



TRABAJO DE GRADO

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE HELADO
DESDE NEIVA, HUILA CON DESTINO A LIMA PERU**

**DEISY CAROLINA VALDERRAMA MELENDEZ
JULIAN SANTIAGO ZAMBRANO RUIZ**

DIRECTOR

JUAN CARLOS PULIDO PEÑA

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL

DIRECCIÓN NACIONAL UDCII

NEIVA-HUILA

JUNIO, 2021

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA.....	10
ABSTRACT	12
INTRODUCCIÓN	14
2. JUSTIFICACIÓN.....	16
3. ANTECEDENTES.....	19
3.1 Planteamiento del problema.....	19
3.2 Alcance	23
3.3 Metodología.....	24
3.3.1 Fuentes de información Secundaria	24
3.3.2 Población y muestra	24
3.3.3 Técnicas e instrumentos para recolectar la información	25
3.3.4 Técnicas e instrumentos para analizar la información	25
3.3.5 Tipo de Estudio	26
4. OBJETIVOS	28
4.1 Objetivo General.....	28
4.2 Objetivos Específicos	28
5. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	29



5.1 Descripción del Producto	29
5.1.1 Características y usos	29
5.2 Ficha Técnica	31
5.3 Empaque, Embalaje y Dimensiones	32
5.3.1. Empaque y Embalaje.....	32
5.4 Clasificación Arancelaria	33
5.5 Empresa exportadora (PROCELACTEOS LTDA)	35
5.5.1 Definición de la empresa	35
5.5.2 Estudio Legal.....	36
5.5.3 Planeación Estratégica	36
5.5.3.1 Misión	37
5.5.3.2 Visión	37
5.5.3.3 Estructura organizacional	37
5.5.3.4 Valores institucionales empresariales:	38
5.5.4 Descripción del proceso productivo.....	39
5.5.4.1 Distribución de la Bodega	41
6. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA PLAN DE VENTAS Y MARKETING	43
6.1 Análisis del mercado internacional	43
6.1.1 Consumo mundial del producto	43



6.1.2 Oferta mundial del helado	45
6.2 Análisis del mercado objetivo	47
6.2.1 Oferta nacional del producto	47
6.2.3 Oferta nacional al mercado objetivo	49
6.2.4 Consumo del mercado objetivo y grado de concentración	49
6.3 Análisis de precios internacionales.....	51
6.3.1 Precios internacionales	51
6.3.2 Precios del mercado objetivo.....	51
6.4 Calculo margen de distribución internacional.....	52
6.5 Perfil del consumidor	53
6.6. Información del mercado objetivo	53
7. PLAN DE OPERACIÓN	55
7.1 Localización de la fábrica de producción Procelacteos LTD	55
7.2 Localización de Perú	55
7.3 Ruta de transporte	55
7.4 Sistemas de Comercialización.....	55
7.4.1 Sistema de Comercialización para utilizar.....	56
7.4.2 Descripción del contrato	57
7.5 Desarrollo operativo estratégico terrestre.....	57



7.5.1 Acceso Terrestre.....	58
7.5.2 Vías de comunicación.....	58
7.5.3 Proceso de Exportación vía Terrestre Neiva-Lima.....	58
7.6 Almacenamiento.....	59
7.7 Balance de infraestructura operativa.....	59
7.7.1 Balance de infraestructura administrativa	60
7.2 Estudio administrativo.....	62
7.2.1 Balance administrativo laboral	62
7.3 Estudio logístico	62
7.3.1 Estructura de costos logísticos.....	62
8. PLAN FINANCIERO	64
8.1 Capital inicial	64
8.1.2 Proyección de costos totales	66
8.1.3 Punto de equilibrio.....	68
8.1.4 Flujo de Caja	68
9. CONCLUSIONES Y LOGROS	72
10. BIBLIOGRAFÍA	75
ANEXOS.....	80



INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Clasificación arancelaria</i>	34
Tabla 2 <i>Importaciones -Consumo mundial de Helado 2020</i>	43
Tabla 3 <i>oferta mundial del helado 2020- Exportaciones</i>	45
Tabla 4 <i>Oferta nacional del helado</i>	48
Tabla 5 <i>Consumo del mercado objetivo y grado de concentración</i>	49
Tabla 6 <i>cálculo de margen de distribución</i>	52
Tabla 7 <i>Exportaciones de Colombia por empresas a Perú</i>	54
Tabla 8 <i>Balance de infraestructura operativa</i>	60
Tabla 9 <i>Balance de infraestructura administrativa</i>	60
Tabla 10. <i>Análisis de gastos para la producción del producto materia de un litro de helado de vainilla de la empresa Procelacteos. LTDA</i>	61
Tabla 11 <i>Balance administrativo laboral</i>	62
Tabla 12 <i>Costos logísticos Internacionales</i>	63
Tabla 13 <i>Capital de trabajo</i>	64
Tabla 14 <i>Cálculo del precio de venta</i>	65
Tabla 15 <i>Proyección ingresos anuales</i>	65
Tabla 16 <i>Costo de Venta y costos operacionales</i>	66
Tabla 17 <i>Proyección de costos anuales</i>	67
Tabla 18 <i>Estructura de costos Procelacteos Ltda 2021</i>	67
Tabla 19 <i>Punto de equilibrio</i>	68
Tabla 20 <i>Flujo de caja proyectado</i>	70



Tabla 21 *Descripción del Aporte del Inversionista*.70

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. *Ficha Técnica del producto 1L HELADO*.31

Figura 2. *Plano mecánico de la materia de 1 LT de helado*.32

Figura 3. *Plano mecánico del embalaje de las macetas de helado*.....33

Figura 4. *Plano mecánico del pallet*.....33

Figura 5. *Organigrama de la empresa PROCELACTEOS LTDA*.....37

Figura 6. *Diagrama de elaboración de helados de la empresa Procelacteos LTDA*40

Figura 7. *Distribución de la bodega de la empresa Procelacteos LTDA*41

Figura 8. *Plano 3D - Edificación Procelacteos. Ltda. (Render)*.....42

Figura 9 . *Importaciones mundiales de helado 2020*44

Figura 10. *Exportaciones mundiales de helado 2020*.....46

Figura 11. *Exportaciones colombianas de helado 2020*.....48

Figura 12. *Importaciones Peruanas de helado 2020*.....50

Figura 13 *Análisis de precio de la competencia*51



AGRADECIMIENTOS

El equipo de investigación expresa de manera especial su gratitud a la Universidad Antonio Nariño sede Neiva, a la facultad de Economía y Ciencias Contables, al programa de pregrado en Comercio Internacional, a la totalidad de profesores que constituyen el cuerpo docente de la carrera y de manera puntual a los profesores: Juan Carlos Pulido Peña y Manuel Alejandro Campos, por su acompañamiento y asesoría profesional.

De igual manera agradecemos a la empresa Procelacteos LTDA, por facilitarnos desde el inicio, toda la información necesaria para realizar este proyecto.



DEDICATORIA

A nuestras familias, quienes han sido un pilar fundamental en nuestra formación académica, apoyándonos moral y económicamente para alcanzar nuestra anhelada meta, de ser profesionales de comercio internacional.



1. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA

La empresa Procelacteos LTDA, cuenta con una trayectoria en el mercado superior a los treinta años, su propietario el señor Pablo Beltrán transformó lo que inicialmente era una granja lechera en una pequeña empresa comercializadora de productos derivados de la leche (quesos, yogures y avena en bolsa); posteriormente la empresa fue generando un nuevo y ampliado catálogo de productos, dentro de los que agrego helado y crema de helados en diferentes versiones, precios, tamaños y presentaciones.

Actualmente, la empresa en mención cuenta de manera exclusiva con una línea dedicada a la producción y comercialización de helado, denominada “Super Cono” la cual también tiene alrededor de treinta años de presencia en el mercado local, regional y nacional, logrando establecer siete grandes puntos de venta en seis ciudades diferentes, siendo estas: Neiva, La Plata, Garzón, Florencia, Bogotá y Girardot respectivamente; aunque la empresa comercializa diferentes productos al detal, su fuerte es la comercialización al por mayor; estando entre sus tres líneas de productos estrellas: el helado duro, el preempacado y el helado soft, para lo cual ha desarrollado significativos estándares de seguridad, calidad y salud en normas de saneamiento.

Los productos de esta línea han logrado posicionarse de tal manera que hoy en día son reconocidos por su buena calidad, logrando satisfacer las necesidades e intereses de sus clientes internos y externos.

Los helados “Super Cono” han sido diseñados teniendo como objetivo generar productos confiables, atractivos, sanos y nutritivos, para lo cual siempre se hace uso de materias primas de excelente calidad, equipos adecuados, técnicas de excelencia para la elaboración de comestibles, cumpliendo con la legislación sanitaria vigente, teniendo un especial cuidado con el entorno ambiental.

Sumado a ello, los montajes de la empresa han sido diseñados para adaptarse a diferentes espacios, climas, logísticas y geografías generando una presentación moderna, dinámica y vanguardista, desarrollando un excelente servicio de atención al cliente y generando paralelamente un proceso de desarrollo organizacional y social sostenible.

Actualmente, la empresa está considerando realizar un proceso de exportación de su producto estrella a la ciudad de Lima, Perú, siendo este la materia de un litro de helado, la cual pertenece a la línea de helado duro, la cual tiene un precio de venta al público detallado de 16,000 pesos colombianos, esta materia viene en diferentes sabores (vainilla, chocolate, arequipe, fresa, brownie, ron con pasas y nata)

La empresa se encuentra interesada en realizar este proyecto de exportación, debido a su necesidad de expandir su marca y su posicionamiento económico; para ello se realizó un estudio de prefactibilidad, contempló aspectos como las características contextuales de Lima, la determinación del mercado objetivo, los requisitos aduaneros, financieros y legales, además de los medios de transporte más viables para generar el desplazamiento del producto a la ciudad de Lima.

De igual manera es importante precisar que la empresa cuenta con presencia en escenarios digitales, teniendo su página web propia (www.supercono.com) servicio de atención de ventas por WhatsApp y presencia en redes sociales como Facebook y Instagram pese a ello el proceso de exportación se llevará a cabo de forma no digital, haciendo uso del modelo de negocios tradicional.

Palabras claves: Estudio de prefactibilidad, exportación, B2B (Business to Business), Picking o preparación de pedidos, Incoterm (FOB, CIF o DDP), Requisitos aduaneros, Helado.



ABSTRACT

The company Procelacteos LTDA, has a track record in its market over thirty years, its owner, Mr. Pablo Beltrán, transformed what was initially a dairy farm into a small marketing company of products derived from milk (cheeses, yogurts and oats in bag); Subsequently, the company was generating a new and expanding catalog of products, within which it has added products such as ice cream and ice cream cream in different versions, prices, sizes and presentations.

Currently, the company in question has exclusively a line dedicated to the production and marketing of ice cream, called "Super Cone" which also has around thirty years of presence in the local, regional and national market, managing to establish seven large points of sale in six different cities, these being: Neiva, La Plata, Garzón, Florencia, Bogotá and Girardot respectively; Although the company sells different products at retail, its strength is wholesale marketing; being among its three star product lines: hard ice cream, prepackaged and soft ice cream, for which it has developed significant safety, quality and health standards with in the sanitation regulations.

The products of this line have managed to position themselves in such a way that today they are recognized for their good quality, managing to satisfy the needs and interests of their internal and external customers.

The "Super Cone" ice creams have been designed with the objective of generating reliable, attractive, healthy and nutritious products, for which use is always made of excellent quality raw materials, adequate equipment, excellent techniques for the preparation of edibles, complying with current health legislation, taking special care with the environment.

In addition to this, the company's assemblies have been designed to adapt to different spaces, climates, logistics and geographies, generating a modern, dynamic and avant-garde presentation,



developing excellent customer service and simultaneously generating a process of organizational and social development. sustainable.

Currently, the company is considering carrying out an export process of its star product to the city of Lima, Peru, this being the one-liter pot of ice cream, which belongs to the line of hard ice cream, which has a sale price to the retail of 16,000 Colombian Pesos, this material comes in different flavors (vanilla, chocolate, arequipe, strawberry, brownie, rum with raisins and cream)

The company is interested in carrying out this export project, due to its need to expand its brand and its economic positioning; For this, a pre-feasibility study was carried out, taking into account aspects such as the contextual characteristics of Lima, the determination of the target market, customs, financial and legal requirements, as well as the most viable means of transport to generate the displacement of the product to the city of Lime.

In the same way, it is important to specify that the company has a presence in digital scenarios, having its own website (www.supercono.com) sales service by WhatsApp and presence on social networks such as Facebook and Instagram, despite the process of Export will be carried out in a non-digital way, making use of the traditional business model.

Key Words: *Pre-feasibility study, export, B2B (Business to Business), Picking or order preparation, Incoterm (FOB, CIF or DDP), Customs requirements, Ice cream.*



INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada: Estudio de prefactibilidad para la exportación de la maceta de un litro de helado de la empresa Procelacteos, desde la ciudad de Neiva a Lima, ha sido elaborada con el propósito de identificar el nivel de factibilidad de un proyecto de exportación de la empresa en mención, siendo este producto la materia de un litro de helado.

Para la claridad del lector se especifica que el proceso de exportación, tiene como lugar de destino la ciudad de Lima en la república del Perú, para lo cual esta propuesta de factibilidad se propone identificar las características internas y externas de la empresa y de su entorno real e inmediato.

Así mismo, este estudio tiene en cuenta un variado rango de elementos importantes de la realidad actual, siendo uno de estos, toda la problemática internacional ocasionada a partir de la aparición del COVID-19, lo que ha generado que las empresas de todos los sectores se vean en la obligación de desarrollar nuevas formas de funcionamiento que permitan su sostenibilidad e incluso su expansión; de igual forma el presente estudio articula los estudios de: mercadeo, administración, legalidad, tecnicidad y finanzas, lo cual viabiliza identificar el norte para ejecutar el proyecto de comercialización y expansión que la empresa se ha propuesto, todo ello de manera positiva, rentable, práctica y económica.

Dicho lo anterior, se especifica que la empresa Procelacteos LTDA, tiene como objetivo ejecutar el proceso de internacionalización de uno de sus productos más reconocidos en la esfera local y aun nacional, el cual es la materia de un litro de helado, cuya presentación viene en diferentes sabores.

De igual manera es pertinente precisar que el helado, es un producto con un enorme margen de reconocimiento, aceptación y comercialización en el mercado local y en la esfera mundial, lo que ha generado que muchas empresas que originalmente no se dedicaban a la producción y comercialización de este producto, hoy en día lo hagan, como es el caso de Alpina Colombia.



Así mismo, se agrega que desde el año 2015 se vienen reportando ventas por más de 535,1 millones de dólares americanos y esto solamente en Colombia, actualmente hay estudios que lograron identificar unidades de crecimiento de 4.67% de este negocio entre los años 2017- 2021, señalando que el sector de la producción de helado representa una enorme oportunidad de ventas y crecimiento financiero para microempresas y macroempresas que deseen ampliar su portafolio de negocio, independientemente que este producto sea comercializado en climas fríos o cálidos, ya que se ha demostrado que este producto se vende de igual manera en las diferentes regiones geográficas del mundo sin importar la estación del año en la que se encuentre. (Castaño y Fuentes, 2019).

2. JUSTIFICACIÓN

- *Línea de investigación: Economía internacional.*

La economía nacional colombiana, está sostenida en gran medida por la demanda de productos alimenticios, siendo así como en la actualidad existen diferentes mercados, antiguos e incipientes, encargados de estructurar esta economía, como dato relevante se ha encontrado que la clientela está cada vez más interesada en adquirir productos de mejor calidad, con una mejor presentación y a un buen precio (Sectorial, 2019).

En los últimos diez años, en Colombia han surgido un alto número de pequeñas y medianas empresas (PYMES) que han incursionado en la fabricación y comercialización de helado, lo que ha hecho que este nicho de mercado sea cada vez más competitivo y también más atractivo; según estudios, Colombia anualmente produce 98,000 toneladas de helado por año, a un valor de \$490,000,000 de pesos colombianos, con un consumo per cápita de 3.1 litros por año, identificándose que los principales canales de venta son: las tiendas, supermercados, heladerías y tilines (carritos callejeros); de igual manera investigaciones han logrado identificar que la población que más consume este producto es la constituida por las personas adultas entre los 18 y 55 años, seguida por la población infantil cuya edad oscila entre los 2 y los 12 años. La firma Euromonitor arrojó que Colombia respecto a la industria de helados empacados prevé un crecimiento del 8.7% para el año 2022, lo que representa una cifra superior a los \$499.2 millones de dólares americanos (Sectorial, 2019), estructurando con ello un escenario comercial significativamente interesante para las PYMES. Es pertinente agregar que durante el último quinquenio Colombia ha exportado hacia Perú el 95 % de sus productos heladeros (Legiscomex 2020) (ver anexo 22), por lo que esta nación representa un contexto sólido y estable para desarrollar procesos de exportación generados por iniciativas empresariales opitas.



Ahora bien, la viabilidad de este proyecto está constituida por la capacidad de establecer un negocio de helados dentro del escenario de mercado internacional, desarrollando un proceso estructurado, medido y no ambicioso que le permita a la empresa crecer de manera lenta y progresiva, pero segura, para lo cual se prevé la articulación estratégica de empresas que permitan el posicionamiento y difusión internacional del producto; reduciendo el nivel de costos financieros y de costos en los procesos de transporte del producto, desde la ciudad de Neiva-Huila hasta la ciudad de Lima-Perú, así mismo la viabilidad de esta propuesta se sustenta en la capacidad de acceso a la información, la posibilidad de comparar costos, la conectividad digital y los recursos técnicos, tecnológicos, logísticos y financieros para ejecutar el proyecto; contando con el anclaje de asesoría profesional brindado por expertos en el tema.

