

Universidad Antonio Nariño



Monografía

**VIABILIDAD PARA LA PRESELECCIÓN DE MERCADOS
INTERNACIONALES PARA LA EXPORTACIÓN DE EMPANADAS
CONGELADAS**

Cristian David Mejía Ruiz

Comercio Internacional

Villavicencio

2020

Universidad Antonio Nariño

MONOGRAFÍA

**VIABILIDAD PARA LA PRESELECCIÓN DE MERCADOS
INTERNACIONALES PARA LA EXPORTACIÓN DE EMPANADAS
CONGELADAS**

Cristian David Mejía Ruiz

Carlos Martínez Zamora

Director De Tesis

Villavicencio

2020

Tabla De Contenido

	Pág.
Introducción	
1. Estudios Preliminares	2
1.1 Planteamiento del Problema	2
1.2 Objetivos del Proyecto.....	3
1.2.1 Objetivo General.....	3
1.2.2 Objetivos Específicos	3
1.3 Marco Conceptual	3
1.3.1 Antecedentes de la Solución del Problema	6
1.4 Marco Teórico	9
1.4.1 Alcance.....	12
1.5 Justificación	13
1.6 Hipótesis de la Investigación	16
2. Metodología	18
3. Desarrollo de la Investigación	19
3.1 Técnicas y Tecnologías.....	25
3.1.1 Túneles de Congelación.....	26

3.1.2 Cadena de frio	27
3.1.3 Almacenamiento.....	29
3.1.4 Empaque.....	29
3.1.5 Embalaje.....	30
3.2 Países para la comercialización de la empanada tipo coctel.....	31
3.2.1 Estados Unidos	39
3.2.2. Miami	41
3.3. Normatividad.....	42
3.3.1 Requisitos reglamentarios	43
3.3.2 A150 - Requisitos de registro para importadores	43
3.3.3 Prohibiciones / restricciones de las importaciones por razones sanitarias y fitosanitarias no especificadas en otra parte.....	43
3.3.4 Prohibiciones / restricciones de las importaciones por razones sanitarias y fitosanitarias no especificadas en otra parte.....	44
3.3.5 Prohibiciones / restricciones de las importaciones por razones sanitarias y fitosanitarias no especificadas en otra parte.....	45
3.3.6 Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y piensos y sus materiales de contacto.....	45
3.3.7 Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y piensos y sus materiales de contacto.....	46

3.3.8 Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y piensos y sus materiales de contacto.....	46
3.3.9 Requisitos de etiquetado (101).....	47
3.3.10 Requisitos de etiquetado (102).....	47
3.3.11 Requisitos de etiquetado (130).....	48
3.3.12 Requisitos de embalaje (109).....	49
3.3.13 Requisitos de embalaje (175).....	49
3.3.14 Requisitos de embalaje (178).....	50
3.3.15 Criterios microbiológicos del producto final.....	50
3.3.16 Prácticas de higiene durante la producción.....	51
3.3.17 Tratamiento de frío / calor.....	51
3.3.18 Tratamiento de frío / calor.....	52
3.3.19 Calidad del producto o requisito de rendimiento.....	52
4. Conclusiones y Recomendaciones.....	54
Bibliografía.....	56
Anexos.....	60

Agradecimientos

Primero que todo agradecer a Dios que me permite culminar mi carrera con éxito, agradecer a la Universidad Antonio Nariño por acogerme a lo largo de estos años, a sus directivas y a los docentes que de alguna manera estuvieron involucrados en la culminación de mi carrera a todos ellos mis mejores deseos y bendiciones.

Dedicatoria

Este proyecto de vida se lo dedico primero que todo a Dios por todas las bendiciones recibidas, dedicárselo a esas personas que hoy en día no se encuentran en la tierra pero que desde el cielo han sido motivo y motor para sacar la carrera adelante y a toda mi familia.

Agradecer a mi madre que me apoyo de alguna manera posible, con una palabra o con una ayuda económica, a mi tío y su esposa que con gran sacrificio semestre a semestre me fueron apoyando porque sin ellos hoy no estaría a punto de ser profesional, y todos mis familiares que de una u otra manera con su apoyo moral me impulsaron día a día para ser alguien en la vida.

Resumen

Varias investigaciones aseguran que la gastronomía y las comidas rápidas ha venido teniendo un crecimiento bastante notario debido a las especialidades y algunas tendencias en conservación de alimentos, y el turismo gastronómico que se viene presentando en algunos países del mundo, algunos chef se han visto inclinados por la comida tradicional ya que albergan grandes secretos en sus diversas formas de cocción.

A continuación, se presentará una investigación de la tendencia de la comida rápida, la preferencia sobre la empanada, métodos y tecnologías para conservación y congelación de dicho alimento, además de una descripción del mercado óptimo para alimentos congelados.

Abstract

Several researches assure that gastronomy and fast foods have been growing quite noticeably due to specialties and some trends in food preservation, and the gastronomic tourism that is occurring in some countries of the world, some chefs have been inclined to traditional food as they harbor great secrets in their various forms of cooking.

Next, an investigation will be presented on the trend of fast food, the preference on empanada, methods and technologies for the preservation and freezing of fast food, as well as a description of the optimal market for frozen food.

