en estas categorías de productos en el año 2004, y al estudiar las cifras de comercio entre estos dos países desde 1994 hasta 2004
- El cálculo de la balanza comercial de Reino Unido (exportaciones menos importaciones) es superavitaria desde 1994, mostrando una tasa de crecimiento anual hasta 2004 del 13%. Desagregando las importaciones de Reino Unido desde Colombia han decrecido en – 9.5%, y las exportaciones directas de Reino Unido hacia Colombia han aumentado a una tasa de 10%.

- La balanza de hortalizas no muestra cifras de importaciones de éstas desde Colombia por lo que sería completamente superavitaria para Reino Unido en el decenio 1994 – 2004.
- La balanza de frutas es superavitaria para el mismo número de años, con un crecimiento de 9% para esos diez años.
- En 2004 las frutas que mas exportó Colombia a Reino Unido son frutas secas y banano fresco, correspondientes a valores de US\$ 56.947 y US\$ 1000 en 2004.
- Las exportaciones colombianas de frutas y hortalizas en valor muestran una tendencia decreciente hasta 2004, sin embargo el volumen de estos productos ha aumentado, por lo que se concluye que se han desvalorizado dichos productos.
- Por su lado las exportaciones de Reino Unido a Colombia han venido en aumento en los últimos años, y tanto en valor como en volumen muestran un comportamiento correlacionado, es decir que han ido en la misma dirección.

## **ANEXO 3**

### **COTIZACION FLETE MEDELLIN – LONDRES**

Subject: OFERTA MDE - LONDRES 0124

Buenos días

Agradecemos su solicitud y en respuesta a ella, anexo encontrara las opciones para embarcar guía directa a Londres, favor tener en cuenta que desde MEDELLIN existe dos posibilidades de enviar la carga a Londres vía Miami.

Se debe tener en cuenta lo siguiente:

- 1.- La carga debe salir acompañada con certificado fitosanitario (Se debe incluir declaración adicional según exigencia de la CEE)
- 2.- La carga debe salir acompañada con certificado de Origen
- 3.- La oferta esta en condiciones Aeropuerto - Aeropuerto
- 4.- En la segunda pestaña del archivo encuentra las opciones para enviar desde Bogota, y en este caso se debe sumar el trayecto nacional MDE-BOG que es US\$ 0.28 ctv x Kg

Quote No 0124



Nature of Goods FRESH FLOWERS  
23 de Agosto de 2010

CO-FOR-128 V1

RATES TO LONDRES (LON)

AIRLINE	FRECUENC	ROUTING	FLIGHT	SCALE	BASIC	F.S.		TOTAL USD
BRITISH AIRWAYS	DIARIO	MDE - MIA -	CARGA	.+100 Kgs	1,37	0,64	2,01	Kgm o 6 dcm3*

Comments Fletes Prepaid y Collect

AMERICAN AIRLINES	DIARIO	MDE - MIA - LON	PASAJEROS	.+100 kgms	1,70	0,30	2,00	Kgm o 6 dcm3*
-------------------	--------	-----------------	-----------	------------	------	------	------	---------------

Comments Avion Pasajero Fletes collect Disburment fee US20.00 collect Fee 3% en destino/Flete

Additional Charges

Due carrier USD 25.00

Due Agent USD 26.00

Additional comments

RATES AND CHARGES BASED ON CURREN MARKET CONDITIONS, SUBJET TO CHANGE WITH OR WITHOUT NOTICE, ACCORDING TO CARRIER'S RULES AND REGULATION POLICES.

Payment: For collect freight, please check with us (so we can confirm with carrier acceptance of collect charges). In the of shipping as prepaid (unless you have an account with Panalpina), please be so kind as to send prepayment to us.

Validity: Of our offer is based on the prevailing rates and conditions. Any changes made by the airlines will affect the present offer in the same proportion.