Esta investigación es significativa porque realiza un aporte trascendente al ejercicio de investigación académica impulsado por el programa de Comercio Internacional de la universidad Antonio Nariño, Seccional Neiva, visibilizando con ello el desarrollo de la región y la expansión empresarial, las cuales desde hace unos años vienen desarrollando diversas formas de negocio.

Sumado a lo anterior, se agrega que el estudio es pertinente debido a que permite potenciar un campo necesario de la esfera local, el cual se ha visto seriamente afectado partir de la aparición de la pandemia mundial de la COVID-19, lo que en definitiva ha disparado los índices de desempleo y en el caso del escenario municipal el cierre de un gran número de pequeñas y medianas empresas (Cámara de Comercio del Huila. 2020). En ese orden de ideas, el presente estudio es importante por cuanto no solamente promueve un proceso de investigación académica, sino también la generación de nuevas ideas de negocio, las cuales pueden repercutir en la generación de nuevos empleos en el panorama nacional e internacional, posicionando un producto netamente huilense como lo es la maceta de un litro de helado de la empresa Procelacteos LTDA.

Así mismo, de llevarse a cabo este proyecto de exportación, Procelacteos LTDA sería la primera empresa regional capaz de llevar a cabo un proceso de exportación de este tipo y de esta

envergadura, generando nuevos escenarios económicos y comerciales con empresas extranjeras, generando a su vez la diversificación de productos y de mercado. De igual forma se aclara que esta propuesta de exportación es pertinente por cuanto se minimiza el riesgo de estar en un solo mercado, lo que en definitiva puede brindar mayor estabilidad y rentabilidad para la empresa, vendiendo mayores volúmenes y utilizando la capacidad productiva de Procelacteos LTDA, haciendo uso de las economías de escala.

Finalmente, debido a que el consumo de helado durante los últimos años ha venido creciendo sin presenciar alguna disminución incluso en medio de la pandemia de salud actual, se puede llegar a decir que este es un producto que cuenta con una demanda inelástica, la cual no se ve afectada debido a factores externos; aprovechando esto y también tomando en cuenta acuerdos preferenciales que Colombia tiene con Perú para la exportación de dicho producto, se cuenta en definitiva con una gran oportunidad con un alto nivel de factibilidad en el mercado.

3. ANTECEDENTES

A continuación, se presenta el planteamiento del problema investigativo, la pregunta de investigación y el alcance del estudio.

3.1 Planteamiento del problema

El mercado mundial es actualmente un escenario en continuo movimiento y crecimiento, las empresas locales y nacionales están volcando sus intereses hacia otras geografías, buscando alcanzar mercados internacionales, el reto de las PYMES es hoy por hoy, lograr hacer uso del enorme grupo de herramientas y posibilidades brindadas por el contexto contemporáneo para favorecerse a sí mismas (Puerto, 2010); siendo uno de estos casos la empresa neivana Procelacteos LTDA.

Sin embargo, en lo correspondiente a empresas que hayan desarrollado proyectos de exportación de productos como el helado no son muchas; a continuación, se mencionan algunas de las experiencias más significativas pertinentes al tópico de interés de este estudio.

La primera experiencia registrada pertenece a Procolombia; este estudio da cuenta de cómo trece plantas procesadoras ubicadas en distintos departamentos del país y encargadas de la producción de productos lácteos y derivados de la leche, fueron habilitadas y certificadas por SENASICA México y el INVIMA de Colombia, siendo estas plantas: la Cooperativa Colanta (Antioquia), Coolechera Planta Barranquilla (Atlántico), Boubalos Planeta Rica (Córdoba), Freskaleche Planta Aguachica (Cesar), Proleche (Antioquia y Córdoba), Alpina (Cauca), Nestlé de Colombia (Valle del Cauca), Procoval (Risaralda), Alival (Risaralda y Cauca), DPA Colombia (Cesar) y Colombia (Valle del Cauca). Este estudio afirma que la apertura de exportación a este país vecino representa para Colombia un mercado de 4,698.2 Millones de dólares con un crecimiento del 9.7% esperando que para el 2022 las cifras aumenten un 6.6%, lo que en definitiva favorece exponencialmente el mercado de las exportaciones de helados y lácteos en el panorama colombiano.

El mismo estudio aclara que Colombia exporta de manera exitosa sus productos alimenticios lácteos a países como Bangladesh, Canadá, Chile, Cuba, Estados Unidos, Hong Kong, India, Japón, Marruecos, Panamá, Perú, Rusia, Kazajistán, Kirguistán y Armenia, desarrollando buenas relaciones con los países en mención, lo que ha permitido que las empresas nacionales se

fortalezcan aun teniendo en cuenta los altos niveles de exigencia de los mercados internacionales, lo que incluye participación constante en programas de calidad, inocuidad, costos y marketing (Procolombia, 2018).

Dentro de los antecedentes encontrados, también se halló un estudio denominado: *Exportación y comercialización de helado de níspero endulzado a base de yacón*. El estudio analiza un proceso de exportación del helado en mención, desarrollando la idea comercial de helados saludables, atractivos y exóticos.

La comercialización contempla el producto completamente terminado, para lo que se recurrió a la tercerización con un proveedor, el nombre de la empresa creadora de este producto es Colombia SAS y se encuentra ubicada en la ciudad de Santa Marta; el objetivo de exportación fue generar una rentabilidad superior al 3% exportando el producto a Canadá, Japón y Estados Unidos, compitiendo en Estados Unidos con marcas de gran trayectoria como: Breyers, Turkey Hill, Blue Bell, Private Label y Ben & Jerry's.

El proceso de exportación se hizo a través de vehículos y contenedores con cantidades mensuales de 2000 cajas de helado de 10 litros cada una, las cuales fueron vendidas a un precio de \$10 USD, el proceso de exportación comenzó en el puerto marítimo de Santa Marta, terminando en el puerto de Nueva York en Estados Unidos, generando una inversión económica de 500,000,000 de pesos colombianos, la cual se piensa recuperar en un tiempo menor a cinco años (Garzon Perez, Zapata y Lopez, 2019).

Dentro de los antecedentes investigativos, también se encuentra una investigación denominada: *Sector lácteo. Industria del helado. Análisis del sector*, la cual logra identificar que la producción y comercialización del helado se encuentra en una época de expansión especialmente aquellos que son procesados de manera industrial y a gran escala, de igual forma el estudio registra que durante la época de 1990 las empresas heladeras atravesaron un periodo de crisis el cual en la actualidad

ha sido completamente superado, el estudio visibiliza que el mercado heladero es un mercado altamente competitivo, en el cual se enfrentan empresas de tres tipos: locales, nacionales e internacionales, convergiendo en un mismo escenario.

La investigación generó un análisis el cual incluye un estudio histórico del helado, su evolución y las características del sector heladero, arrojando información sobre sus formas de producción y consumo dentro del mercado local e internacional, de igual manera se logra identificar los países con el más alto consumo de helado a nivel mundial, siendo estos: Nueva Zelanda, Estados Unidos, Canadá, Australia, Suiza, Suecia, Finlandia, Dinamarca, Italia y Chile, en este orden, respectivamente (Liendo y Martínez, 2007).

Dentro de los antecedentes también se encontró un estudio titulado: *Exportaciones del sector lácteo: oportunidades en el mercado Estadounidense*, logrando identificar cuáles son las marcas heladeras nacionales e internacionales que más venden este producto dentro de la geografía colombiana, siendo estas: Crem Helado - Meals de Colombia SA, Mimo's, Popsy-Comercial, Allan LTDA, Bonice-Quala SA. Productos lácteos Robin Hood SA, La Campiña SA, Colombiana SA, Ledesa SA, y Snickers- Química SA. La investigación en mención concluyó que el mercado de los helados es un mercado sólido y con tendencia al crecimiento (Guzmán, 2014).

Así mismo, se halló un informe presentado por la Cámara de Comercio de Cali, el cual afirma que solamente en el año 2015 las ventas de helado generaron una suma de \$68,966 millones de dólares americanos, lo que representa un 5.9% del valor del mercado mundial de macrosnacks de

ese año, de igual manera el estudio menciona que Colombia anualmente logra reportar un crecimiento promedio anual del 4.2% de igual forma se menciona que el helado como macro snacks configura un gran negocio debido a la variedad de presentaciones en la que se puede consumir este producto, afirmando que los helados representan un mercado nuevo y creciente dentro de la economía nacional (Cámara de Comercio de Cali, 2016).

Ahora bien, de acuerdo con Trademap desde el año 2015 hasta el año 2017 se podía observar un claro declive del 13.5% en el número de exportaciones reportadas por empresas colombianas hasta Perú; sin embargo, en el año 2018 las exportaciones crecieron un 40.6% con respecto al año 2017, demostrando un crecimiento casi exponencial de la demanda en el mercado Peruano por crema de helados de origen Colombiano, este crecimiento no solo se puede observar con las exportaciones hacia Perú, sino también en exportaciones colombianas de crema de helado con destino a países como: Reino Unido, Australia, Estados Unidos y España (Trade Map, 2020).

Otros estudios afirman que en la actualidad la clientela heladera en el panorama mundial prefiere consumir productos alimenticios con tres características específicas: la primera de ellas es que los productos tienen que ser atractivos, lo que significa que el alimento debe entregarse al cliente en los mejores términos de presentación e higiene, sumado a ello este, debe poseer algún elemento novedoso, el cual visualmente genere o haga desear algún tipo de interés en el cliente.

La segunda característica que los clientes buscan, es que el producto alimenticio sea saludable, incluso cuando este hace parte de lo que se conoce como el universo de la comida chatarra, *fast foods* o comidas rápidas, se espera que estas no sean tan dañinas como en épocas pasadas, conteniendo algún valor nutricional o energético, o en últimas que por lo menos no posean tantos ingredientes dañinos como: preservantes artificiales, colorantes, azúcar o grasas saturadas, hidrogenadas y trans.

Finalmente, el estudio logró identificar que los clientes frecuentemente se decantan por productos alimenticios que sean amigables con el medio ambiente, ya sea en su propia constitución gastronómica o en lo que se refiere a aquellos elementos o materiales en los cuales son construidos

sus empaques, sumado a ello este estudio identificó que algunos países latinoamericanos han importado desde Colombia cantidades hasta de \$204,200 dólares americanos en helados (Flores, Castillos, Bailón y Hormaza,2017).

Ahora bien, por todo lo anterior y teniendo en cuenta toda la información recolectada, pertinente a procesos de exportación de la nación colombiana hacia otros países en la esfera mundial, el presente proceso de estudio realizó la siguiente pregunta de investigación:

- **Pregunta de investigación:**

¿Es viable y rentable llevar a cabo el proceso de exportación del producto conocido como: *maceta de helado de un litro*, producido por la empresa Procelacteos LTDA- Super Cono, ¿desde la ciudad Neiva-Huila hasta la ciudad de Lima-Perú?

3.2 Alcance

El presente estudio busca generar mecanismos académicos que sirvan a posteriori para desarrollar procesos de exportación de Colombia a la nación Peruana, articulando a dicha actividad otro tipo de productos y otras empresas, se busca que este estudio posibilite viabilizar y esclarecer la información pertinente a requisitos, costos, forma de transporte, mercados, precios, dinámicas de negociación, forma de posicionamiento del producto, entre otros, que resultan indispensables para efectuar un proceso de exportación al país en mención; de igual manera se espera que esta investigación sirva de referencia a otros estudios, lo cual mejoraría significativamente, no solo el ejercicio académico gestionado por la universidad, sino también los índices económicos de las empresas locales huilenses.

3.3 Metodología

En lo pertinente al tópico de metodología, en los acápite subsiguientes se especifica todo el dispositivo metodológico empleado para poder efectuar el estudio de prefactibilidad.

3.3.1 Fuentes de información Secundaria

Con respecto a las fuentes utilizadas para llevar a cabo el presente estudio, se precisa que la totalidad de este proceso de búsqueda de información fue hecho recurriendo a fuentes secundarias constituidas por portales digitales de reconocida confiabilidad e idoneidad informativa, estado entre ellos: algunos repositorios de estudios académicos universitarios y portales electrónicos de La DIAN, Trademap, Procolombia, Legiscomex, portales de empresas heladeras locales y portales encargados de procesos de transporte de mercancía a gran escala como: agentes logísticos QB - Soluciones Íntegras.

Sumado a lo anterior, se precisa que toda esta información fue sistematizada y valorada por el equipo de investigación para identificar su validez y pertinencia con el objeto de este estudio.

3.3.2 Población y muestra

Como población objeto de estudio, se escogió la población peruana, sin embargo, el proceso de exportación tiene como finalidad específica la ciudad de Lima, siendo esta la capital de este país.

Perú es un país situado al oeste suramericano, encontrándose limitado por el océano Pacífico Ecuador, Colombia, Bolivia y Chile. Es un país con presencia de valles y una gran costa desértica y selvática, siendo considerado una nación con uno de los niveles más altos de recursos minerales y de diversidad biológica en todo el mundo (Torés, 2021).

Esta nación desarrolla tres actividades económicas principales, siendo estas: la pesca, la minería y el turismo, contando con más de tres mil sitios de interés turístico; se supone que este es el país con el nivel más alto de crecimiento suramericano, contando con estadísticas de gestión y desarrollo del 25%, todo ello en gran medida se debe a que este país ha sabido gestionar de manera

correcta el turismo, motivo por el cual es un destino atractivo para realizar procesos de comercio y exportación (torés, 2021).

Perú tiene una red vial terrestre compuesta por más de 100,000 kilómetros en carretera, sumado a esto posee un sistema de transporte ferroviario, metro, aeropuertos y puertos marítimos. Dentro de sus avances se encuentran las telecomunicaciones, actualmente también cuenta con más de 140.000 páginas web registradas con dominio peruano.

La nación tiene 32,162,164 habitantes, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática, siendo el quinto país con mayor población de Latinoamérica, con una tasa de crecimiento del 1,07 % anual, dentro de sus ciudades más desarrolladas están: Lima, Piura, Cusco, Iquitos y Huancayo (Torres, 2021).

3.3.3 Técnicas e instrumentos para recolectar la información

El proceso de recolección de la información de este estudio, se llevó a cabo a través de procesos de revisión documental efectuados a través de consultas de información en línea en portales digitales, revisión de balances financieros de la empresa, informes socio económicos internacionales e incluso revisión de redes sociales digitales de las empresas involucradas.

3.3.4 Técnicas e instrumentos para analizar la información

Para llevar a cabo el proceso de análisis de la información se emplearon las siguientes técnicas:

Visualización de datos: a través de este proceso se valoraron informes y gráficos estadísticos que permitieron esclarecer el panorama económico de este estudio, dicha información fue hallada a través de plataformas electrónicas, portales informativos y software encargados del manejo específico de esta información (Hernández Sampieri, 2014).

Análisis correlacional: esta técnica sirve para identificar si existe relación entre dos variables distintas.

3.3.5 Tipo de Estudio

El presente estudio es una investigación de corte académico a través de la cual se valoran y estudian datos reales como precios y cifras, lo que hace que la investigación tenga un enfoque cuantitativo; de igual forma se aclara que el estudio tiene un corte descriptivo - correlacional debido a que se realiza un análisis o caracterización de toda la información, buscando predecir comportamientos financieros que estén direccionados al beneficio económico de la empresa neivana Procelacteos LTDA. De igual manera se especifica que el estudio de prefactibilidad está configurado por cinco fases o estadios los cuales serán especificado a continuación:

Fase 1. Producción

Recolección de la información

En esta fase se utilizó el proceso de producción del producto (Maceta de helado de 1L) identificando el nivel de ventas de este en los últimos años.

Fase 2. Identificación de mercado

En esta fase se revisaron antecedentes competidores y precios, además otros factores que integran este escenario comercial.

Fase 3. Análisis logístico y administrativo.

En esta fase del estudio se realizaron varios análisis estando dentro de ellos: macrolocalización y microlocalización de los países involucrados en el proceso de exportación, de igual manera se efectuó un análisis de gastos, de capital de trabajo y de inversión fija necesaria para efectuar la exportación, haciendo uso de los portales de internet que brindan la información requerida de precios, transportadoras, impuestos, gestiones legales y tiempos requeridos para llevar a cabo la exportación de los productos.

Fase 4. Exportación

Como ya se había mencionado anteriormente se propone un estudio de prefactibilidad del producto Matera de helado de 1L de sabor de vainilla a la nación de Perú, teniendo en cuenta que esto es permitido a través de la ley 67 de 1979, siendo reglamentado por el decreto 1740 de 1994 (Juriscol, 2020).

Ahora bien, en el proceso pertinente a la exportación, esta se llevará a cabo de la siguiente manera:

Proceso de almacenamiento del producto.

Proceso de embalaje y carga del producto.

Proceso de transportación del producto al País de destino.

Presentación y revisión de la documentación y protocolos de exportación en los centros de recepción del producto

Constatación del producto recibido, revisión de su calidad y estado de llegada-garantía-reclamos.