Introducción

A continuación se presentara una investigación sobre los factores a considerar para poder exportar la empanada hacia la ciudad de Miami diseñado en una presentación precocida, empacada al vacío en 6 unidades por empaque en un tamaño tipo coctel para su rápido consumo, para esto se indago en los mercados locales y nacionales encontrando experiencias exitosas como lo es Congelados Criss empresa dedicada a la comercialización de empanadas y así mismo obteniendo un nuevo canal distribución que es la exportación de empanadas congeladas y otros alimentos, siguiendo con la investigación se encuentra una empresa internacional El Noble empresa Argentina dedicada a la exportación de dicho alimentos por medio de la venta de su franquicia a gran parte de Suramérica y Europa la cual se nombrara más adelante y su participación, en la idea de llevar a un nivel mayor esta investigación, adicional se quiere dar a conocer el manejo y la manipulación adecuada para que el producto llegue en perfecto estado al mercado, el diseño de un matriz de mercados teniendo en cuenta temas logístico, legales y costos ya que es parte fundamental debido a que el alimento que se quiere exportar es precocido y congelado, para concluir con la investigación lo que se quiere es incentivar las exportaciones de la región teniendo en cuenta todos los factores ya nombrados anteriormente, también se quiere incentivar el emprendimiento contando con las ayudas del gobierno y subsidios para la creación de empresas.

1. Estudios Preliminares

1.1 Planteamiento del Problema

El Departamento del Meta es una de las regiones que ha venido posicionándose en el turismo nacional, trayendo consigo miles de turistas nacionales como internacionales, que llegan a la región atraídos por su cultura, su clima, sus paisajes y principalmente por su gastronomía.

Como resultado de esto el Departamento se ha posicionado en el territorio nacional como uno de los Departamentos con mayor desarrollo en la Orinoquia Colombiana, y aunque se ha impulsado su gastronomía a nivel Nacional e internacional, su plato más conocido en la Ternera a la Llanera, producto que ya se exporta hacia los Estados Unidos.

Caso contrario es el de la empanada. Producto fabricado con ingredientes únicos (carne a la llanera, harina y añejos) a los del resto del país. Este producto es conocido tanto a nivel nacional como internacional, donde se comercializa como un bocadillo ya sea en la mañana o en la tarde y porque no en la noche, alrededor de la empanada se reúnen amigos, familiares, novios y un sinnúmero de consumidores, la empanada es muy apetecida gracias a su sabor, presentación y precio.

Países como Argentina, Chile y Colombia ya están abarcando mercados internacionales, en Colombia la Empresa Vallecaucana Congelados Criss viene incursionando en la ciudad de Miami en los Estados Unidos con empanadas congeladas.

Lo anterior nos lleva a la siguiente pregunta **¿ES VIABLE LA PRESELECCIÓN DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE EMPANADAS CONGELADAS?**

1.2 Objetivos del Proyecto

1.2.1 Objetivo General

- Determinar a través de la investigación de mercados viabilidad de exportar de empanadas congeladas.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Establecer técnicas y tecnologías adecuadas para la producción de las empanadas congeladas
- identificar la matriz de preselección de mercados para determinar el país de destino para la exportación
- Realizar un estudio legal para identificar los requisitos legales exigidos para la producción, transporte, embarque y legalización e ingreso del producto en el exterior.

1.3 Marco Conceptual

A continuación, encontraremos algunos términos que se deben dejar claro para un mayor entendimiento del proyecto

CONGELACIÓN: método por el cual los alimentos son puestos en máquinas diseñadas para congelar y así conservar al máximo las propiedades organolépticas.

SNACK: es un tipo de alimento en porciones mínimas para satisfacer temporalmente el hambre, también como entrada o pasabocas para algún tipo de evento.

EMPANADA: Se denomina empanada a una comida que consiste en una masa rellena de queso, verdura, pollo, pescado, carne y otros ingredientes. Por lo general las empanadas se cocinan al horno, aunque también existen las empanadas fritas, a la parrilla y cocidas al vapor.

EXPORTACIÓN: Las exportaciones son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización.

CAS: Las siglas CAS corresponden a Cell Alive System, una tecnología emergente de congelación que se presenta como una prometedora alternativa a los procesos de congelación tradicionales.

MERCADO: es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuo

COMIDA RÁPIDA: es un estilo de alimentación donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados (generalmente callejeros o a pie de calle).

CALIDAD: es una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que la misma sea valorada con respecto a cualquier otra de su misma especie

EMPRESA: es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de la sociedad.

ARANCEL: Este consiste en poner un impuesto a un bien o servicio vendido dentro del país por alguien desde el exterior de la frontera.

BARRERAS NO ARANCELARIAS: Las barreras no arancelarias son regulaciones impuestas por los gobiernos para dificultar o evitar la importación de determinadas mercancías sin elevar impuestos. Ello, con el objetivo de favorecer a los productores locales.

COMERCIO INTERNACIONAL: El comercio internacional es aquella actividad

económica que se refiere al intercambio de bienes y servicios entre todos los países del mundo. El comercio internacional implica la compra, venta o intercambio de bienes y servicios en diferentes divisas y formas de pago.

VISTOS BUENOS: Son los trámites previos a la importación o exportación que definen un producto como apto para su debido proceso, los productos que necesitan vistos buenos son los sometidos a Normas técnicas obligatorias

EMPRENDIMIENTO: se refiere etimológicamente a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta

FRANQUICIA: es un formato de negocios destinado a la comercialización de bienes y servicios, en el cual una persona –natural o jurídica– concede a otra por un tiempo determinado el derecho de usar una marca o nombre comercial

CREACIÓN DE EMPRESA: se necesita estructurar una serie de recursos materiales, humanos y económicos de cara a la consecución de una serie de objetivos establecidos por los emprendedores en la puesta en funcionamiento de su actividad. Para ello, se recurre generalmente al desarrollo de un plan de empresa.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS es la herramienta necesaria para la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información, ¹con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionadas a la mercadotecnia.