Important: All and any business undertaken, including any advice, information or service provided, whether gratuitously or not, is

Quote No

0124



Nature of Goods

FRESH FLOWERS

23 de Agosto de 2010

CO-FOR-128 V1

RATES TO LONDRES (LON)								
AIRLINE	FRECUENC	ROUTING	FLIGHT	SCALE	BASIC	F.S.		TOTAL USD
BRITISH AIRWAYS	DIABIO	BOG-MIA-LON	CARGA	.+100 Kgs	1,37	0,64	2,01	Kgm o 6 dcm3*
Comments	Fletes Prepaid y Collect							

MARTIN AIR	MAR-JUE-	BOG-AMS-	CARGUERO	.+100 k.gms	1,35	0,75	2,10	Kgm o 6 dcm3*
Comments	Avion Carguero Fletes Prepaid y Collect VUELO VIA SAN JUAN PUERTO RICO							

**Additional Charges**

**Due carrier** USD 25.00

**Due Agent** USD 26.00

**Additional comments**

RATES AND CHARGES BASED ON CURREN MARKET CONDITIONS, SUBJET TO CHANGE WITH OR WITHOUT NOTICE, ACCORDING TO CARRIER'S RULES AND REGULATION POLICES.

**Payment:** For collect freight, please check with us (so we can confirm with carrier acceptance of collect charges). In the of shipping as prepaid (unless you have an account with Panalpina), please be so kind as to send prepayment to us.

**Validity:** Of our offer is based on the prevailing rates and conditions. Any changes made by the airlines will affect the present offer in the same proportion.

**Important:** All and any business undertaken, including any advice, information or service provided, whether gratuitously or not, is transacted subject to our Trading conditions 2000 Edition (copy available on application).

## BIBLIOGRAFÍA

### Fuentes Primarias:

Agente de aduana y carga PANALPINA y SIAP. Hernando Marín. Auxiliar de Operación.

CI CLARO DE LUNA. Alberto Valencia. Gerente

PROEXPORT LONDRES. Juan Esteban Gaviria. Trade Assistant.

### Fuentes Secundarias:

HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto. “Fundamentos de Metodología de la Investigación”. Mc Graw Hill. Año 2007. Pag. 8- 150.

JIMÉNEZ MORA, Gustavo. “La cocina de las conservas saladas y dulces”. Disponible en:

[www.mailxmail.com](http://www.mailxmail.com)

MINERVI, Nicola. “La ingeniería de la Expotacion”. Cuarta edición. Mc Graw Hill. Año 2004

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. “Manual del Exportador de Frutas, Verduras y Tubérculos en Colombia”. Disponible en:

[www.cci.org.co/cci/cci\\_x/Sim/Manuales/Mercados internacionales/Reinounido/runido36.htm](http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Mercados_internacionales/Reinounido/runido36.htm)

Oficina de Estadísticas Nacionales del Reino Unido. “Geografía del Reino Unido”. Disponible en:

[www.wikipedia.org/wiki/Geografía\\_del\\_Reino\\_Unido](http://www.wikipedia.org/wiki/Geografía_del_Reino_Unido)

PEÑA, Triny. “La manipulación de los alimentos”. Disponible en:

[www.monografias.com/trabajos43/manipulacion-alimentos/manipulacion-alimentos](http://www.monografias.com/trabajos43/manipulacion-alimentos/manipulacion-alimentos)

Proexport. “Acceso al mercado de Reino Unido”. Disponible en:

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/NewsDetail.asp?ID=1179&IDCompany=16>

Proexport. “Guia para exportar al Reino Unido”. Disponible en:

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/NewsDetail.asp?ID=4047&IDCompany=16>

Proexport. “Informe de frutas exóticas, mermeladas y frutas deshidratadas”. Disponible en:

[www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo10050](http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo10050)

Proexport. “Jams, Jellies, Pastes and Purees, document”. Disponible en:

[www.cbi.eu/disclaimer](http://www.cbi.eu/disclaimer)

Proexport. “Perfil de Logística desde Colombia Hacia Reino Unido (P.P)”. Disponible en:

<http://www.proexport.com.co/VBeContent/NewsDetail.asp?ID=1229&IDCompany=16>

SHARON, Irma. “Dosis de energía”. Disponible en:

[www.ideasana.fundacioneroski.es](http://www.ideasana.fundacioneroski.es)

TAMAYO TAMAYO, Mario. “Serie aprender a investigar modulo 5 el proyecto de investigación”, Icfes. Año 1987. Pag 25 -107.