Fase 5. Análisis legal y financiero

A partir del estudio de prefactibilidad elaborado, se identificó el nivel de viabilidad del producto de la empresa Procelacteos LTDA, con destino a la ciudad de Lima, Perú, para lo cual se llevó un análisis de distintas variables económicas como: el nivel de oferta, demanda, amenazas latentes en el mercado, perfil gastronómico del país consumidor de producto, sumado a todos los requerimientos económicos y legales que involucran un proceso de exportación a la nación peruana.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Formular un estudio de prefactibilidad para determinar la viabilidad de exportación de helado de la empresa PROCELACTEOS con destino a Perú desde la ciudad de Neiva/ Huila.

4.2 Objetivos Específicos

- Determinar la capacidad exportadora de la empresa Procelacteos LTDA para atender la demanda exigida por el mercado peruano.
- Realizar un estudio de mercado que defina el nivel de ventas y valor de aceptación del producto en el mercado del Perú.
- Realizar un estudio, técnico, logístico y administrativo que establezca los requerimientos necesarios para llevar a cabo la ejecución del proyecto.
- Evaluar la rentabilidad y viabilidad financiera de la propuesta de exportación desde Neiva a la ciudad de Lima de la empresa PROCELACTEOS LTDA.



5. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El presente capítulo desarrolla de manera detallada la descripción del negocio es decir de la empresa PROCELACTEOS LTDA y su producto estrella el cual se pretende exportar siendo este la metra de 1 LT de helado.

5.1 Descripción del Producto

La empresa PROCELACTEOS LTDA produce y comercializa una gran cantidad de productos; sin embargo, la metra de 1LT de helado de sabor a vainilla es de toda su gama de producción el producto con mayor nivel de rotación, registrando el índice de venta más alto por encima de todos los demás productos.

5.1.1 Características y usos

La metra de 1 litro de helado con sabor a vainilla es un producto que se caracteriza por su sabor suave y semidulce, lo que lo hace idóneo para consumirse solo o en compañía de salsas dulces, aderezos, galletas, cucuruchos u otros postres como la torta de chocolate caliente.

Este helado es el más vendido por la empresa objeto de estudio, sin embargo, también es importante decir que dentro del panorama mundial también es el sabor de helado más comercializado y exportado, por encima de otros sabores como el helado de chocolate.

Su presentación de 1 litro es pequeña, liviana, fácil de cargar, agradable, y en colores y materiales atractivos para el gusto del público general; su empaque permite que el producto sea abierto y vuelto a cerrar debido a su presentación tipo frasco, el cual incluye una tapa de cierre a presión



Su precio es muy económico, en comparación con otras marcas productoras del mismo sabor de helado, actualmente una materia de 1 litro de helado de vainilla de la empresa PROCELACTEOS LTDS tiene un costo de venta de \$16,000.00 pesos colombianos mientras que un litro del mismo sabor de la competencia puede llegar a costar hasta \$37.000.000

5.2 Ficha Técnica

Figura 1. Ficha Técnica del producto 1L HELADO.

		MULTIDIMENSIONALES S.A FICHA TÉCNICA PRODUCTO TERMINADO		Código: MYBPW-10000000	Plano N°: 1417
				Versión: 01	
				Fecha de diligenciación: 30/01/2015	
				País de origen: Colombia-Bogotá	
<p>Para contacto con alimentos y bebidas</p>					
1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO BASE BLANCA 1L HELADO					
2. COMPOSICIÓN Polipropileno Master Batch Blanco					
3. PROCESO DE FABRICACION Inyección					
4. PRODUCTOS A ENVASAR Lacteos, dulces, salsas, jugos cítricos y postres con alto contenido de grasa, margarina, mantequillas, agua y jabones					
5. TEMPERATURAS DE ALMACENAMIENTO Y EMPAQUE (ENVASE) Temperatura a empacar: Entre 5°C y 55 °C Temperatura de Almacenamiento: Entre -10°C y 5 °C					
6. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL PRODUCTO					
	Und	Máximo	Estándar	Mínimo	Método de analisis
Peso	g	36,5	35,5	34,5	MDP 11
Peso con manga/etiq	g	40,4	38,4	36,4	MDP 11
Calibre mínimo pared	mm	N/A	N/A	0,50	MDP 02
Diámetro externo de boca	mm	113,8	113,1	112,4	MDP 15
Altura total	mm	137,0	136,5	136,0	MDP 15
Diámetro de hombro	mm	108,7	108,2	107,7	MDP 15
Capacidad Nominal	cm3	880,0	870,0	860,0	MDP 16
Capacidad Rebose	cm3	1042,0	1022,0	1002,0	MDP 16
7. MODIFICACION DE ESPECIFICACIONES					
Modificaciones					Fecha Modificacion
Altura total	Estaba 137,0 ± 0,7	mm	Pasa 136,5 ± 0,7		30/01/2015
Capacidad Nominal	Estaba 860 ± 60	cm3	Pasa 870,0 ± 10		30/01/2015
Capacidad Rebose	Estaba 1010 ± 60	cm3	Pasa 1022,0 ± 20		30/01/2015
8. PLANO MECANICO					
9. EMBALAJE Y EMPAQUE DEL PRODUCTO TERMINADO					
Unidades por paquete	Paquetes por caja	Unidades x caja	Cajas por tendido	Tendido por pallet	Tamaño de estiba
15	20	300	4	4	1000 mm X 1200 mm
10. EMBALAJE					

Fuente: ficha técnica del producto- Procelacteos LTDA

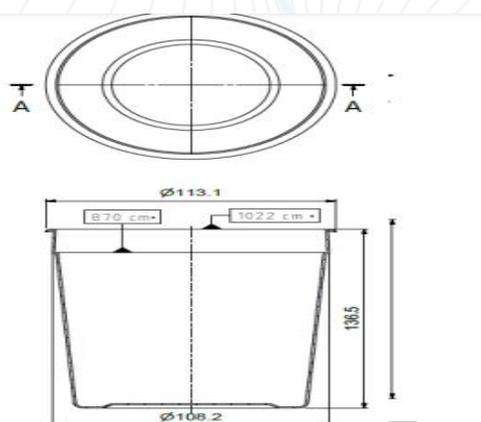
5.3 Empaque, Embalaje y Dimensiones

5.3.1. Empaque y Embalaje

La materia de helado es atractiva al público porque es fácil de transportar y liviana, su empaque es de primera calidad, ya sea en su presentación artesanal empaquetado de pote de cartón o en su versión comercial en una materia de plástico de colores llamativos (ver anexo 3 y 4).

Estas dos presentaciones son idóneas para contener el litro de helado de vainilla, lo cual garantiza la inocuidad, refrigeración y alta calidad de concentración del producto.

Figura 2. Plano mecánico de la materia de 1 LT de helado.

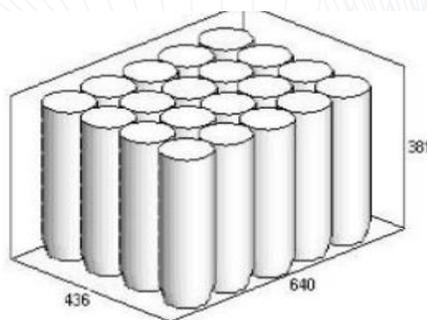


Fuente: ficha técnica del producto- Procelacteos LTDA

En lo pertinente al proceso de embalaje con destino a la ciudad de Lima se han dispuesto de cajas de cartón cuyas medidas son: 436 mm x 640 mm x 381 mm; por cuestiones de manejo de carga, cada caja contendrá en su interior 15 unidades por paquete y 20 paquetes por caja en total 300 unidades por caja.

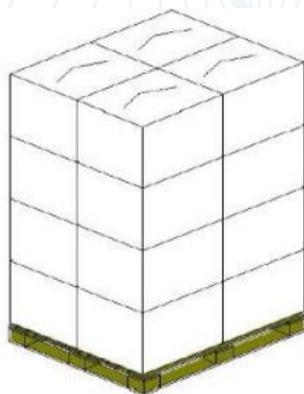
En un europallet estándar de 1000 mm x 1200 mm, se acomodan 4 pisos con 4 cajas cada uno, para un total de 16 cajas con 4,800 materas de helado.

Figura 3. Plano mecánico del embalaje de las macetas de helado



Fuente: ficha técnica del producto- Procelacteos LTDA

Figura 4. Plano mecánico del pallet



Fuente: ficha técnica del producto- Procelacteos LTDA

5.4 Clasificación Arancelaria

La composición arancelaria es un requisito ineludible para poder realizar el diligenciamiento de la documentación requerida por la DIAN y por el país de destino en lo que tiene que ver en procesos de exportación.

A continuación, se presenta la Tabla 1. la cual expone de manera específica este tópico de interés, especificando que, aunque la empresa Procelacteos LTDA y su línea de helados Super Cono cuenta con una variada gama de productos el proceso de exportación solo se llevará a cabo con uno de ellos, siendo este producto la maceta de heraldo de 1 litro de helado.

Tabla 1 Clasificación arancelaria.

Sección	1	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados.
Capítulo	21	Preparación Alimenticias diversas
Partida	21.05	Helados, incluso diversas
Sub partida	21.05.00.90	Los demás
Código	21.05.00.90.0 0	Los demás

fuentes: Elaboración propia a partir de información tomada de la (DIAN,2021).



5.5 Empresa exportadora (PROCELACTEOS LTDA)

La empresa PROCELACTEOS LTDA, nació el año de 1990 bajo la dirección de su propietario y fundador, el señor Pablo Beltrán, el cual tenía dentro de sus propiedades un terreno dedicado a la producción lechera; poco a poco, lo que nació como una pequeña iniciativa personal se fue constituyendo en una empresa familiar organizada, que paulatinamente fue agrandando su catálogo de productos, lo que generó que luego de vender leche, quesos y avena en bolsa adicionalmente a su oferta productos heladeros, lejos de imaginarse el significativo dossier de helados y sabores que actualmente maneja.

Hoy en día procelacteos sigue siendo una empresa familiar con sedes en seis ciudades distintas caracterizada por su excelente cantidad de servicios y de productos e interesada en desarrollar procesos de exportación para expandir su posicionamiento y alcance financiero.

5.5.1 Definición de la empresa

PROCELACTEOS LTDA es una empresa productora y comercializadora de productos heladeros, su proceso de registro se generó solamente hasta el año 2000, periodo en el que la empresa se organizó bajo la forma jurídica de sociedad limitada, con el nombre formal de PROCELACTEOS LTDA, configurándose con esta razón social, y centrando su actividad en la elaboración de productos lácteos, dentro de los que actualmente destacan: los helados, los postres de helados, las paletas de leche, paletas de agua, *pies* de limón, galletas de helado, cucuruchos, salsas y aderezos dulces, entre otros).

Actualmente la empresa opera bajo el NIT: 8130061463 y cuenta con sedes y distintos puntos de producción y ventas en las ciudades de: Neiva, Florencia, Bogotá, Girardot, La Plata y Garzón, contando con presencia en los centros comerciales más importantes de las ciudades en mención (centro comercial Santa Lucía Plaza, San Pedro Plaza, Outlet Único y el supermercado de cadena SAO)

La sede principal y centro de producción de PROCELACTEOS LTDA se encuentra ubicada en la carrera 1h #8-43 del barrio los Mártires de la ciudad de Neiva-Huila.

5.5.2 Estudio Legal

La empresa PROCELACTEOS LTDA fue legalmente constituida en la Cámara de Comercio de Neiva – Huila el día 19 de Junio del año 2000 como Sociedad Limitada, en el entendido de que una Sociedad Limitada es definida según el Código de Comercio colombiano como una sociedad de responsabilidad limitada (SRL), siendo esta figura un tipo de unión mercantil en la que como bien lo explica su nombre, la responsabilidad de los socios está limitada hasta el monto del capital que cada uno aportó al momento de constituir la compañía. Esto significa que si en algún caso eventual, la empresa no puede pagar con sus propios medios las deudas adquiridas, el único patrimonio de los socios que se verá comprometido es el correspondiente a sus aportes, sin hacer uso de su patrimonio personal para cubrir las deudas en las que incurrió la empresa (CCB, 2020);

Dicho proceso fue efectuado en la Cámara de Comercio, llevando constancia de cada uno de los documentos exigidos para generar el registro pertinente; estando dentro de estos la siguiente información: Carátula única empresarial y anexos, original del documento de identidad, formularios disponibles en las sedes de la Cámara de Comercio, formulario Registro Único Empresarial y Social (RÚES), diligenciado y formulario del Registro Único Tributario RUT.

En este orden de ideas se encuentra legalmente calificada y aprobada para realizar procesos de exportación a los países vecinos.

5.5.3 Planeación Estratégica

A continuación, se exponen los diferentes elementos que constituyen la planeación estratégica de la empresa neivana Procelacteos LTDA.

5.5.3.1 Misión

Victoria es nuestro objetivo; a pesar de nuestras debilidades, valentía en las adversidades, confianza en principios y valores que garantizaran la presencia de Dios en cada uno de nuestros proyectos.

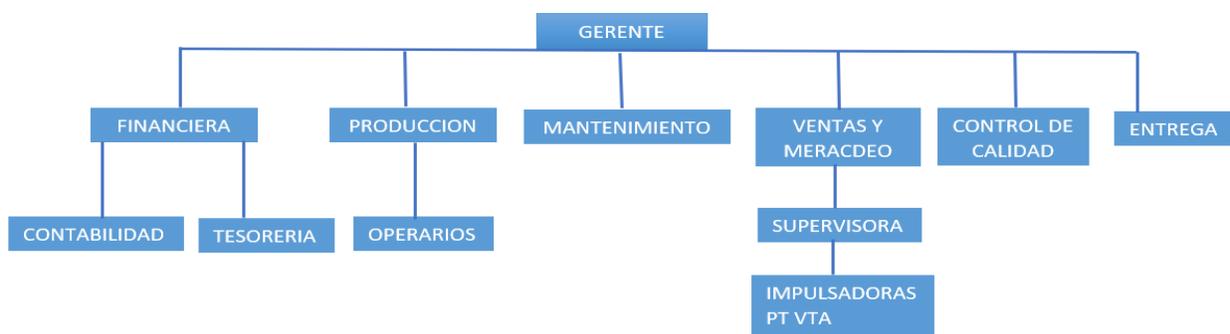
5.5.3.2 Visión

Reinventar constantemente nuestros mercados y nuestra empresa con productos y servicios exclusivos que nadie haya imaginado jamás, llevarlos al mercado con ingenio, generando alegría, satisfacción y reconocimiento de nuestra marca en cada mercado proyectado.

5.5.3.3 Estructura organizacional

La empresa Procelacteos cuenta con una estructura organizacional la cual permite su funcionamiento; a continuación, se ilustra el organigrama corporativo, encabezado por la figura de un Gerente general y seis áreas específicas de trabajo, las cuales son: financiera, producción, mantenimiento, ventas y mercadeo, control de calidad y entregas. (Ver figura 5)

Figura 5. Organigrama de la empresa PROCELACTEOS LTDA.



Fuente: empresa Procelacteos LTDA.

5.5.3.4 Valores institucionales empresariales:

- Procelacteos LTDA y/o Super Cono, trabaja bajo altos estándares de Seguridad y Salud, normas de saneamiento en el Trabajo en la *Producción y distribución de productos lácteos*, que satisfagan las necesidades de sus clientes internos y externos.
- Procelacteos LTDA y/o Super Cono, cumpliendo los lineamientos con la legislación colombiana vigente en seguridad y salud en el trabajo, así como los requisitos de saneamiento exigidos por las entidades gubernamentales que nos rigen, se compromete en garantizar la calidad de vida laboral brindando condiciones seguras y saludables a todo el personal, partiendo de la identificación de los peligros, evaluación de los riesgos, la determinación de los controles y aspectos ambientales significativos asociados a sus actividades para la prevención de lesiones, accidentes laborales, enfermedades laborales, daños a la propiedad y/o impactos socio ambientales negativos al ambiente.
- Para la Gerencia de Procelacteos LTDA y/o Super Cono, Es un compromiso el respaldo permanente, asegurándose de contar con talento humano competente, recursos técnicos y financieros necesarios que aseguren un trabajo sostenible con el ambiente, mejorando continuamente la eficiencia de nuestros procesos, de manera que generen valor agregado a la compañía y nuestros clientes
- La calidad es uno de los compromisos básicos de nuestra compañía, los mercados y clientes son cada vez más selectivos. Y tienen mayores alternativas de consumo, es así que nuestros productos son nutritivos, sanos, y confiables, utilizando la mejor materia prima y equipos cumpliendo la legislación sanitaria vigente, con un especial cuidado por nuestro entorno ambiental.