1.3.1 Antecedentes de la Solución del Problema

Con la investigación se quiere establecer la viabilidad de ingresar al mercado internacional desde la ciudad de Villavicencio con un producto industrializado como lo es la empanada bajo la presentación congelada tipo snack, cumpliendo con los estándares exigidos por la Organización Mundial de Comercio (OMC) y al mismo tiempo determinando si es posible la exportación de este producto ya que en la actualidad contamos con empresas a nivel nacional como Congelados CRISS, una empresa vallecaucana con una trayectoria aproximada de 5 años en la exportación de productos congelados que cuentan con una variedad en su portafolio entre ellas la empanada, ahora bien encontramos la empresa ZENÚ la cual hace parte del gran grupo Nutresa comercializa en el mercado nacional empanadas tipo snack en la gran mayoría de almacenes de grandes superficies en presentaciones de 504 gramos por 12 unidades y 600 gramos por 28 unidades en sabores de pollo y carne, según su portal web la empresa por el momento aún no está exportando el producto.

Actualmente la empresa EL NOBLE una empresa argentina dedicada a la producción y comercialización de productos congelados entre ellos una amplia variedad de empanadas, las cuales se destacan las de carne picante, queso con cebolla, pollo con champiñones y salteada de vegetales, a esto se le debe sumar con que cuenta con más de 10 años de trayectoria en el mercado y su gran número de sucursales en este país hacen que la marca sea reconocida por la variedad y calidad en sus productos esto se debe a que el Noble como empresa está enfocado a políticas de calidad establecidas por SENASA en el cual establecen un sistema de trazabilidad, prevención y control de las principales patologías de impacto productivo, comercial y zoonótico, al mismo tiempo cuenta con la tecnología necesaria para llevar a cabo la producción y la conservación de las empanadas, además cuenta con una política exportación por medio de

franquicias a lo cual ha hecho que sea reconocido en países como: Uruguay, Chile, España, Alemania, Paraguay, México y Colombia.

El mercado colombiano de comidas rápidas es pequeño si se compara frente al de economías desarrolladas como Estados Unidos y Japón. Sin embargo, una población joven en crecimiento, el aumento de ingreso per cápita, los problemas de movilidad y el papel protagónico cada vez mayor de la mujer en el mercado laboral hacen que las grandes cadenas nacionales abran a diario establecimientos de ese tipo.

EAE Business School, de España, reveló el estudio ‘El gasto en comida rápida 2014’, en las principales economías mundiales, y concluye que los principales mercados son EE. UU., China, Japón, India y Brasil, con cifras de gasto de 63.799, 34.313, 27.994, 10.645 y 10.629 millones de euros, respectivamente.

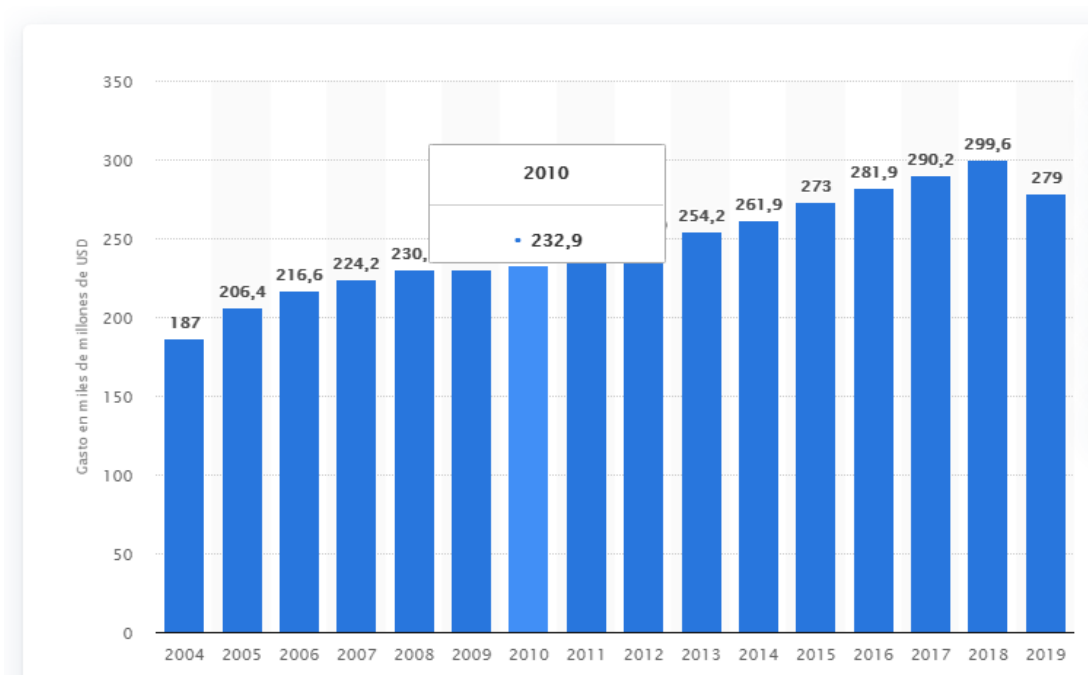
Según explicó a Portafolio Juan Aitor Lago, Director del SRC de EAE Business School, “es cierto que la incidencia de la comida rápida es mayor en general en América Latina, y en particular en sus economías más importantes, Brasil, México, Colombia, Perú y Chile”.

El caso de Colombia es especialmente relevante ya que, de todos, es el que más potencial de crecimiento tiene (en porcentaje), al ser ya la segunda economía en tamaño de Suramérica, y la más estable de la región después de Chile, apuntó el experto.

Asimismo, el estudio arrojó que los países en los que menos se gasta en comida rápida son Italia, España, Australia, Alemania y Canadá, con un consumo en 2013 de 1.663, 1.862, 4.057, 4.688 y 6.009 millones de euros respectivamente.

Desde el año 2007 todos los países muestran crecimientos en el gasto en comida rápida. Los incrementos más relevantes se producen en tres países emergentes, China, Brasil e India, con subidas del 124, 120 y 101 por ciento respectivamente.

Esta estadística muestra el gasto en consumo en el sector de los restaurantes de comida rápida en Estados Unidos desde 2004 hasta 2019. En ese último año, el sector de los restaurantes de servicio rápido generó 279.000 millones de dólares estadounidenses en gasto de los consumidores.



La investigación encontró que el 36,6 % de los adultos estadounidenses consumió comida rápida en las 24 horas previas a las entrevistas, realizadas en el periodo comprendido entre 2013 y 2016.

El reporte encontró que entre los más jóvenes, el grupo compuesto por personas entre 20 y 39 años, al menos el 44,9 % reportó consumir comida rápida, mientras que el consumo parece disminuir conforme aumenta la edad.

Entre los adultos de 40 a 59 años, la cifra es de 37,7 %, y entre aquellos mayores de 60 años, el consumo de comida rápida es del 24,1 %.

Notamos que el consumo disminuye con la edad y que los afroamericanos no hispanos consumen más comida rápida en comparación con los blancos no hispanos, los asiáticos no hispanos y los hispanos", dijo a Efe Cheryl Fryar, una de las autoras del informe.

El 42,4 % de los afroamericanos reportaron consumir comida rápida, seguidos de los blancos, con el 37,6 %, los hispanos (35,5 %) y los asiáticos (30,6 %)

1.4 Marco Teórico

La investigación de mercados es la técnica que usamos los que trabajamos en marketing para acercarnos al mercado. Nunca vamos a saber qué piensa verdaderamente el consumidor (ni siquiera haciendo estas investigaciones), pero es cierto que mediante la investigación de mercado vamos a tener una idea mucho más clara de la mente del consumidor

La investigación descriptiva se limita a describir lo que pasa en el mercado, sin comprometerse desde adentro como se hace en la investigación exploratoria.

Si queremos investigar la forma en la que los usuarios compran en nuestro supermercado, una investigación del tipo descriptiva funcionaría de forma perfecta. (Nardi, 2105)

En cuanto al origen de la empanada, se dice que proviene del Medio Oriente y pasó a España y como otro montón de cosas que llegaron a través de la Conquista, la empanada colombiana fue una herencia de los españoles. Una vez la grandiosa empanada se estableció en las tierras conquistadas por los españoles, adquirió toques criollos. Así, durante la época de la Colonia, la empanada se sirvió como un plato en ocasiones especiales, fiestas y la Navidad (Uber Eats , 2018). Esto es evidencia que no solamente es un producto potencial para la comunidad latinoamericana, sino que representa oportunidades para comunidades que posiblemente podrían encontrar en este un producto atractivo.

Aunque los colombianos prefieren las comidas hechas en casa, el porcentaje de comensales fuera del hogar -una o más veces por semana- está incrementando (38%), aunque es aún menor al promedio Latinoamericano (41%) y el global (48%). Así lo revela el más reciente Estudio Global de Nielsen sobre Tendencias de Comida Fuera del Hogar, aplicado en 61 países del mundo, 7 de ellos en América Latina, con metodología online

En la región, Colombia ocupa el cuarto lugar entre los países en los que se aplicó la encuesta. Los brasileños son los consumidores que más comen por fuera de su casa durante la semana (51% de los participantes), seguido de Perú 42% y México 40%. Los argentinos son los que menos comen fuera, pues el 42% respondió que menos de una vez al mes o nunca, ingiere alguna de las tres comidas principales en un restaurante u otro establecimiento, comparado con el 18% de colombianos.

La segunda opción de los colombianos cuando eligen el tipo de establecimiento son los restaurantes de comida casual (46%) y en tercer lugar los restaurantes formales (44%). El consumo de comida callejera es solo del 15% en nuestro país, frente al 18% en la región y al 27% en el mundo. (Bitar, 2010)

Todas las regiones del país elaboran empanadas la masa son en su mayoría de harina de trigo o maíz, y los rellenos varían entre arroz, queso, puré de papa, carne molida, guisos de pollo, carne o verduras. Son acompañada con ají y son mayormente encontradas en forma de media luna y freídas en aceite.

Bogotá es la excepción cuando se trata de la masa de la empanada. Mientras en el resto de las regiones se prepara con maíz peto, en la capital se prefiere la harina de trigo. Su relleno también es controversial ya que en Bogotá se suele usar arroz en vez de papa. Estas empanadas con masa de trigo y relleno de arroz son también conocidas por muchos como “cachacas”.

El pipián– El origen de la empanada está en Popayán, capital del Departamento del Cauca, y su belleza se encuentra en cada uno de sus detalles tan tradicionales. Primero, la masa bien delgada de maíz peto. Segundo, el relleno de pipián hecho con papas, maní molido, ajo, cebolla, tomate y achiote. Y tercero, el ají hecho a base de maní.