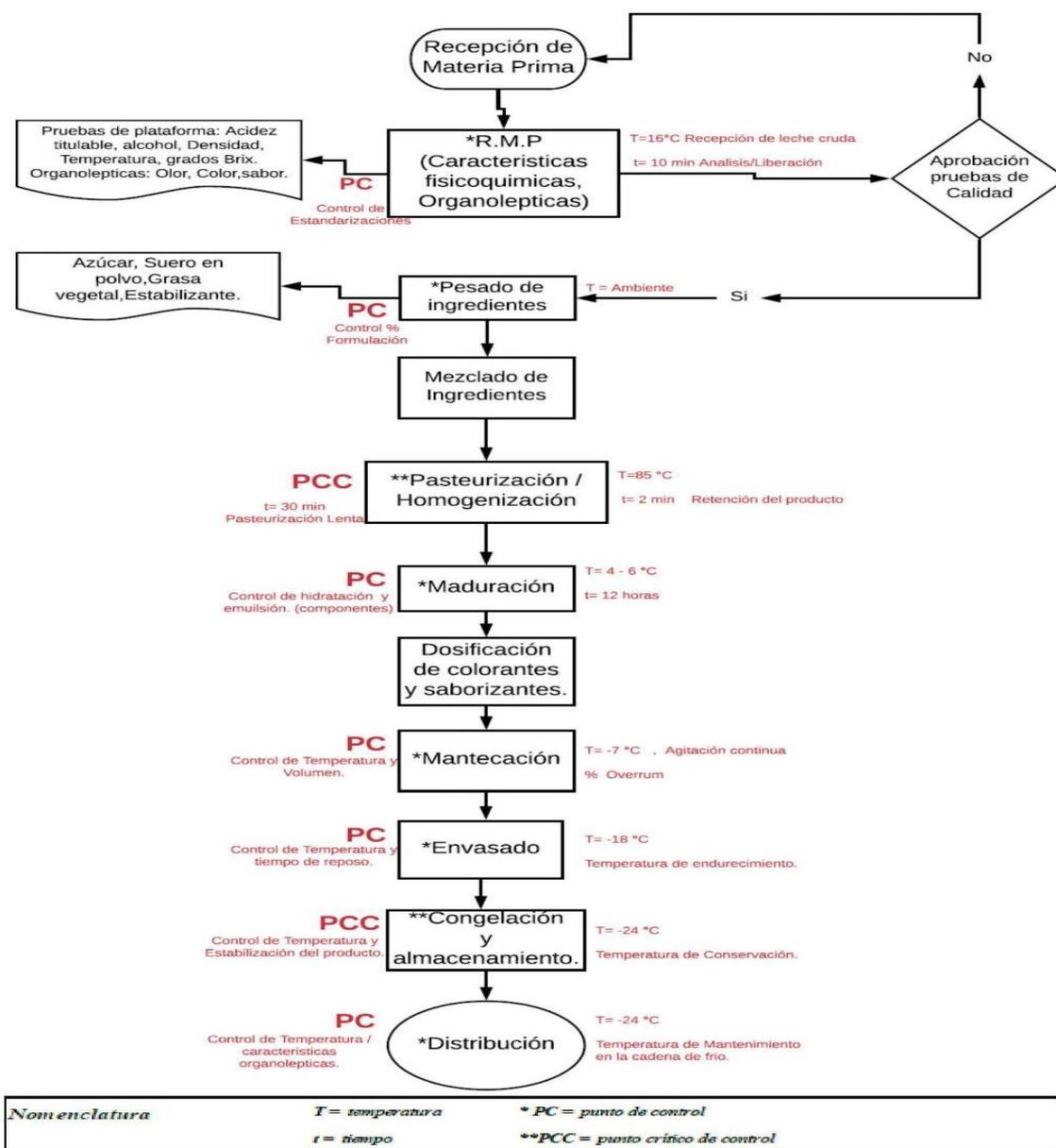
5.5.4 Descripción del proceso productivo

sobre el proceso de producción de la materia de 1 litro de helado, de tiene que está constituida de varias etapas, siendo estas:

- 1) Cotizar el costo de las materias primas con sus diferentes proveedores, buscando obtener una mayor productividad del producto maceta de 1 litro de helado terminada, para lo cual pueden se hace una compra significativa cada 15 días, adquiriendo productos como: Leche entera pasteurizada, Conservantes - colorantes permitidos, Agua purificada, Esencias artificiales de vainilla, Yogurt, Leche en polvo, Estabilizantes, Azúcar, Etiquetado, Empaquetado, Embalaje, Grasa vegetal hidrogenada.
- 2) Compra de los productos ya cotizado con el proveedor más económicos
- 3) entrega de las materias primas en punto de fabrica
- 4) Proceso de elaboración en fábrica de las materas de un litro de helado, lo cual se hace de manera masiva, teniendo en cuenta el alto nivel de demanda de este producto en los diferentes puntos de venta de la empresa procelacteos.
- 5) Revisión de calidad e inocuidad. Para ellos la empresa procelacteos cuenta con personal altamente capacitado, encargado de certificar que cada materia de 1 Litro de helado posee los más altos estándares requeridos para su comercialización y consumo.
- 6) Proceso de embalaje y empaquetado, a través del cual el producto es contenido dentro de sus recipientes elaborados de plástico o de cartón, con capacidad de 1 litro.
- 7) Salida de bodega y entrega de pedidos: el proceso de producción termina en la ubicación del producto en una localización especial dentro de la fábrica, para lo cual la empresa ha dispuesto de una localización y una logística especial, la cual conecta con el proceso de salida de la bodega de producto y desplazamiento de este a los puntos de fábrica en donde será comercializado.

Figura 6. Diagrama de elaboración de helados de la empresa Procelacteos LTDA

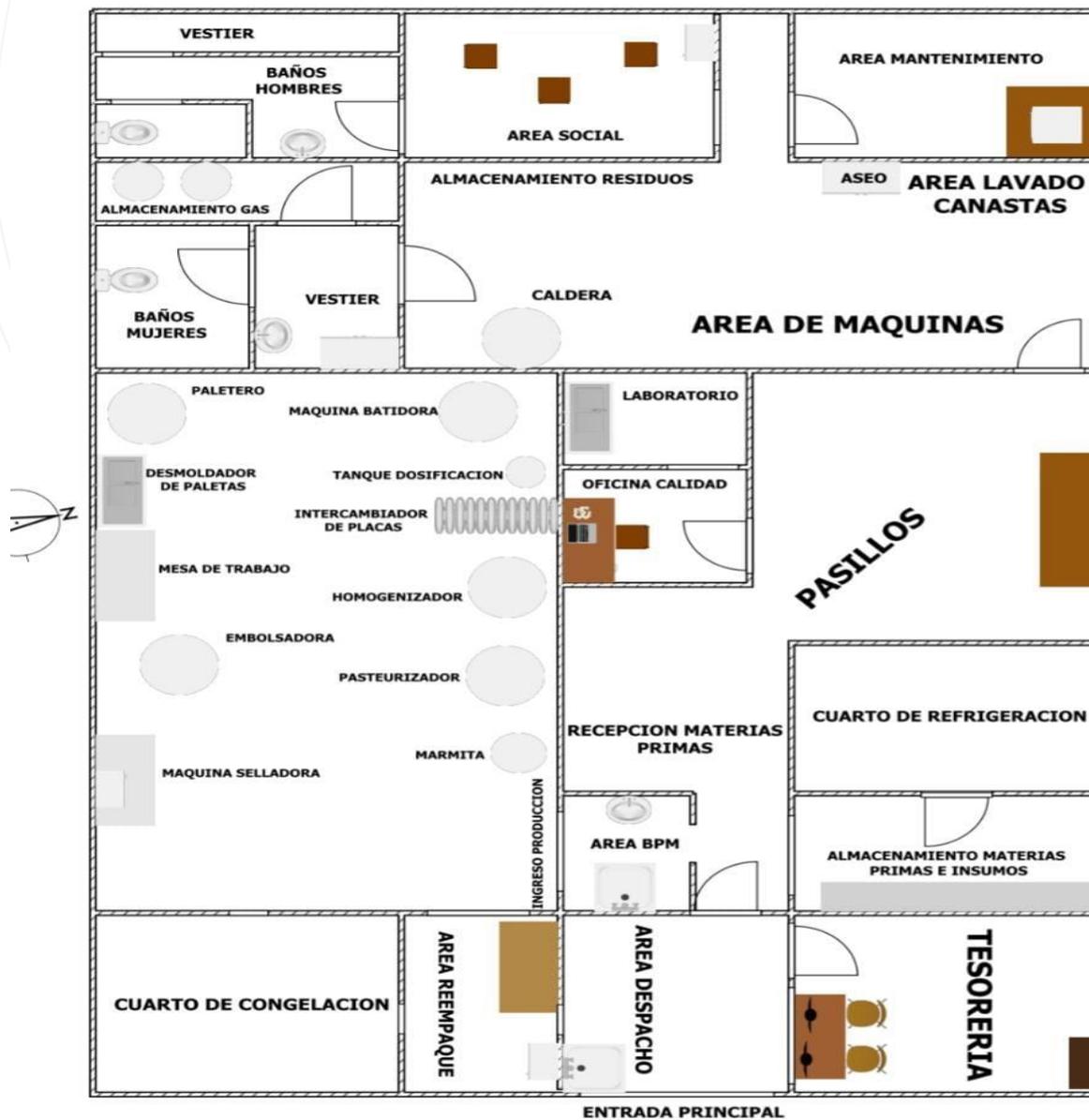
Diagrama de Flujo Elaboración de Helados



Fuente: Elaboración de helados de Procelacteos LTDA

5.5.4.1 Distribución de la Bodega

Figura 7. Distribución de la bodega de la empresa Procelacteos LTDA



Fuente: Plano de edificación - Procelacteos LTDA

Figura 8. *Plano 3D - Edificación Procelacteos. Ltda. (Render)*



Fuente: Plano de edificación 3D - Procelacteos LTDA

6. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA PLAN DE VENTAS Y

MARKETING

A continuación, se desarrollan los contenidos académicos pertinentes al proceso de análisis de mercadeo y competencia de la empresa Procelacteos LTDA Neiva; para lo cual se tendrán en cuenta diferentes elementos y factores, siendo estos estudiados a profundidad en el desarrollo de este capítulo.

6.1 Análisis del mercado internacional

Se presentan todos los factores que integran el estudio de mercado de la presente propuesta de exportación

6.1.1 Consumo mundial del producto

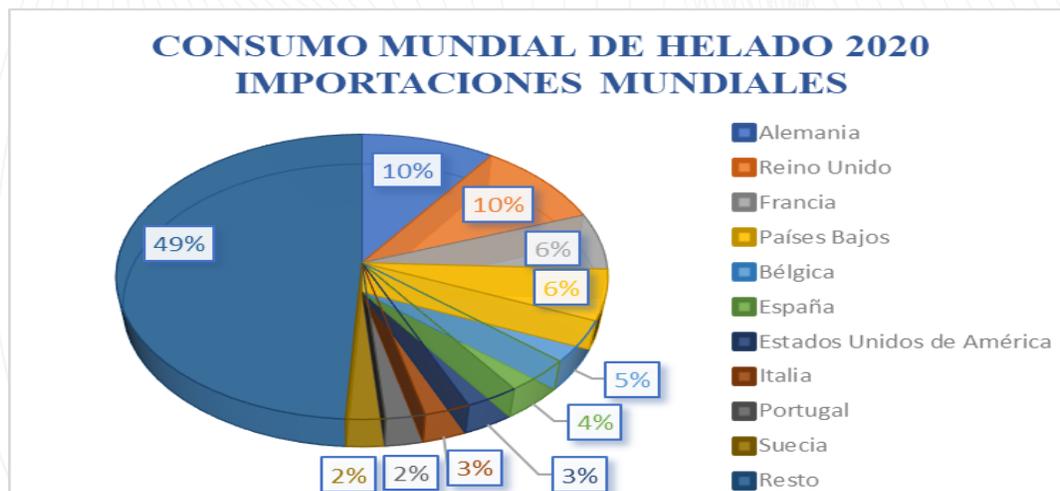
En lo pertinente al consumo mundial en la tabla 2 se exponen en orden de predominio los países con mayor nivel de consumo de productos heladeros, siendo el

Tabla 2 Importaciones -Consumo mundial de Helado 2020.

consumo mundial de helado 2020	
Importaciones mundiales	
País	Valor importado (miles de USD)
Alemania	421627
Reino Unido	419448
Francia	278748
Países Bajos	250631
Bélgica	211314
España	173663
Estados Unidos de América	139294
Italia	119259
Portugal	102852
Suecia	102519
Resto	2134888
total	4354243

Fuente: Elaboración propia obtenida Trade map, (2020).

Figura 9 . Importaciones mundiales de helado 2020



fuentes: Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 2 y además se ilustra en la figura 9, el mayor importador de helado en el mundo es la República Federal de Alemania, con unas importaciones totales de 421,627,000 de dólares americanos, lo que es equivalente a 10% de las importaciones mundiales; el puesto número 2 en la escala de los países mayores importadores, es el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, con unas importaciones totales valoradas en 419,448,000 de dólares americanos, estos países están localizados en la zona económica de Europa.

Ahora bien, también es importante precisar que de los 10 mayores importadores de helado a nivel mundial solo uno, no está localizado en la zona Europea, siendo este Estados Unidos de América, el cual ocupa el puesto número 7, con importaciones totales valoradas en 139,294,000 de dólares americanos, lo cual permite entender que muchos productores de alta capacidad se están enfocando en satisfacer una demanda muy grande de esta zona económica, dejando de lado la demanda de otras geografías comerciales, que también son consumidoras de productos heladeros.

6.1.2 Oferta mundial del helado

En las exportaciones mundiales de helado para el año 2020 se encontró que la mayoría de empresas exportadoras de este producto están localizadas en la zona europea; dichos países son Alemania, con el primer lugar en exportaciones equivalentes a 596,088,000 de dólares americanos, controlando el 14% de las exportaciones totales, en el segundo puesto se halla a la república de Francia con el 13% de las exportaciones totales, seguida por Bélgica, Países bajos e Italia en el puesto número 5, tal como se expone en la tabla 3.

Tabla 3 oferta mundial del helado 2020- Exportaciones.

OFERTA DE HELADO 2020	
Exportaciones mundiales	
País	Valor exportado (miles de USD)
Alemania	596088
Francia	552749
Bélgica	440214
Países Bajos	338771
Italia	269420
Estados Unidos de América	254330
Polonia	237015
Reino Unido	167679
Hungría	136975
España	127668
Tailandia	88133
Resto	1146180

Fuente: Elaboración propia obtenida Trade map, (2020).

Figura 10. *Exportaciones mundiales de helado 2020*



fuentes: Elaboración propia

En la ubicación número seis está un país que no se encuentra en la zona Europea, siendo este Estados Unidos con un rubro equivalente al 6% de las exportaciones mundiales.

Con esta información, se puede inferir que el continente europeo, no solo es el mayor importador de helado, sino que a su vez es el mayor exportador de este producto, debido a que nueve de los once países que más exportan en el escenario mundial, están localizados en la zona europea; además estos once países controlan el 74% de la producción y exportación a nivel mundial, dejando así que 182 países restantes, se dividan una cifra inferior correspondiente al 26% de la producción y exportación restante.

6.2 Análisis del mercado objetivo

Como ya se había dicho anteriormente, la ciudad a la cual se desea llevar el producto de la empresa Procelacteos LTDA es la ciudad de Lima-Perú. Se escogió este destino en primera instancia porque esta es la capital de Perú y cuenta con un alto nivel de desarrollo tecnológico, económico y turístico, además de apertura a mercados emergentes que para el caso de este estudio de prefactibilidad se ha planteado a través de los mercados de cadena, específicamente las cadenas de supermercados: Metro-cencosud y Wong-cencosud los cuales cuentan con casi 30 años de presencia en esta nación y con un total de 110 supermercados en el territorio nacional.

Perú tiene un Producto Interno Bruto- per cápita de \$14,999 millones de dólares americanos ocupando el puesto 49 en el PIB nominal constituyéndose como un país sólido, con estabilidad económica y con capacidad de adquisición (Fondo Monetario Internacional, 2018).

El consumo de helado dentro de la geografía peruana, no depende del nivel socioeconómico de la persona, sino de sus ganas de satisfacer su antojo, su sed o su necesidad de refrescarse del efecto templado y/o cálido del clima de esta latitud.

Algunos estudios evidencian que el consumo per cápita de helados es de 1.8 litros al año en Perú. Sumado a ello se ha evidenciado que debido al cambio climático que está causando un incremento en las temperaturas promedios anuales en el país siendo esta una de las razones principales del alza constante de la demanda de helados en el Perú y así mismo el ticket promedio de gasto per cápita en helados oscila entre los 4 y 10 *soles* (moneda peruana) en cada salida a una heladería (Torres, 2020).

6.2.1 Oferta nacional del producto

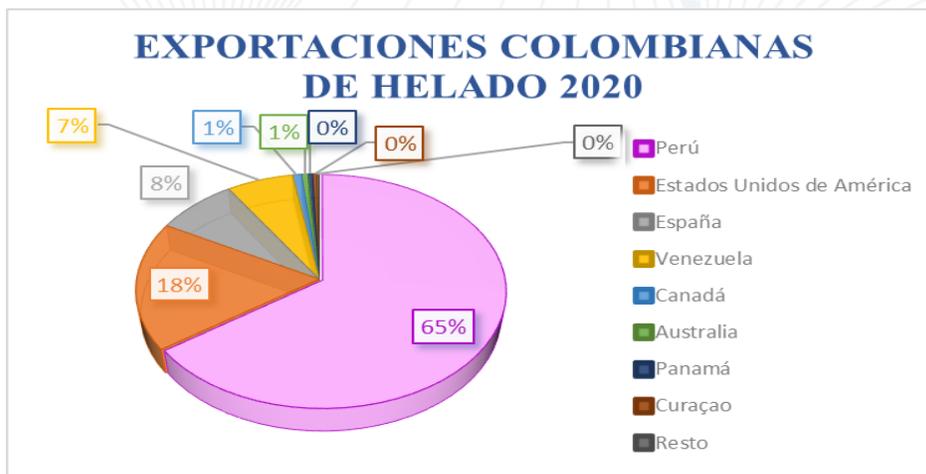
Como se aprecia en la tabla 4 Colombia ya tiene un nicho de mercado estable realizando procesos de exportación de productos heladeros, encontrándose dentro de estas naciones los países de: Perú, Estados Unidos, España, Venezuela, Canadá, Australia, Panamá, Curaçao. Con cifras que varían entre los 1,000 y 304,000 dólares americanos.