Esta empanada se destaca por su relleno. Sí, el de pipián es muy rico, pero el de las empanadas del Valle del Cauca tampoco se queda atrás. La mezcla de papa criolla –para algunos, papa amarilla– con carne desmechada preferiblemente.

Se dice que Barranquilla, Santa Marta y Cartagena son las ciudades que consumen más empanadas en Colombia”

Definir emprendimiento es hablar de la capacidad de partir de cero para crear un proyecto, una iniciativa o un negocio. A día de hoy, el emprendimiento toma muchas formas y, por eso, puede hablarse de tecnoemprendedores, intraemprendedores, emprendedores sociales, trabajadores autónomos y muchos otros.

A los emprendedores también se les denomina empresarios u hombres o mujeres de negocios. Común a todos ellos puede percibirse un impulso. Es el espíritu empresarial.

Este espíritu es un fenómeno complejo que involucra un conjunto de actividades con características técnicas, humanas, administrativas y empresariales, cuyo desempeño requiere un conjunto diverso de habilidades. La proporción en que se presenten determinará las diferentes categorías y tipos de empresarios (OBS, 2020)

De acuerdo con el informe entregado al periódico La República la empresa Empanadas Típicas de Colombia hace referencia al consumo de sus productos destacando el número de puntos de venta y franquicias, la cual es liderada por la capital, pero se destaca un dato interesante: La Región caribe cuenta con 15 puntos de venta, ubicados en Barranquilla, Santa

Marta y Cartagena, y juntos representan un 18% del total de locales que tiene la empresa en toda Colombia. A pesar de no ser mayoría, los locales de esta región presentan un nivel de ventas superior a 30%. En este orden, en Caribe se consumen alrededor de 9.000 empanadas todos los días

De esta forma se demuestra que el mercado de empanadas a nivel nacional es muy atractivo, pero precisamente con miras a esclarecer los objetivos del presente estudio debemos ver el potencial del producto a nivel internacional. De esta forma, debemos revisar la posición arancelaria 1901.20 para identificar comercio actual del producto, exportadores colombianos actuales, así como tamaño aparente del mercado y compradores potenciales, requisitos y demás información.

1.4.1 Alcance

La viabilidad de esta investigación es establecer la tecnología y el método adecuados para la producción de empanadas congeladas, preseleccionando en las múltiples empresas tanto nacionales como internacionales que se dedican a la fabricación de sistemas de congelación para alimento y otros. se determinará el mercado internacional óptimo para la realización de la exportación. Se determinará la normatividad requerida y exigida tanto en Colombia como en el país de destino para la producción y comercialización del producto.

No se pretende en ningún momento producir ni comercializar en el exterior las empanadas tipo snacks, el estudio servirá de base para un posterior plan de negocios internacional.

1.5 Justificación

La empanada es uno de los productos más emblemáticos en el país especialmente en las ciudades como Bogotá, barraquilla, Ipiales y valle del cauca y parte de los llanos orientales, la empanada por lo general es acompañado por bebidas al gusto del comensal bien sean frías (jugos, gaseosa o te) o bebidas calientes (tinto o “perico”) generando así un consumo masivo en los colegios, universidades y a las afuera del trabajo.

Ahora bien en medio de la investigación se encontró que el Dane, estudios de investigación de mercadeo realizados por estudiantes de la Universidad de los llanos y un estudio realizado por el observatorio periodístico de la Unihorizonte llegan a concluir que la empanada es uno de los alimentos más demandables ya que el estudio realizado por los estudiantes de la Unillanos toma como muestra la población Villavicense en diferentes aspectos como estrato, escolaridad y ocupación, obteniendo un resultado en el cual el 29% de las personas encuestadas prefiere la empanada a cualquier hora del día o como un sustituto de alguna comida

Ahora bien el Dane ha realizado una encuesta nacional de presupuesto de los hogares en donde demuestra cuánto y cuáles son los principales gastos en los hogares colombianos, en esta parte se refleja que los principales gastos son: pago de vivienda propia, arriendo, alimentación, salud y transporte; dentro de la encuesta se le pregunto a los hogares cual era el habito de gasto de alimentos por fuera del hogar, arrojando como resultado que cada 100 hogares 62 consume almuerzos completos pero también refleja que de cada 100 hogares 40 gasta en empanadas, hamburguesas, pizzas entre otras comidas rápidas.

Como ya se había mencionado la Unihorizonte ha hecho un estudio entre los estudiantes universitarios y parte administrativa de las diferentes universidades de la capital quedando demostrado que de 10 estudiantes 7 prefieren comer empanadas o arepas y otros comidas

chatarras que representado en porcentajes el 37% prefieren comer empanadas, el 14% arepas, el 13% sándwich y solo el 3% comen hamburguesas otros de los datos interesantes es que el 27% de los encuestados prefieren comprar a las afuera de la universidades quiere decir a los vendedores ambulantes,

También podemos utilizar este tipo de alimentos para amenizar cualquier tipo de evento ya que gracias a su contenido, presentación, sabor y aroma es muy aceptado en este tipo de reuniones.

Ahora bien enfocando la empanada hacia un mercado de congelados hacia el exterior debemos tener en cuenta un mercado primordial para el desarrollo de la investigación y es el mercado de los alimentos congelados.

El negocio de los alimentos congelados en Colombia ha presentado un crecimiento en los últimos años, tanto en producción como en consumo, en parte gracias a la mejora en los procesos de congelación y a las inversiones en cadena de frío de las empresas productoras de estos alimentos. “Han tenido que instalar equipos eficientes energéticamente y que ofrezcan la misma calidad en su empaque y apariencia al momento de descongelarlo, con respecto a este tema, las empresas han accedido a tecnologías como el IQF para mantener su competitividad en el mercado interno o exportar”, dice el ingeniero Augusto Besedichek, gerente General de KAMU, desde el punto de vista de esta empresa encargada del suministro de equipos industriales de congelamiento de alimentos (Ialimentos.com, 2017)

Cifras de Investigación en Bogotá señalan que el aumento en el consumo de los hogares ha dinamizado el sector de alimentos procesados, que en 2015 exhibía entre sus principales segmentos la molinería, panadería y repostería, con el 29 % del total nacional, seguido por lácteos, con un 26 % y harinas, confitería y snacks, con el 18 %. (EFE, 2017)

Las masas congeladas se venden en colegios, hoteles, clubes, supermercados y panaderías, de las que en sólo Bogotá hay más de 7 mil y en Cali unas 2.200 y para quienes están en el negocio el potencial es grande porque el consumo de pan en Colombia que está por los 23 kilos per cápita, uno de los más bajos de América Latina si se compara con Argentina, donde llega a 73 kilos, o Chile que está por los 98 kilos al año.

Para dimensionar la oportunidad del negocio de los congelados, lo siguiente: en América Latina el promedio de hogares que compran productos congelados es del 40%, mientras que en Colombia sólo llega al 19%. Ese es el potencial que ven todas estas compañías. (Fernández, 2013)

El enfoque y la perspectiva que se presenta hoy en día en el mercado de congelados da entender que las empresas existentes en la comercialización de congelados están interesadas por expandir dicho mercado, que gracias a la alta demanda por los alimentos procesados hay intereses de inversión extranjera y que las empresas colombianas de recorrido tradicional se están dando cuenta que el mercado internacional demanda más alimentos congelados.

Esta investigación se enmarca dentro una de las líneas de investigación nacional de la facultad de ciencias económicas denominada relaciones económicas y comercio internacional ya que con alimentos congelados en este caso el de la empanadas, se quiere incentivar el comercio, generar empleos con el único beneficio de poder tener la segunda empresa a nivel nacional que exportar alimentos congelados, y la segunda empresa llanera en exportar alimentos, teniendo en cuenta de que tratamos con productos simples pero tan importantes e influyentes en la economía regional y nacional, aprovechando que su producción es tradicional y al mismo tiempo es típica en muchas de las regiones del país, en especial en Villavicencio siendo esta nuestro punto de

partida, para iniciar una oportunidad de una empresa llanera que decide unirse y ofrecer sus productos de calidad y excelente sabor, para el óptimo desarrollo de esta investigación

De acuerdo con la reunión que sostuvo el alcalde electo Felipe Harman y director del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) Juan Daniel Oviedo, en Villavicencio hay que por los menos bajar dos puntos al desempleo ya que en esos momentos la ciudad presentaba una mayor tasa de desempleo y ahí es donde la investigación quiere influenciar hasta donde se puede colaborar en la disminución de este ítem.

Así mismo informó que en el 2021 se realizará un censo económico. “En el caso de Villavicencio está centrado en que buena parte de la actividad económica y de la empleabilidad que tiene la ciudad está concentrada específicamente en el 40.38% en actividades de comercio, hoteles y restaurantes que están muy cerca de la informalidad”.

Es importante resaltar que para la generación del presente proyecto se tuvo en cuenta los conocimientos adquiridos en temas como procesos de exportación, mercados internacionales, logística, entre otros, los cuales son parte del área de estudio de formación académica del investigador.

1.6 Hipótesis de la Investigación

Las empanadas se han producido en Colombia por cientos de años, y gracias a los resultados de los múltiples estudios que se han hecho alrededor de este alimento y sobre el mercado de congelados se puede decir que:

Son atractivas para al consumo, por su sabor o su origen latino, también se presenta una alta demanda en el mercado por la comida congelada.

La tecnología y los métodos de congelación de productos alimenticios se han perfeccionado de tal manera que permite llevar con éxitos a mercados en el exterior

El norteamericano consumo alimentos precocida o comida rápida por su rápida preparación.

Las empanadas tienen la oportunidad de comercializarse fuera del país, por tanto es posible exportar el producto en mención generando beneficios económicos y sociales para el país

2. Metodología

Los métodos de investigación son las herramientas que los investigadores utilizan para obtener y analizar los datos. Estas incluyen el muestreo, los cuestionarios, las entrevistas, los estudios de casos, el método experimental, los ensayos y grupos de enfoque. (Zita, s.f.)

El tipo de investigación que acoge este estudio para la factibilidad de exportación y comercialización de empanadas tipo coctel, con enfoque mixto ya que a través de esta se puede trabajar bajo los enfoques cuantitativos debido a que tendremos datos numéricos, estadísticas donde se deberá analizar su fiabilidad y validez de los mismos, dentro de la investigación encontramos entrevistas y experiencias comerciales en la cual podrá ayudar en el desarrollo por ende la ser de otras fuentes tiene igualmente un enfoque cualitativo de carácter exploratoria se realiza para conocer el tema que se abordará, lo que nos permita “familiarizarnos” con algo que hasta el momento desconocíamos.