Tabla 4 Oferta nacional del helado

EXPORTACIONES COLOMBIANAS	
País	Valor exportado (miles de USD)
Perú	304
Estados Unidos de América	83
España	37
Venezuela	30
Canadá	4
Australia	3
Panamá	2
Curaçao	2
Resto	1
total	466

Fuente: Elaboración propia obtenida Trade map, (2020).

Figura 11. Exportaciones colombianas de helado 2020



fuentes: Elaboración propia

Sobre esa línea también es importante precisar que durante el último año las exportaciones totales de productos heladeros de Colombia hacia Perú han tenido un valor total de 304,000 dólares americanos, esto equivale al 65% de las exportaciones totales de Colombia para el mundo en productos heladeros, en el segundo lugar está Estados Unidos con importaciones colombianas de

productos heladeros valorados en 83,000 dólares americanos, lo cual equivale al 18 % de exportaciones colombianas.

6.2.3 Oferta nacional al mercado objetivo

Si se analiza la oferta de helados en el Perú, en primera instancia se tiene que este producto se halla estrechamente relacionado con el número de empresas que lo producen y lo comercializan, estando dentro de las empresas dominantes las siguientes: *helado D'Onofrio, Yamboly, Artika, Haagen Dazs, Wong y Tottus*.

Ahora bien, en lo que se refiere al producto ofrecido por la empresa Procelacteos LTDA se obtiene que este, está en igualdad de calidad y en un precio paralelo al hallado en este país, para lo cual se especifica que la maceta de helado es un pote ya sea de cartón o de plástico contenedor de 1 litro de helado de vainilla; de igual manera se aclara que se escogió este sabor debido a que es el que tiene mayor cantidad de demanda por el público en general, aun por encima de sabores como fresa y chocolate.

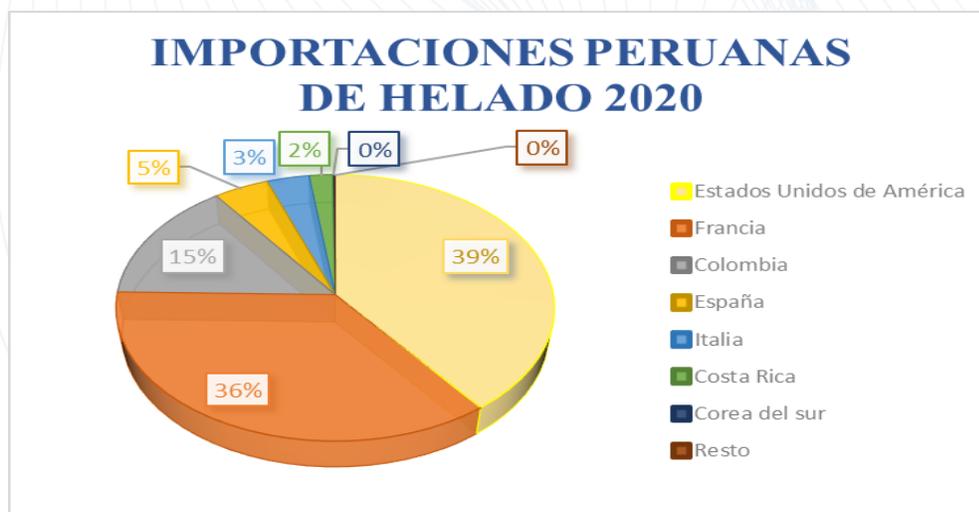
6.2.4 Consumo del mercado objetivo y grado de concentración

Tabla 5 Consumo del mercado objetivo y grado de concentración

IMPORTACIONES PERUANAS DE HELADO 2020				
Pais	Valor importado (miles de USD)	%	1 Proveedor	%
Estados Unidos de América	768	39%	Taipei Chino	17%
Francia	698	36%	Alemania	25%
Colombia	285	15%	Polonia	75%
España	87	5%	Francia	25%
Italia	67	3%	Alemania	25%
Costa Rica	37	2%	Nicaragua	43%
Corea del sur	2	0%	Francia	40%
Resto	2	0%		
total	1946	100%		

Fuente: Elaboración propia obtenida Trade map, (2020).

Figura 12. Importaciones Peruanas de helado 2020



fuentes: Elaboración propia

Como se puede observar en la figura 12 Colombia no es el país del cual Perú recibe la mayoría de sus productos heladeros; Colombia se ha establecido en el tercer lugar, ocupando solo el 15% de las importaciones totales de Perú.

En primer lugar, se halla Estados Unidos de Norteamérica, el cual controla un 39% de las importaciones Peruanas y en segundo lugar Francia controlando el 36% de las importaciones.

Ahora bien, es imperativo precisar que, aunque las exportaciones de Colombia solo ocupan la tercera posición en las importaciones Peruanas, este es el país que geográficamente se encuentra localizado más cerca a Perú (en top 7 de países exportadores a Perú), y esto puede significar una gran oportunidad para las empresas colombianas en la búsqueda de expandir su alcance y oportunidades de negocios.

6.3 Análisis de precios internacionales

6.3.1 Precios internacionales

A continuación, se analizan los precios de los productos heladeros en el escenario internacional identificando diferentes marcas, expuestas en figura 13.

6.3.2 Precios del mercado objetivo

En la figura 13 se ilustran las marcas de helados más representativas en el escenario comercial peruano, especificando su presentación de un litro y precio.

Figura 13 Análisis de precio de la competencia

Turkey Hills	Gelateria Gallipo	Helado Veggie	Helado Breyer
			
10 USD	12 USD	13 USD	9 USD

fuentes: Elaboración propia a partir de información recopilada en: Supermercados de cadena Wong y Metro Cencosud

Como se observa en la figura 6 la materia de un litro de helado se encuentra en diferentes marcas y diferentes precios, estando entre ellas Turkey hills, Gelateria Gallipo, Helado Veggie y Helado Breyer, cuyo precio oscila entre los 9 y los 13 dólares americanos, lo cual es conveniente para la incursión comercial de la materia de 1 litro de helado de la empresa neivana Procelacteos Ltda. ya que su precio de venta al público peruano es de 6.41 USD, cifra que está muy por debajo del precio de sus competidores.

6.4 Calculo margen de distribución internacional

Tabla 6 *cálculo de margen de distribución*

CALCULO PROMEDIO MERCADO PERU	
Ajuste de mercado	5%
PRODUCTO:	HELADO
PRODUCTOS AUD (4 referentes):	PRECIO USD
1. Turkey Hills	\$ 10,00
2. Gelateria Capillo	\$ 12,00
3. Helado Veggie	\$ 13,00
4. Helado Breyes	\$ 9,00
PROMEDIO GENERAL PRODUCTO:	\$ 11,00
CALCULO MARGEN DE DISTRIBUCION	
Descripción del elemento	IMPORTE
Precio promedio de Mercado PPM	\$ 11,00
Ajustes de Competencia	5%
Precio de Venta Final Público	\$ 10,5
Minorista	Margen %
	30
	20
	\$ 2,6
Minorista/Detallista	\$ 7,8
Margen	
Mayorista/Importador	Margen %
	20
	15
	\$ 1,4
Importador/Mayorista (DDP)	\$ 6,45

fuentes: Elaboración propia

Como se aprecia en la tabla 6 los precios del mismo producto en las marcas de la competencia oscilan entre de los \$9 USD y los \$13 USD siendo el promedio de venta de estos productos 11 USD en el mercado peruano, por lo cual se propone en caso de venta a los comerciantes minoristas en DDP de 7.8 USD y para comerciantes mayorista un precio de 6.45USD en contrato DDP

6.5 Perfil del consumidor

El mercado peruano se caracteriza, por ser un mercado abierto al consumo de productos de excelente calidad y al turismo, siendo así como en esta nación se registra un alto nivel de productos importados. Perú cuenta con un total de 33.149.016 habitantes, teniendo una densidad de 25.79 habitantes por kilómetros y un PIB total de \$510,000 millones de dólares americanos.

Actualmente este país cuenta con almacenes de marca y de cadena con presencia en muchas de la ciudades principales y secundarias, lo que ha posibilitado la incursión de una gran cantidad de productos de procedencia extranjera, diferentes estudios afirman que Perú es un país idóneo para efectuar procesos de importación y exportación, ya que goza de buenas relaciones con sus países vecinos (ceranos y lejanos) así como un protocolo asequible para las empresas internacionales que deseen hacer negocios con ellos (Fondo Monetario Internacional, 2018).

Actualmente en la geografía peruana el idioma dominante es el español el cual se habla en la totalidad de las provincias, sin embargo, es bien conocido que en Perú existen 49 lenguas indígenas, cuatro se hablan en la zona andina y 43 en la zona amazónica. Las lenguas que tienen mayor número de hablantes son el Quechua, Aimara, Asháninka y Awajún. Es importante resaltar que 13 de cada 100 peruanos hablan una lengua indígena, además del español. (Min educación Perú, 2017).

6.6. Información del mercado objetivo

En las últimas décadas Perú ha mostrado un crecimiento exponencial en comparación de otras economías mundiales, de hecho, se ha comparado este crecimiento con la nación China, reportando desde el año 2008 la segunda inflación más baja, debajo de países como Francia, sumado a esto, su índice de desarrollo humano es clasificado como: *Alto*, alcanzando una puntuación de 0.750 para el año 2017, dejando ubicado a este país como el número 82 en la escala mundial, lo cual es muy positivo.

De acuerdo a reportes entregados por el FMI la renta per cápita está por encima de los 12,000 dólares americanos y de acuerdo a reportes entregados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe se ha estimado que la economía del Perú crezca un 5.9% entendiendo que este país tiene rasgos mineros dependiendo de la fluctuación de este mercado a nivel global, actualmente y de acuerdo al repertorio ejecutivo del Fondo Monetario Internacional, Perú representa una de las economías más pujantes de toda América Latina (Andina, 2014).

Tabla 7 *Exportaciones de Colombia por empresas a Perú.*

2020	Suma de Valor FOB (USD)	Suma de Precio Unitario (USD)	Sum of Cantidad(es)
PERÚ	\$ 293.562	26,603058	102296
COMERCIAL ALLAN S A S	293561,65	26,603058	102296
KILOGRAMO	293561,65	26,603058	102296

Fuente: Elaboración propia a partir de Legiscomex, (2020)

Como se puede observar en la tabla anterior según Legiscomex la empresa Comercial Allan SAS tuvo exportaciones en el año 2020 con valor de \$293,561.65 USD con una cantidad de exportación de 102,296 Kilogramos de helado para satisfacer la demanda peruana por el helado Colombiano.

7. PLAN DE OPERACIÓN

El proceso de exportación se ha proyectado para realizarse entre los dos países ya mencionados, (Colombia y Perú); a continuación, se expone la localización, la ruta de transporte, e información correspondiente al almacenamiento de los dos países involucrados.

7.1 Localización de la fábrica de producción Procelacteos LTD

El producto elaborado por la empresa Procelacteos LTD es fabricado en el punto de fábrica de la misma empresa, establecido en el departamento del Huila, en la ciudad de Neiva en la dirección carrera 1H #8-43 del barrio los Mártires, siendo este lugar la central de operaciones técnicas, logísticas y administrativas de la empresa.

7.2 Localización de Perú

Perú es un país Latinoamericano famoso por sus altos niveles de turismo, por su enorme riqueza gastronómica, cultural y comercial, se encuentra rodeado por el océano Pacífico y limita con Ecuador, Colombia, Brasil, Bolivia y Chile, su antigüedad remota al año 3200 a.C. con la presencia del imperio Incaico indígena el cual fue conquistado en el siglo XV por el imperio español. Actualmente este extenso país se consolida como uno de los destinos comerciales más atractivos, no solo de América Latina, sino también en el mundo entero, es importante recordar que la cultura peruana representa un cruce racial entre razas provenientes de Japón, China, Europa e Indígena.

7.3 Ruta de transporte

En esta parte del estudio se desarrolla el análisis del proceso de importación y exportación además de los términos y protocolos requeridos para llevar a cabo esto.

7.4 Sistemas de Comercialización

En lo pertinente a los sistemas de comercialización presentes en el país peruano, se encontraron básicamente cuatro, entendimiento que estos hacen referencia a las fases que tienen que atravesar un producto para poder llegar al consumidor final.

-*El canal directo*: no tiene ningún tipo de intermediario siendo el productor quien desempeña la mayoría de las funciones.

-*El canal detallista*: contiene un nivel de intermediario llamado los minoristas.

-*Canal distribuidor*: este canal tiene dos niveles de intermediarios, los mayoristas y los detallistas.

- *Canal bróker*: contiene tres niveles de intermediarios, el agente intermediario, los mayoristas y los detallistas (Puerto, 2010).

7.4.1 Sistema de Comercialización para utilizar

Para el proceso de exportación a realizar por la empresa neivana: Procelacteos LTDA, con destino a la ciudad de Lima-Perú, se ha previsto que esta empresa mayorista desarrolle alianzas estratégicas con dos distribuidores mayoristas, tales como las dos cadenas internacionales de supermercados con presencia en Perú, conocidas bajo el nombre de: *Wong-Cencosud* y *Metro-Cencosud*, las cuales cuentan con un total de ciento diez almacenes en toda la geografía peruana, siendo así cómo este proceso de exportación plantea la comercialización a partir de la conexión de un productor mayorista (Procelacteos LTDA) articulado a dos comercializadores mayoristas con presencia en toda la geografía limeña.

Para este proceso, Procelacteos LTDA, se compromete a hacer entrega en Lima del producto terminado en el punto de entrega definido por los almacenes de cadena, una vez estén ahí las 4800 macetas de helado, estas dos cadenas de supermercados se encargan de recogerlas, transportarlas y distribuir las según sus intereses y prioridades en algunos de los puntos estratégicos de sus sucursales comerciales en la ciudad de Lima.

En lo pertinente al proceso de exportación de este producto, se aclara que las 4800 materas de 1 litro de helado serán entregadas en un pallet (europallet) contenedor de 16 cajas de cartón, en cuyo interior se han organizado un total de 300 unidades del producto, para un total de 4800 unidades.

Este proceso de transporte tiene un total de cuarenta y seis horas de duración, realizándose desde la ciudad de Neiva-Huila, hasta la ciudad de Lima- Perú, en carros refrigerados.

Como ya se había dicho anteriormente el precio de venta del producto para estas cadenas mayoristas será de 6.4 USD lo que en pesos colombianos representa la cifra de \$22,124, teniendo en cuenta que el costo de producción más el costo de exportación, genera, un valor por unidad del producto de \$ 4.2 dólares lo que en pesos colombianos representa la cifra de \$14,490, estableciendo un margen de ganancia por producto unitario de \$7634 pesos colombianos y un rubro de ganancia por exportación mensual de \$17,952,407 pesos, lo que al año constituye una utilidad para Procelacteos Ltda. de \$215,428,893 pesos por año después de impuestos.

7.4.2 Descripción del contrato

En lo pertinente a la contratación esta será efectuada a partir de un *contrato de distribución* en formato digital, el cual contiene una cláusula de pago denominada *forward de divisas*, en donde se acordó formalmente y en común acuerdo, una tasa de cambio de 3.450 pesos por dólar; en el contrato se especifica que el proceso de pago se hará vía electrónica a través de una transacción internacional por los montos acordados haciendo uso de las cuentas bancarias de cada una de las empresas negociantes; los pagos serán efectuados cinco (5) días después de la entrega del producto a las cadenas de supermercado Wong y Cencosud.

7.5 Desarrollo operativo estratégico terrestre

Desde el año 2007 y hasta el presente, el Banco Mundial elabora un reporte el cual publica bianualmente, denominado “*Logistics Performance Indicator*” (LPI). Este reporte tiene como finalidad brindar en categorización numérica un indicador el cual representará el desempeño logístico del país estudiado (The World Bank. 2021).

Según las estadísticas presentadas por el último reporte LPI presentado por el World Bank en el 2018, este le otorga a Perú un indicador de 2.69, con este valor Perú se posiciona en el puesto 83 de 163; esto certifica las cadenas de suministro las cuales conectan a las empresas con posibles oportunidades nacionales e internacionales (The World Bank. 2018); (Sanchez, 2020).

7.5.1 Acceso Terrestre

Pese a que Perú posee una geografía y una topografía diversa y variada, este país cuenta con un extenso sistema de carreteras interconectadas que brindan acceso a toda la nación y a todas las capitales de provincia, ya sea en transporte público o particular, generalmente el acceso a estos métodos de transportes es sencillo, económico y cómodo; y para las zonas más alejadas existen el servicio de camiones y de transporte ferroviario.

La red vial en el Perú está compuesta por 78,000 kilómetros de carretera, distribuidas en carreteras de penetración, de enlace y longitudinales, habiendo tres tipos de vías, autopistas, carreteras asfaltadas y caminos afirmados generalmente de muy buena calidad (Banco de desarrollo América Latina, 2021).

7.5.2 Vías de comunicación

El departamento del Huila cuenta con una infraestructura vial adecuada, la cual permite el desplazamiento de mercancías de una manera rápida y eficaz, este departamento tiene conexión con la capital del país (Bogotá) y su capital Neiva está interconectada con todos los municipios aledaños (Huila.gov.co, 2020).