Los resultados de este tipo de Investigación nos darán un mejor panorama o conocimiento superficial del tema, pero es el primer paso inevitable para cualquier tipo de investigación posterior que se quiera llevar a cabo.

Con este tipo de investigación se obtiene la información inicial que permite establecer si es posible la exportación del producto objeto de investigación y servirá de base para generar posteriormente un plan de negocio internacional.

También encontramos que es de tipo descriptiva ya que se pretende describir el fenómeno a estudiar sin intervenir en el mismo, se trata de obtener la mayor información posible y teniendo en cuenta todas las situaciones que rodean al fenómeno que es objeto de investigación para la obtención de la información no se recurrirá a fuentes primarias ya que no se aplicara entrevistas estructuras ni entrevistas directas a personas u organizaciones involucradas en el fenómeno, si no

que se emplearan fuentes secundarias tales como investigaciones previamente realizadas frente a técnicas y tecnologías utilizadas en los procesos de congelación y conservación de la empanada, de entidades oficiales, publicas y privadas tales como PROCOLOMBIA, DIAN, MINSALUD, INVIMA, Organizaciones Gubernamentales de los posibles países de destino como la FSA, FSMA

3. Desarrollo de la Investigación

Es indispensable identificar factores que nos permitan evidenciar el potencial de la exportación de empanadas congeladas, y por supuesto analizar qué etapas de la producción, logística Y LEGAL.

Tabla 1. Exportaciones Colombianas DE en miles de dólares

Importadores	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018
Mundo	2597	2416	1575	1715	2508
Ecuador	1325	1041	935	766	962
España	281	337	149	461	382
Chile	22	31	28	123	371
Estados Unidos de América	469	576	253	222	298
Perú	19	5	2	6	280
Reino Unido	80	61	94	81	110
Panamá	67	138	91	32	78
Canadá	65	35	4	12	15
Costa Rica	23	31	8	0	6
Curaçao	8	15	0	1	4

Fuente: trademap.org

De acuerdo a la información obtenida en trademap.org, con la posición arancelaria 1901.20 que corresponde a mezclas y pastas de harina, grañones, sémola, almidón, fécula, o extracto de malta, sin cacao... Colombia exportó este tipo de productos por más de 2 millones y medio de dólares durante el año 2018. Estados Unidos aparece en la cuarta posición de este grupo de productos con casi 300 mil dólares.

Dentro de las empresas que realizan procesos de exportación de este tipo de productos se encuentran las siguientes:

Tabla 2. Empresas que realizan procesos de exportación

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
ALIMENTOS MILENIO S A S	4	1	Colombia	Bogotá
ALIMENTOS POLAR COLOMBIA S A S	6	798	Colombia	Bogotá
ALIMENTOS Y PRODUCTOS EN POLVO POLTEC S A S	4	8	Colombia	La Estrella
ALMIDONES DE SUCRE S A S	2	11	Colombia	Corozal
AMA LO NATURAL S A S	4	15	Colombia	Bogotá
AVILA GUTIERREZ JOSE ATALIVAR	2	1	Colombia	Bogotá
BATATA S COLOMBIA S A S	3	5	Colombia	Bogotá
BIODECKEN S A S	3	2	Colombia	Sabaneta
C I ANDINOPRINCES S A	4	9	Colombia	Bogotá
C I CENTRAL OIL S A S	6	10	Colombia	Bogotá
CASTRO VENTERO GLORIA DORIS	2	1	Colombia	Paipa

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
CHAUX TORRES LYLIAM MARIA	1	1	Colombia	Cali
Comestibles Ricos S A - Legal S A	2	1	Colombia	Bogotá
CONGELADOS TODOLISTO S A S	4	23	Colombia	Bogotá
DERIYUCA SAS	1	2	Colombia	Cali
DON BONO S A S	1	2	Colombia	Barranquilla
EMPACADORA DE ALIMENTOS CAROLINA LTDA EN LIQUIDACIÓN	5	25	Colombia	Bogotá
Gestion Industrial Santander S A En Liquidacion - G I S S A	2	20	Colombia	Santander De Quilichao
GIRONES S A	5	130	Colombia	Floridablanca
GRANOS ANDINOS DE COLOMBIA S A S	4	1	Colombia	Bogotá
Grasas S A - Team Foods Colombia	3	365	Colombia	Buga
GRUPO SUAREZ SAS	4	2	Colombia	Cali
Harinera Del Valle S A - Harinera Del Valle	1	1210	Colombia	Cali
INGREDION COLOMBIA S A	1	680	Colombia	Cali
INNOVA FOOD SOLUTIONS S A S	3	10	Colombia	Bogotá
MINERALES BARIOS DE COLOMBIA S A S	3	34	Colombia	Palermo
MOJICA BAEZ JULIO ERNESTO	1	1	Colombia	Soata
MOLINOS DEL ATLÁNTICO S A S	1	92	Colombia	Barranquilla
PAMPA LTDA	1	65	Colombia	Cali
PANDEBONO S VALLUNO COLOMBIA SAS EN REORGANIZACIÓN	2	3	Colombia	Bogotá
PANDEBONO S VALLUNO S A S	5	1	Colombia	Bogotá