7.5.3 Proceso de Exportación vía Terrestre Neiva-Lima

Son diferentes las formas de poder transportar los productos de la empresa Procelacteos LTDA de la ciudad de Neiva a la ciudad de Lima; cada uno de ellos posee una logística y unos costos económicos distintos y fue a partir de ello que se tomó la decisión de tercerizar este proceso a través de una empresa especializada en estas actividades, la cual puede brindar una garantía de su servicio a través del sistema terrestre el cual en comparación a todos los demás resulta más práctico, económico y sustentable en contraste de la opción marítima la cual requiere de un periodo

de tiempo más largo y una ruta de recorrido más extensa, situación similar a la ruta ferroviaria la cual requeriría de acompañamiento de la ruta terrestre, ya que no existe una línea completa de recorrido en tren desde la ciudad de Neiva hasta la ciudad de Lima

La última opción analizada es el transporte aéreo, la cual aunque puede ser inferior en medidas de tiempo, llevando un término inferior a las cuatro horas, esta ruta resulta la más costosa de todas,

pudiendo cuadruplicar los costos en comparación a la vía terrestre, sumado a ello también es pertinente tener en cuenta que aunque fuese en servicio aéreo la carga debería tener una escala Neiva-Bogotá, Bogotá-Lima, lo que dispararía los costos financieros, reduciendo con ello la capacidad de tener una utilidad sobre el producto.

Como se había dicho este proceso se terceriza con una empresa de logística internacional, que para este caso es la *empresa de transportes Humadea*, cuyo proceso tiene un valor de \$6.000.000 millones de pesos y cubre el transporte de las 4.800 unidades en camión refrigerante distribuidas en 16 cajas; para este proceso de desarrollo se hará uso de un término de negociación identificado como: INCOTERM CIP, el cual hace responsable a la empresa transportadora del transporte, seguro y gastos de imprevistos incurridos (importación temporal en Ecuador) hasta la aduana Peruana (lugar establecido por las partes negociantes como punto de entrega), en donde la empresa WONG asume la responsabilidad de hacer todo el proceso de importación permanente a Perú, transporte nacional y seguro interno en el territorio aduanero Peruano.

7.6 Almacenamiento

El producto heladero necesita ser conservado a bajas temperaturas, durante todo el trayecto de transporte, lo cual se hace a través de un camión refrigerado que permite conservar la temperatura entre inferior 4 °C y los -18°C

7.7 Balance de infraestructura operativa

En lo concerniente al balance operativo de la empresa neivana PROCELACTEOS LTDA. se halló que esta tiene una maquinaria industrial especializada en la producción masiva de productos heladeros valuada en \$154.896,000 de pesos Colombianos; así mismo se detallan los valores de insumos expuestos en la tabla 8.

Tabla 8 Balance de infraestructura operativa

BALANCE OPERATIVO				
MAQUINARIA	REF	CANTIDAD	VALOR	SUBTOTAL
Maquinaria equipo industria	CAT	1	154.896.000,00	154.896.000,00
TOTAL				154.896.000,00

INSUMO INDIRECTO	REF	CANTIDAD	VALOR	SUBTOTAL
cajas	corrugado doble	100	1.500	150.000
vinipel	3M ROLLO	20	50.000	1.000.000
zunchos	PLASTICO 500 M	5	23.000	115.000
estibas	Madera de 1,20 x 1,20	25	20.000	500.000
TOTAL				1.765.000

Fuente: Elaboración propia

7.7.1 Balance de infraestructura administrativa

La infraestructura administrativa de la empresa de helados PROCELACTEOS LTDA ha generado una serie de compras en equipos requeridos para el buen funcionamiento de la misma, lo cual tiene un costo general de \$ 8.680.000 de pesos colombianos, distribuidos en la forma en la que se detalla en la tabla 9 (Computadores, escritorios, nevera, máquina de café, impresora)

Tabla 9 Balance de infraestructura administrativa

BALANCE INFRAESTRUCTURA ADMINISTRATIVO				
EQUIPOS	REF	CANTIDAD	VALOR	SUBTOTAL
Computadores	DELL INSPIRION	2	2.000.000	4.000.000
Escritorio	ARDECO 56	2	1.250.000	2.500.000
Nevera	centrales 200 lt	1	900.000	900.000
Maquina café	Oster	1	860.000	860.000
impresora	Canon 1050	2	210.000	420.000
TOTAL				8.680.000

BOPAD	165.341.000
--------------	--------------------

Fuente: Elaboración propia

7.7.2 Costos unitarios de producción

En lo pertinente a los costos unitarios del proceso de producción de la materia de un litro de helado de sabor de vainilla de la empresa PROCELACTEOS LTDA, a continuación, se detalla de forma específica cada uno de los ingredientes y elementos indispensables para la elaboración del helado, etiquetado, empaquetado y embalado, realizando el detalle de los costos de producción.

Tabla 10. *Análisis de gastos para la producción del producto materia de un litro de helado de vainilla de la empresa Procelacteos. LTDA*

N.	Ingredientes	Costo de producción por 1 Litro de helado de vainilla
1	Leche entera pasteurizada	\$1500
2	Conservantes - colorantes permitidos	\$2000
3	Agua purificada	\$500
4	Esencias artificiales de vainilla	\$3800
5	Yogurt	\$1500
6	Leche en polvo	\$1200
7	Estabilizantes	\$600
8	Azúcar	\$700
9	Etiquetado	\$200
10	Empaquetado	\$250
11	Embalaje	\$500
12	Grasa vegetal hidrogenada	\$250
-	Total- costo de producción - fábrica	\$13000

Fuente: Elaboración propia

7.2 Estudio administrativo

7.2.1 Balance administrativo laboral

Para el proceso de exportación la empresa Procelacteos abrirá tres cargos nuevos para dar cumplimiento a los compromisos de comercialización ya adquiridos con las cadenas de supermercado peruanas, tal y como se detalla en la tabla 11.

Tabla 11 *Balance administrativo laboral*

PROCELACTEOS LTDA		
NOMINA		
CARGO	NOMBRE	SALARIO
Aux bodega 1	Alejandra	877.000
Aux Bodega 2	Santiago	877.000
Servicios generales	Sandra	877.000
TOTAL		2.631.000

Fuente: Elaboración propia

7.3 Estudio logístico

7.3.1 Estructura de costos logísticos

Tal y como se precisa en la tabla 12 el proceso de exportación genera unos gastos, los cuales incluyen entre otros, el valor de la mercancía, costos de embalaje, estibas, maniobra de descarga, derechos aduaneros, seguro de transporte y el seguro local de la mercancía, lo cual es especificado a continuación.

Tabla 12 Costos logísticos Internacionales

COTIZACION INTERNACIONAL		TC	TARIFA	VALOR USD
1	Valor Mercancia	COP	\$62.400.000	\$18.576,96
2	Embalaje y marcaje para exportación	COP	costo Insumo directo	\$509,00
3	Gastos de certificación de origen	COP	0,8% EXW	\$152,69
4	Estiba de la mercancía al camión origen	COP	\$200.000,00	\$57,68
5	Flete de transporte interno origen	COP	\$500.000,00	\$144,19
6	Seguro local mercancía	COP	0,2% EXW	\$38,17
7	Derechos de exportación	COP	0,6% EXW	\$114,52
8	Maniobra de descarga Origen	COP	\$500.000,00	\$144,19
9	Honorarios del agente Aduanero	COP	\$230.000,00	\$66,33
11	Flete transporte internacional	USD	\$400,00	\$400,00
12	Seguro transporte internacional mercancías	USD	0,35%(EXW+FLETE)	\$68,20
13	Maniobra de descarga Destino	USD	\$50,00	\$50,00
14	Flete de transporte interno destino	USD	\$50,00	\$50,00
15	Derechos Aduaneros importación	USD	arancel 0 % CIF	\$0,00
16	Agenciamiento Aduanero importación	USD	\$100,00	\$100,00

Fuente: Elaboración propia

8. PLAN FINANCIERO

8.1 Capital inicial

Se puede definir como capital o inversión inicial a la suma de activos que son necesarios para arrancar actividades, en este caso el capital propio es \$165.341.000 fundamentales para generar la producción y comercialización, que hacen parte del patrimonio de la entidad, reuniendo la maquinaria equipo industrial, insumos, muebles y enseres.

Tabla 13 Capital de trabajo

BALANCE OPERATIVO				
MAQUINARIA	REF	CANTIDAD	VALOR	SUBTOTAL
Maquinaria equipo industrial	CAT	1	154.896.000,00	154.896.000,00
TOTAL				154.896.000,00

INSUMO INDIRECTO	REF	CANTIDAD	VALOR	SUBTOTAL
cajas	corrugado doble	100	1.500	150.000
vinipel	3M ROLLO	20	50.000	1.000.000
zunchos	PLASTICO 500 M	5	23.000	115.000
estibas	Madera de 1,20 x 1,20	25	20.000	500.000
TOTAL				1.765.000

EQUIPOS	REF	CANTIDAD	VALOR	SUBTOTAL
Computadores	DELL INSPIRION	2	2.000.000	4.000.000
Escritorio	ARDECO 56	2	1.250.000	2.500.000
Nevera	centrales 200 lt	1	900.000	900.000
Maquina café	Oster	1	860.000	860.000
impresora	Canon 1050	2	210.000	420.000
TOTAL				8.680.000

BOPAD	165.341.000
--------------	--------------------

Fuente: Elaboración propia

8.1.1 Proyección de ventas

El precio de venta CIP es el valor de la mercancía puesta en el puerto de embarque que representa el costo de empaquetado, etiqueta, aduana, entre otros valores que son tenidos en cuenta para el cálculo del precio del producto, para este ejercicio es de (\$6,4) por las unidades vendidas al mes (4.800) el precio de venta sería \$22.124 (Ver Tabla 14 Cálculo del precio de venta).

Tabla 14 Cálculo del precio de venta.

VENTAS MENSUALES			
CONCEPTO	PRECIO VENTA CIP	UNIDADES	VALOR
PRODUCTOMATER A DE 1LT HELADO	\$ 6,4	4800	\$ 22.124

Fuente: Elaboración propia

Se considera generar ingresos mensuales por una producción inicial y respectiva comercialización de 4800 unidades mensuales y al año 57.600 unidades que se incrementarán tanto los precios como el porcentaje de ventas anualmente; Para el primer año las ventas suman \$1.274.340.706 como lo indica la Tabla 15 Proyección ingresos anuales.

Tabla 15 Proyección ingresos anuales.

PROYECCION INGRESOS ANUALES										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
CANTIDAD	57.600	63.418	63.418	50.734	35.514	24.860	14.916	14.916	14.916	14.916
PRECIO	22.124	24.359	26.819	29.528	32.510	35.794	39.409	43.390	47.773	52.598
INGRESOS X VENTAS	1.274.340.706	1.544.771.200	1.700.801.625	1.498.073.589	1.154.571.108	889.832.418	587.826.245	647.199.943	712.570.713	784.544.292
TABLA SUPUESTO										
CANTIDAD	1	1,1	1,0	0,8	0,7	0,7	0,6	1,0	1,0	1,0
PRECIO	1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
PRODUCCION INICIAL	57600									
PRECIO INICIAL	22.124									

Fuente: Elaboración propia

8.1.2 Proyección de costos totales

Dentro de los costos totales está el rubro de los gastos de nómina que son los valores incurridos por la entidad en el empleo de trabajadores, más todos los gastos por los cuales son obligatoriedad del empleador.

Procelacteos LTDA incurre en la contratación de tres personas como apoyo a bodega y servicios generales que suman al mes \$2.631.000; (tal como fue especificado en la tabla 11 Gastos de nómina.)

Además, se encuentran los costos de venta por producto, que por unidad de Madera de 1 LT sabor a Vainilla es de \$13.000 por las 4.800 unidades al mes, representan un costo de \$62.400.000

Los costos operacionales que al mes suman \$4.691.480 reúne los conceptos, de nómina ya discriminados, los aportes parafiscales, arrendamientos inmobiliarios de bodegas, transportes y servicios públicos.

Los costos variables de la entidad Procelacteos reúne los conceptos de mensajería, seguros, comisiones de venta, marketing, promoción y publicidad y dotación generando un total de \$74.708.940 (Tabla 16 Costo de Venta y costos operacionales.)

Tabla 16 Costo de Venta y costos operacionales.

COSTO PRODUCTO	
	PROD M1
MAT HELADO	\$ 13.000
CANTIDAD	4800
VALOR TOTAL	\$ 62.400.000

COSTOS OPERACIONALES	
	PROD M1
COSTOS FIJOS	\$ 4.691.480
COSTOS VARIABLES	\$ 74.708.940
VALOR TOTAL	\$ 79.400.420

Fuente: Elaboración propia

Se proyecta los costos operacionales que mensualmente vienen siendo \$79.400.420 a diez años, incrementando los precios como lo indica la Tabla 17 Proyección costos anuales.

Tabla 17 Proyección de costos anuales.

PROYECCION DE COSTOS										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS VARIABLES	896.507.284	1.075.808.741	1.075.808.741	1.075.808.741	1.165.459.469	1.075.808.741	1.201.319.761	1.030.983.377	1.299.935.562	1.147.529.324
COSTOS FIJOS	56.297.760	56.297.760	56.297.760	56.297.760	56.297.760	67.557.312	67.557.312	67.557.312	67.557.312	73.187.088
TABLA SUPUESTO										
SUP VARIABLES	1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,2	1,34	1,15	1,45	1,28
SUP FIJOS	1	1	1	1	1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,3

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18 Estructura de costos Procelacteos Ltda 2021.

PROCELACTEOS		
ESTRUCTURA COSTOS 2021		
	CONCEPTO	VALOR MENSUAL
I	INGRESOS	
IVA	VENTAS PRODUCTO A CIP	\$ 106.195.059
	SUBTOTAL	\$ 106.195.059
C	COSTOS	
	INSUMO/PRODUCTO	
CV	COSTO PRODUCTO	\$ 62.400.000
	SUBTOTAL	\$ 62.400.000
CA	ADMINISTRACION	
CF	NOMINA MENSUAL	\$ 2.631.000
	APORTES Y PROVISIONES	
CF	SEGURIDAD SOCIAL Y	\$ 210.480
CF	ARRENDAMIENTO INMOBILIARIO	\$ 750.000
CF	ARRENDAMIENTO TRANSPORTE	\$ 100.000
CF	SERVICIOS PUBLICOS	\$ 500.000
	DOTACION ASEO INSUMOS	
CF	ADMINISTRATIVOS	\$ 500.000
CV	MENSAJERIA	\$ 70.000
CV	SEGUROS	\$ 50.000
	SUBTOTAL	\$ 4.811.480
CC	COMERCIALIZACION	
CV	COMISIONES DE VENTA	\$ 1.061.951
CV	EVENTOS PROMOCIONALES	\$ 500.000
CV	MARKETING	\$ 300.000
CV	PROMOCION Y PUBLICIDAD	\$ 200.000
CV	LOGISTICA Y DFI CIP	\$ 4.253.919
	SUBTOTAL	\$ 6.315.870
CFN	FINANCIAMIENTO	
	PRESTAMOS	\$ -
	SUBTOTAL	\$ -
CI	IMPUESTOS	
CV	IMPUESTOS (31% Utb)	\$ 10.126.990
	SUBTOTAL	\$ 10.126.990
	TOTAL GASTOS (MENOS IMPUESTOS)	\$ 73.527.350
TCF	TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 4.691.480
TCV	TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 74.708.940
	TOTAL UTILIDAD BRUTA (MENOS IMPUESTOS)	\$ 32.667.709
UN	TOTAL UTILIDAD NETA	\$ 22.540.719
%	PORCENTAJE DE RENTABILIDAD	21%

Fuente: Elaboración propia

Así mismo la tabla describe que la empresa en mención genera un porcentaje configurado en la cifra del 21%.

A continuación, tal como se detalla en la tabla 18 se encuentran los costos por concepto de insumos, comercialización, administración, logística, financiamiento y pago de impuestos entre otros.

8.1.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio para Procelacteos LTDA se logra con 715 unidades, siendo el 14,89% de las 4800 unidades de producción al mes, 715 unidades de producción vendidas permiten cubrir los costos totales de la entidad al mes. Ver Tabla 19 Punto de equilibrio.

Tabla 19 *Punto de equilibrio.*

PUNTO DE EQUILIBRIO	
UNIDADES	715
VENTAS	\$ 15.823.227

COSTO FIJO TOTAL	\$ 4.691.480
COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 15.564
PRECIO DE VENTA	\$ 22.124
COSTO VARIABLE	\$ 74.708.940
VENTAS	\$ 106.195.059

Fuente: Elaboración propia

8.1.4 Flujo de Caja

El flujo de caja representa los movimientos de entradas y salidas de efectivo, permitiendo analizar la liquidez de la entidad.

En la tabla 20 Flujo de caja proyectado, se puede observar como Procelacteos LTDA genera una liquidez originada por los ingresos operacionales por las ventas de 4800 unidades al mes, 57.600 unidades anuales de Matera de helado de vainilla de un litro.

En la misma tabla se observa el Valor Actual Neto (**VAN**) determinando que el proyecto de Procelacteos LTDA, de exportación de 57.600 litros de helado materia vainilla es viable a largo plazo, muestra como la inversión inicial de los socios de \$165.341.000, el capital de trabajo de \$73.527.350 cumple satisfactoria con el objetivo inicial del proyecto, para este caso es maximizar la inversión.

El presente proyecto genera un **VPA** de \$98.143.043 es viable porque da mayor que cero.

Tasa Interna De Retorno: la tasa interna de retorno da 18.25% lo que indica que es favorable para el Proyecto de Procelacteos LTDA apostarle a la exportación del producto en mención,

Tabla 20 Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PRESTAMO											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingreso		1.274.340.706	1.544.771.200	1.700.801.625	1.498.073.589	1.154.571.108	889.832.418	587.826.245	647.199.943	712.570.713	784.544.292
Costo Variable		-896.507.284	-1.075.808.741	-1.075.808.741	-1.075.808.741	-1.165.459.469	-1.075.808.741	-1.201.319.761	-1.030.983.377	-1.299.935.562	-1.147.529.324
Costos Fijos		-56.297.760	-56.297.760	-56.297.760	-56.297.760	-56.297.760	-67.557.312	-67.557.312	-67.557.312	-67.557.312	-73.187.088
Intereses		0	0	0	0	0					
Utilidad		321.535.662	412.664.699	568.695.124	365.967.087	-67.186.121	-253.533.635	-681.050.828	-451.340.746	-654.922.161	-436.172.120
Impuesto		-106.106.768	-136.179.351	-187.669.391	-120.769.139	22.171.420	83.666.100	224.746.773	148.942.446	216.124.313	143.936.800
Utilidad neta		215.428.893	276.485.348	381.025.733	245.197.949	-45.014.701	-169.867.535	-456.304.055	-302.398.300	-438.797.848	-292.235.320
Inv Inicial	-165.341.000										
Capital de trabajo	-73.527.350	-14.705.470	-11.029.102	-10.293.829	-7.352.735	-7.352.735	-7.352.735	-7.352.735	-7.352.735	-7.352.735	-7.352.735
Flujo Inversionista	-238.868.350	200.723.423	265.456.246	370.731.904	237.845.214	-52.367.436	-177.220.270	-463.656.790	-309.751.035	-446.150.583	-299.588.055

VAN al 30% EA	98.143.043
TIR	18,25%
TASA DE DESCUENTO	30%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla Descripción del Aporte del Inversionista. Se discrimina el valor de \$238.868.349, para dar una mayor descripción de la tabla 21 Flujo de caja proyectado.

Tabla 21 Descripción del Aporte del Inversionista.

CAPITAL DE TRABAJO	
INSUMO/PRODUCTO	\$ 62.400.000,00
ADMINISTRACION	\$ 4.811.480,00
COMERCIALIZACION	\$ 6.315.869,91
TOTAL	\$ 73.527.349,91
APROPIACION MENSUAL	\$ 73.527.349,91

INVERSION INICIAL	
B OPERATIVO Y ADMINISTRATIVO (BOPAD)	\$ 165.341.000,00
TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 165.341.000,00

PATRIMONIO	
Propio	\$ 238.868.349,91
TOTAL PATRIMONIO	\$ 238.868.349,91

Fuente: Elaboración propia



Como ya se había dicho anteriormente el precio de venta del producto para estas cadenas mayoristas será de 6.4 USD lo que en pesos colombianos representa la cifra de \$22,124, teniendo en cuenta que el costo de producción más el costo de exportación, genera, un valor por unidad del producto de \$ 4.2 dólares lo que en pesos colombianos representa la cifra de \$14,490, estableciendo un margen de ganancia por producto unitario de \$7634 pesos colombianos y un rubro de ganancia por exportación mensual de \$17,952,407 pesos, lo que al año constituye una utilidad para Procelacteos Ltda. de \$215,428,893 pesos por año después de impuestos.

9. CONCLUSIONES Y LOGROS

Una vez realizado el proceso de análisis de la información recolectada y elaborado a cabalidad el estudio de mercado para el producto de la empresa Procelacteos Ltda y efectuado el análisis de costos detallado para identificar los niveles de rentabilidad, se evidenció que el proyecto de exportación con destino a la ciudad de Lima-Perú de la materia de un litro de helado de vainilla, si es viable; sin embargo, para que sea sustentable y significativo económicamente hablando, se tiene que la cifra mínima requerida por la empresa es de 4.800 unidades por entrega de exportación mensual (un viaje) sumado a ello se propone que el proceso de exportación se haga una vez al mes, buscando que esta actividad resulte práctica y productiva. En ese orden de ideas en lo pertinente al primer objetivo específico del presente estudio, el cual buscaba determinar la capacidad exportadora de la empresa Procelacteos LTDA para atender la demanda exigida por el mercado peruano, se encontró que la empresa está en la competencia de desarrollar este proceso de producción, logístico y mercantil debido, a que dicho proceso no compromete y ni siquiera pone en riesgo su estabilidad o su presencia en el mercado local y nacional; sumado a lo anterior es pertinente aclarar que la organización cuenta con la experticia, el músculo económico, la maquinaria y con la trayectoria histórica, lo cual le ha permitido hacerse a un buen nombre dentro del público consumidor; de manera puntual se precisa que este proceso de exportación se llevará a cabo durante un año de pilotaje, con una cifra de 4800 materias (por mes), lo que le genera a la organización unos costos de producción, embalaje, etiquetado, logística y transporte de: \$ 79.400.000 COP por mes, lo que al año significa un total de \$952.805.000 COP, costos que la empresa está en la capacidad total de asumir, sin ni siquiera tener que acudir a algún tipo de préstamo bancario, sociedad o alianza.

Ahora bien, en lo pertinente al segundo objetivo específico el cual estaba orientado a realizar un estudio de mercado que definiera el nivel de ventas y el valor de aceptación del producto en el mercado peruano, se encontró que Colombia realiza procesos de exportación hacia Perú por un valor de \$293,5761.65 USD al año, valor que corresponde a un total de 102,296 kilos de helado,

lo cual representa un índice muy favorable de aceptabilidad del producto por parte del mercado peruano.

Así mismo el estudio logró identificar que la ciudad de Lima representa un destino de exportación adecuado para el proceso de incursión y expansión que desea desarrollar la empresa neivana, debido a que el clima de esta ciudad es propicio para el consumo de helado, a lo que se adhiere que esta cuenta con una alta afluencia turística y sumado a ello dentro de la expectativa de la tradición cultural de la región se encuentra los altos niveles de consumo de este producto.

En lo que tiene que ver con el objetivo específico número tres, el cual estaba dirigido a evaluar la rentabilidad y viabilidad financiera de la propuesta de exportación desde Neiva a la ciudad de Lima de la empresa en mención, se tiene que en términos de ganancias la organización por procesos de exportación mensual del producto, alcanza una cifra configurada en los \$5,203.59 USD lo que en pesos colombianos representa la cifra de \$17,952,407 pesos mensuales. En ese orden de ideas, anualmente el margen de ganancias llega a la cifra de \$62,443.15 USD lo que en pesos colombianos representa el monto de \$215,428,893 pesos, después de impuestos, lo cual no es una cifra onerosa, pero sí representa una tasa interna de retorno (TIR) del 18.25% y un valor actual neto (VAN) \$98,143,043 COP, siendo este un monto de ganancia significativo para la empresa.

Por último, respecto al objetivo específico número cuatro, dirigido a realizar un estudio técnico, logístico y administrativo que estableciera los requerimientos necesarios para llevar a cabo la ejecución del proyecto, se concluye que, en definitiva la empresa sí cuenta con todos los recursos necesarios y pertinentes para llevar a cabo el proyecto en mención, lo cual implica la contratación de personal adicional (tres auxiliares operativos) para la producción de las 4800 macetas de helado mensual, la gestión legal, las alianzas estratégicas con las cadenas de supermercados en la nación peruana (Metro Y Wong Cencosud), la compra de insumos, y la adquisición de maquinarias productivas, teniendo un costo para la empresa de \$165,341,000 COP

Por otro lado, en lo que concierne a las formas de transporte del producto, se precisa que, aunque existen diferentes medios para hacerlo desde Neiva hasta la ciudad de Lima, la mejor opción de

todas, en términos de practicidad y precios, es la terciarización de este proceso para lo cual se escogió la empresa de transportes Humadea, radicada en la ciudad de Bogotá D.C. Para la prestación de estos servicios (garantizados) la empresa en mención genera un cobro de \$1.694.96 de dólares mensuales (\$5,847.621.22 COP) que al año configura una cifra de \$20,339.55 de dólares Americanos (\$70,171,454.64 COP).

Otras formas de transporte del producto fueron analizadas, como lo es la del transporte vial aéreo, sin embargo, aunque este medio en términos de manejo de tiempo solo requiere de un término inferior a seis horas, el costo del mismo resulta excesivamente alto, lo que hace que esta modalidad sea inviable. En lo pertinente al medio de transporte ferroviario, este tuvo que ser desechado, debido a que no existe una ruta directa Neiva- Lima. En lo que tiene ver con la ruta marítima, esta también fue descartada debido a que resulta dispendiosa y además requiere de un periodo de tiempo más largo siendo delicado e incluso peligros para la conservación de los productos heladeros, de igual forma se agrega que el motivo que generó que se desistiera de esta propuesta es que la ruta se alarga generando mayores sobre costos económicos.

Finalmente, también es importante aclarar que se escogió la materia de un litro de helado con sabor a vainilla, debido que este es el producto con el nivel más alto de rotación dentro de la geografía colombiana, incluso hay estudios que afirman que a nivel mundial este sabor supera en cifras de ventas a todos los demás sabores de helado, incluyendo el sabor a fresa y el helado de chocolate.

10. BIBLIOGRAFÍA

Andina. (2014). *Ente emisor anuncia que Perú reflejo la inflación más alta en el año pasado.*

Ballón, N., y Cornejo, G. (2016). *Plan de negocio de una heladería artesanal - Glitz Heladería Fusion.* <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621379/TESIS%20-%20GLIZ%20HELADER%20C3%8DA%20FUSI%20C3%93N-Final.pdf?sequence=1>

Banco de desarrollo América Latina. (2021). Perú: Análisis del sector transporte <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/395>

Cámara De Comercio. (2016). *¿Quién dijo helado?* Informe #78.enfoquecompetitivo. <https://www.ccc.org.co/file/2016/07/Informe-N78-EC-Helados.pdf>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). Persona Natural Comerciante. Santa Fe de Bogotá. Colombia. Recuperado de: http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso_paso_empresa_ccb/persona_natural.htm

Cámara de Comercio de Huila. (2020) Impactos del COVID-19 a nuestro Tejido Empresarial. Recuperado de <https://cchuila.org/impactos-del-covid-19-a-nuestro-tejido-empresarial/>

Garzón, L. Pérez C, Zapata, J. y López, K (2019). Exportación y comercialización de helado de níspero endulzado a base de yacol. Institución Universitaria Esumer. <http://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/1839/1/PDF%20HELADO%20DE%20NÍSPE%20RO.pdf>

Cataño, P., y Fuentes, J. (2019). Empresa para la producción y comercialización de helado. Universidad Santo Tomás. Bogotá. Distrito capital. Colombia.

Datosmacro. (2021). *Perú: Economía y demografía.* <https://datosmacro.expansion.com/paises/peru>.



Diario Exportador.(2021). 15 documentos utilizados para la importación y exportación en Peru..<https://www.diariodelexportador.com/2018/05/documentos-utilizados-para-la.html>

Directorio Nacional de Centros Poblados. (2017). *XII de población, VII de vivienda y III de Comunidades*

El comercio. (2016) Aeropuerto Jorge Chávez limita política de cielos abiertos.

Exportar En Aragón. (2014).¿Por qué Perú despierta tanto interés?.<http://exportarenaragon.es/por-que-peru-despierta-tanto-interes/>

Fayanas. (2016). Perú de asombro en asombro. nueva tribuna. Perú.

Fondo Monetario Internacional. (2018).«Gross domestic product based on purchasing-power-parity (PPP) valuation of country GDP.

Flores, B. Castillo, J, Bailón, C y Hormaza, N. (2017). Proyecto de Negocio sobre comida Saludable, Good Food. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622166/HORMAZA_CN.pdf?sequence=16&isAllowed=y

Gestión Economía. (2018). *El consumo de helados en Perú se quintuplicaron en Perú en los próximos cinco años.* <https://gestion.pe/economia/consumo-helados-peru-quintuplicara-cinco-anos-nndc-249438-noticia/?ref=gesr>

Guzmán, D. (2014). Exportaciones del sector lácteo: oportunidades en el mercado Estadunidense. Universidad ICESI. Cali, Colombia.https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/77537/1/exportacion_es_sector_lacteo.pdf

Hernández Sampieri, R. (2014). metodología de la investigación sexta edición McGraw- Hill / Interamericana Editores, s.a. de C.V. Edificio Punta Santa Fe. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Iconainers. (2021). Transporte marítimo internacional a Perú. <https://www.iconainers.com/es/transporte-maritimo/peru/>

Indígenas. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1541/index.htm

Javie, C. A. (2016). Qué importancia tienen los helados dentro de las exportaciones de los lácteos. Argentina. Recuperado de: <https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar:8443/bitstream/handle/11185/1686/6.4.2.pdf>

Juriscal, S. (05 de mayo de 2020). suin juriscal. Recuperado de <http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Decretos/1749922>

Liendo, M; y Martínez, A. (2007). Sector lácteo. Industria del helado. Análisis del sector. Universidad Nacional del Rosario. <https://www.fcecon.unr.edu.ar/web-nueva/sites/default/files/u16/Decimocuartas/martinez%20y%20liendo%20industria%20del%20helado.pdf>

Ministerio de Educación, Pero. (2017) *En el Perú hay 47 lenguas originarias que son habladas por cuatro millones de personas.* <http://www.minedu.gob.pe/n/noticia.php?id=42914#:~:text=Las%20lenguas%20con%20alfabetos%20oficiales,madija%2C%20kukama%20kukamiria%2C%20majiki%2C>

Municipalidad de Lima. (2021) *Historia.* <https://www.munlima.gob.pe/noticias/item/28958-historia>

Instituto Nacional de Estadística. (2017). *XII de población, VII de vivienda y III de Comunidades Indígenas.* https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/libro.pdf



Procolombia. (2018). Colombia ya puede exportar productos lácteos y derivados a México. <https://procolombia.co/noticias/colombia-ya-puede-exportar-lacteos-y-derivados-mexico>

Puerto, D. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización.

<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/1025/4971>

Puerto, D. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. Recuperado de

<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/1025/4971>

Sectorial. (2019). Colombia produce 98000 toneladas de helado anual. <https://www.sectorial.co/informativa-lacteo/item/213443-colombia-produce-98-000-toneladas-de-helado-anual>

\

The World Bank. (2021). *LPI Reports 2007-2018*. <https://lpi.worldbank.org/report>

Trademap,(2020). Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas. valores de importación y exportación. Perú.

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c%7c%7c210500%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Trade Map. 2020. Lista de las empresas exportadoras en Colombia para el siguiente categoría de productos, Categoría de producto : Helados y sorbetes.

<https://www.trademap.org/CompaniesList.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c%7c%7c210500%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c3%7c1%7c2%7c1%7c1%7c4>

Trade Map. 2020. Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2019.

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c170%7c%7c%7c%7c210500%7c%7c%7c6%7c1%7c2%7c1%7c%7c2%7c1%7c%7c1

Torres, C. (2021). *Estudio estratégico para una planta de producción de papilla a base de oca y quinua en lima metropolitana*. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/18333>

Torres, A. (2020). *Verano: Peruanos gastan en promedio hasta 10 soles en helados en cada salida*. <https://larepublica.pe/economia/2020/02/22/verano-peruanos-gastan-en-promedio-hasta-10-soles-en-helados-en-cada-salida-video-donofrio-frio-rico-alaska-bloqueadores/>

The World Bank. (2018). *Connecting to Compete 2018 Trade Logistics in the Global Economy* *The Logistics Performance Index and Its Indicators*. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29971/LPI2018.pdf>

Sánchez, E. (2020). *El Perú en el Indicador de Desempeño Logístico*. <http://udep.edu.pe/hoy/2020/el-peru-en-el-indicador-de-desempeno-logistico/#:~:text=En%20esta%20clasificaci%C3%B3n%2C%20el%20Per%C3%BA,Brasil%2C%20Argentina%20Ecuador%2C%20etc>

ANEXOS

Anexo 1. Logo de la Empresa Procelacteos LTDA.



Anexo 2. Logo de la marca comercial - Línea Super Cono



Anexo 3. Producto Super Cono - Maceta de un litro de helado. Empaque plástico



Anexo 4. Producto maceta de un litro de helado en presentación artesanal- empaque de cartón

	
Matera	Combo Balde
\$18.000	\$30.000

Anexo 5. Catálogo de todos los productos de la empresa Procelacteos. Ltda. Super Cono

PALETERÍA



CHOCOCONOS

X 20 Unidades

\$20.000



PAQUETE SAN AGUSTÍN

Surtido X 15 Unidades

\$45.000



PALETA CHOCO MANÍ

X 20 Unidades

\$22.700



PALETA FRUTA SURTIDA

Mango Biche, Maracuyá, Cholupa. X 15 Unidades

\$37.500



PALETA DE AGUA SURTIDA

Limón, Fresa, Mandarina, Chicle. X 20 Unidades

\$12.200



PLATILLO SURTIDO

Fresa y Vainilla. X 10 Unidades

\$9.500



HELADOS CASEROS SURTIDO

Arequipe, Combarado y Ron con pasas. X 20 Unidades

\$23.000



ROLLO DE HELADO

X 8 Porciones

\$23.000

GALLETERÍA



BARQUILLO

X 40 Unidades

\$3.800



GALLETA TRIANGULAR

X 50 Unidades

\$3.800



CONO

X 10 Unidades

\$6.200



CAJA 8 LITROS

X 60 Porciones

\$34.500



CAJA 4 LITROS

X 30 Porciones

\$23.000



VASITO SURTIDO

X 20 Unidades

\$13.500



MATERA

X 1 Litro

\$16.000

Anexo 6. Página Web de la Empresa Procelacteos Ltda. www.supercono.com



Supercono Fabrica- Procelacteos Ltda



Neiva - Helado Suave



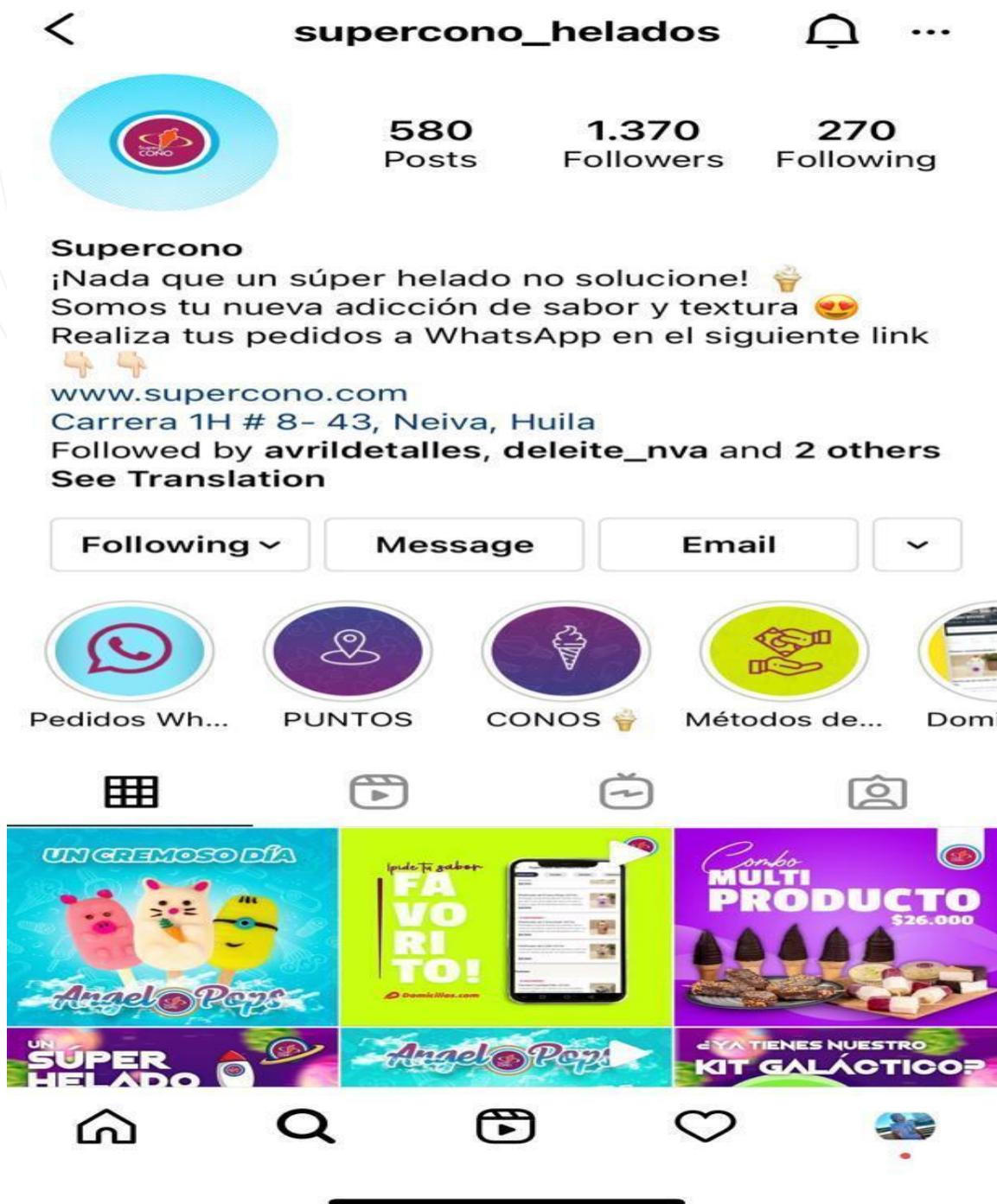
Supercono Bogotá



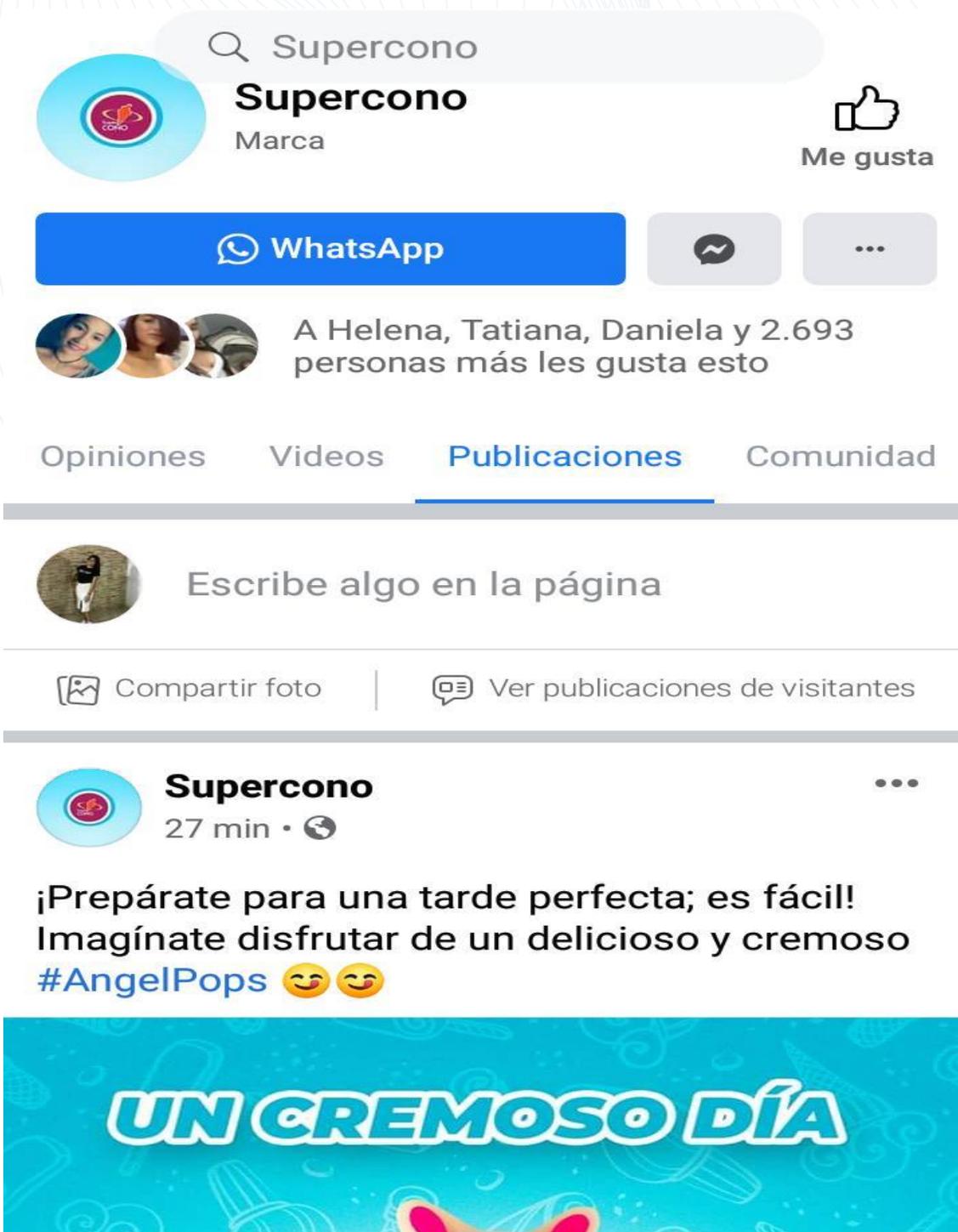
Supercono Girardot



Anexo 7. Redes sociales de empresa Super Cono -Instagram



Anexo 8. Redes sociales de Procelacteos. Super Cono. Facebook



The image shows a screenshot of the Facebook page for 'Supercono'. At the top, there is a search bar with 'Supercono' entered. Below the search bar, the profile picture of Supercono is shown, followed by the name 'Supercono' and the word 'Marca'. To the right, there is a thumbs-up icon and the text 'Me gusta'. Below this, there are three buttons: a blue 'WhatsApp' button, a grey button with a speech bubble icon, and a grey button with three dots. Underneath, there are three profile pictures of women and the text 'A Helena, Tatiana, Daniela y 2.693 personas más les gusta esto'. Below this, there are four tabs: 'Opiniones', 'Videos', 'Publicaciones' (which is selected and underlined), and 'Comunidad'. Below the tabs, there is a section for writing a post, with a profile picture of a woman and the text 'Escribe algo en la página'. Below this, there are two buttons: 'Compartir foto' and 'Ver publicaciones de visitantes'. Below this, there is a post from 'Supercono' with a profile picture, the name 'Supercono', and the text '27 min • 🌐'. The post content reads: '¡Prepárate para una tarde perfecta; es fácil! Imagínate disfrutar de un delicioso y cremoso #AngelPops 😊😊'. Below the text is a large blue banner with the text 'UN CREMOSO DÍA' in white, stylized letters. At the bottom of the banner, there are two pink lips.

Anexo 9. Línea de atención al cliente y pedidos por WhatsApp de la empresa Procelacteos LTDA.



Anexo 10. Registro fotográfico punto de venta de la empresa procelacteos Ltda. Super Cono

Neiva. Ubicación Centro Comercial Santa lucia plazas



Generación de trafico



Anexo 11. Registro fotográfico punto de venta de la empresa procelacteos Ltda. Super Cono
Neiva. ubicación Centro Comercial San Pedro Plazas



Anexo 12. Registro fotográfico punto de venta de la empresa procelacteos Ltda. Super Cono
Neiva. Ubicación Centro Comercial Único

VIGILADA MINEDUCACIÓN



Anexo 13. Registro fotográfico punto de venta de la empresa procelacteos Ltda. Super Cono
Neiva. Ubicación Centro Comercial Unicentro.



VIGILADA MINEDUCACIÓN

Anexo 14. Registro fotográfico punto de venta de la empresa procelacteos Ltda. Super Cono
Neiva. Ubicación almacén de cadena Olímpica



Anexo 15. Registro fotográfico punto de venta de la empresa procelacteos Ltda. Super Cono
Neiva. Ubicación almacén de cadena Éxito



Anexo 16. Líneas de atención empresa Procelacteos Ltda. Super Cono.

The screenshot shows the Super Cono website interface. At the top, there is a search bar with the text "¿Qué estás buscando?" and a red "BUSCAR" button. To the right of the search bar are icons for "CUENTA" and "CARRITO". Below the search bar is a navigation menu with the following items: INICIO, COMBOS, VASOS, PALETERIA, and REGRESAR. The main content area features a large banner with the text "LÍNEAS DE ATENCIÓN" and a WhatsApp icon. The banner displays contact information for six locations:

Location	Phone Number	City
FÁBRICA	310 292 4668	Neiva
SAN PEDRO	322 839 8752	Neiva
SANTA LUCÍA	314 479 4853	Neiva
ÚNICO	310 579 3179	Neiva
UNICENTRO	321 469 2024	Girardot
ÉXITO	321 439 3845	Gran Plaza / Florencia

Below the banner, there are three circular icons representing different products: a cup of ice cream, a cup of ice cream with a straw, and a chocolate ice cream bar. In the bottom right corner, there is a small "¿Pre?" button.

Anexo 17. Medios de pago de la empresa procelacteos Ltda. Super Cono.



¿Qué estás buscando? BUSCAR



INICIO COMBOS VASOS PALETERIA REGESAR

MEDIOS DE PAGO

DATÁFONO

LINK DE PAGOS

CÓDIGO QR

EFFECTIVO

TRANSFERENCIA ELECTRÓNICA DIRECTO A CUENTA CORPORATIVA



COMBOS



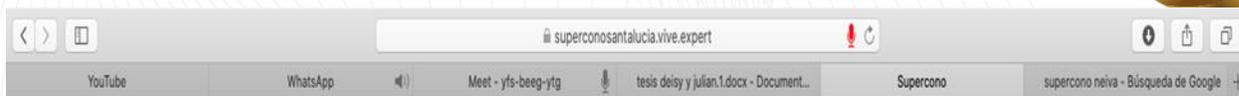
VASOS



PALETERIA



ANEXO 18. Puntos de venta empresa Procelacteos LTDA. Super Cono


 BUSCAR


INICIO COMBOS VASOS PALETERIA REGRESAR



COMBOS



VASOS



PALETERIA



ANEXO 19. listado de Productos Procelacteos Ltda.

N.	PRODUCTO
1	SUNDAE SURTIDO
2	VASITO FESTIN SURTIDO
3	VASITO FESTIN VAINILLA
4	CHOCOCONO VAINILLA
5	HELADO CASERO COMBINADO
6	HELADO CASERO SURTIDO
7	PALETA FRUTA SURTIDA
8	HELADO SAN AGUSTÍN SURTIDO
9	PALETA DE AGUA SURTIDA
10	PALETA DE CREMA CHOCO MANÍ COBERTURA
11	PALETA DE CREMA COOKIES & CREAM OREO
12	PALETA DE CHOCOMANI-COMBIMORA SURTIDO
13	PALETA CHOCOMANI-COMBIMORA SURTIDO
14	PLATILLO CREMA

15	MATERA CREMA 1LT
16	CAJA CREMA 8LT
17	CAJA CREMA 4LT
18	CAJA CREMA 20LT
19	ROLLO HELADO
20	TARTA PIE LIMÓN
21	TARTA CHEESCAKE Mora
22	ROLLO HELADO PORCION

ANEXO 20. Historial de exportaciones del producto una meterá de helado de la subpartida 2105009000 de Colombia al mundo.

AÑO 2016		
Etiquetas de fila	Suma de Valor FOB (USD)	Suma de Precio Unitario (USD)
AUSTRALIA	574,77	49,339031
TRANSPORTE MARÍTIMO	574,77	49,339031
ESTADOS UNIDOS	8690	18,697822
TRANSPORTE AÉREO	8690	18,697822
PERÚ	630450,22	53,634583
TRANSPORTE MARÍTIMO	630450,22	53,634583
Total general	639714,99	121,671436

AÑO 2017		
Etiquetas de fila	Suma de Valor FOB (USD)	Suma de Precio Unitario (USD)
<input type="checkbox"/> AUSTRALIA	4216,04	8,264856
TRANSPORTE MARÍTIMO	4216,04	8,264856
<input type="checkbox"/> ESTADOS UNIDOS	1364,8	20,374675
TRANSPORTE AÉREO	1364,8	20,374675
<input type="checkbox"/> PERÚ	629153,74	54,820663
TRANSPORTE AÉREO	2403,03	3,384549
TRANSPORTE MARÍTIMO	626750,71	51,436114
Total general	634734,58	83,460194

AÑO 2018		
Etiquetas de fila	Suma de Valor FOB (USD)	Suma de Precio Unitario (USD)
<input type="checkbox"/> AUSTRALIA	4141,85	12,361708
TRANSPORTE MARÍTIMO	4141,85	12,361708
<input type="checkbox"/> ESTADOS UNIDOS	30944	178,339689
TRANSPORTE AÉREO	25433,6	167,103148
TRANSPORTE MARÍTIMO	5510,4	11,236541
<input type="checkbox"/> MÉXICO	1	1,098901
TRANSPORTE MARÍTIMO	1	1,098901
<input type="checkbox"/> PERÚ	893945,3	75,860211
TRANSPORTE AÉREO	2999,48	3,870296
TRANSPORTE MARÍTIMO	890945,82	71,989915
Total general	929032,15	267,660509

AÑO 2019		
Etiquetas de fila	Suma de Valor FOB (USD)	Suma de Precio Unitario (USD)
<input type="checkbox"/> AUSTRALIA	1586,6	23,074719
TRANSPORTE MARÍTIMO	1586,6	23,074719
<input type="checkbox"/> CANADÁ	7262,53	5,500249
TRANSPORTE MARÍTIMO	7262,53	5,500249
<input type="checkbox"/> CURAZAO	468	8,068965
TRANSPORTE AÉREO	468	8,068965
<input type="checkbox"/> ESTADOS UNIDOS	21067,58	141,620834
TRANSPORTE AÉREO	14731,2	133,549893
TRANSPORTE MARÍTIMO	6336,38	8,070941
<input type="checkbox"/> MÉXICO	2	0,057971
TRANSPORTE MARÍTIMO	2	0,057971
<input type="checkbox"/> PERÚ	744318,18	115,606638
TRANSPORTE AÉREO	4290,24	1,954551
TRANSPORTE MARÍTIMO	740027,94	113,652087
Total general	774704,89	293,929376

AÑO 2020		
Etiquetas de fila	Suma de Valor FOB (USD)	Suma de Precio Unitario (USD)
TRANSPORTE AÉREO	50635,3	228,54161
CURAZAO	1198,4	43,028761
ESTADOS UNIDOS	16985,9	133,094814
PANAMÁ	2021	8,146894
VENEZUELA	30430	44,271141
TRANSPORTE MARÍTIMO	332130,7	54,348366
ARUBA	1	0,079239
AUSTRALIA	2800,4	14,348746
CANADÁ	4134,45	4,785243
ESTADOS UNIDOS	31633,2	8,53208
PERÚ	\$ 293.561,65	\$ 26,60
Total general	382766	282,889976