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
PRECOCIDOS DEL ORIENTE S A	2	142	Colombia	Bucaramanga
PRODUCTORA NACIONAL DE ALIMENTOS S A	2	10	Colombia	Dosquebradas
PRODUCTOS ALIMENTICIOS BELLINI S A S	1	76	Colombia	Madrid
Productos Alimenticios Doria S A S - Proaldo S A S	4	293	Colombia	Mosquera
Productos Comestibles Calipan S A - Productos Calipan S A	5	78	Colombia	Cali
Productos Qikely S A S - Qicola S A S	3	109	Colombia	Cali
PRODUCTOS RAMO S A	2	1420	Colombia	Bogotá
QUIROGA SÁNCHEZ MARÍA ECILDA	1	1	Colombia	Piedecuesta
Rafael Del Castillo Y Cia S A - Tres Castillo S A	1	299	Colombia	Cartagena
Ruiz Castellanos Julio Cesar - Productos Alimenticios La Victoria	3	35	Colombia	Bucaramanga
Sary Sociedad Por Acciones Simplificada - Sary Sociedad Anónima	3	170	Colombia	La Estrella
SOTO CADENA ANA ISABEL	5	1	Colombia	Barranquilla
SUSUNAGA GUAYARA WILINTON ALFONSO	1	3	Colombia	Ibagué
SUSUNAGA MANCHOLA LUIS ALFONSO	1	5	Colombia	Ibagué
TOSTADORA DE CAFÉ Y CACAO DE MI TIERRA S A S	2	10	Colombia	Pereira

De lo anterior se puede concluir que aunque hay empresas que se dedican a producción y exportación de otro tipo de productos alimenticios congelados, empresas como Tres Castillo SA, Sary SA, Productora Nacional de Alimentos, entre otras, que de acuerdo a la investigación, es posible estén desarrollando exportaciones del producto a distintos mercados, con lo cual se podría concluir que hay posibilidad y potencial de exportar las empanadas.

Tabla 3. Importaciones de EEUU 2019 DE CONGELADOS

Exportadores	Valor importado en 2019 (miles de USD)	Participación de las importaciones para Estados Unidos de América (%)	Cantidad importada en 2019	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2015-2019 (% p.a.)	Participación de los países socios en las exportaciones mundiales (%)	Concentración de las importaciones de los países socios	Arancel medio (estimado) aplicado por Estados Unidos de América
Mundo	414496	100	193305	2144	4	100		
Canadá	344877	83,2	165799	2080	2	8,9	0,98	14
México	14827	3,6	7540	1966	2	0,6	0,73	1
Bélgica	12733	3,1	4441	2867	5	9,5	0,1	17,7
Francia	10064	2,4	2564	3925	67	14,9	0,1	17,7
Corea, República de	8632	2,1	3239	2665	-2	1	0,38	3
Austria	3626	0,9	1766	2053	20	4,4	0,16	17,7
India	3615	0,9	1564	2311	31	0,1	0,08	14
Alemania	2881	0,7	871	3308	31	13,9	0,07	17,7
Italia	1501	0,4	478	3140	12	1,2	0,05	17,7
Uruguay	1381	0,3	705	1959	15	0,1	0,27	17,7
Singapur	1253	0,3	476	2632	19	2,7	0,08	0

Vale la pena analizar en esta gráfica que el único país latinoamericano presente es Uruguay, pero es aún más importante identificar la fuerte tendencia de los americanos a la importación de productos alimenticios tipo snack, productos prácticos y fáciles de consumir en cualquier ocasión. Se podría pensar que las empanadas congeladas tienen oportunidad de ingreso en Estados Unidos, y que hay potencial de mercado.

De acuerdo con los propósitos establecidos para el desarrollo de la investigación debemos plantear cuales son las técnicas y las tecnologías de congelación cuales son las medidas necesarias por medio de la descripción de una cadena de frío, adicional la forma de empaque y embalaje para la correcta exportación de las empanadas tipo coctel, posibles países para un óptimo desarrollo del producto y sus respectivos reglamentos para dicha exportación.

Se parte del hecho de que el snack que se quiere exportar cuenta con ingredientes tales como, pollo, carne y otro tipo de carnes así mismo se elegirá el método más adecuado para la preservación de está.

La congelación es un método de conservación de alimentos: inhibe actividades enzimáticas, microorganismos, actividad metabólica. Puede ser total o parcial la inhibición.

Existen dos métodos físicos y químicos, para la conservación del snack el más apropiado es el físico ya que este método no afecta la composición del producto, ahora bien es uno de los métodos más utilizados para la conservación de nuestros alimentos, porque el frío inhibe las alteraciones de forma total o parcial y permiten que se conserven los alimentos a largo plazo. También la accesibilidad de los productos por este proceso es mucho mayor y su precio es menor.

Una vez elegido el método de físico debemos tener en cuenta:

- El tiempo de conservación del producto.

- Al momento de la congelación los posibles cambios en su estructura, sabor, color.
- Que no sea perjudicial para la salud humana.

3.1 Técnicas y Tecnologías

Al encontrarse ciertos errores derivados de los sistemas de congelación tradicional se evidencio que el producto final no era adecuado para su consumo, además que se estaba presentando perdidas en la mercancía, rentabilidad y eficiencia la idea era poder superar estas adversidades que se venían presentando

Según investigaciones la tendencia del consumidor es buscar que los alimentos sean los más parecido a cuando están frescos y de buena calidad, a raíz de estos requerimientos del mercado se abre la innovación de aplicar una nueva tecnología en la industria alimentaria: la tecnología Cas. Esta La tecnología se basa en la congelación de los productos alimenticios a través de ondas electromagnéticas combinadas con frío mecánico (congelado tradicional). El fundamento de la congelación por CAS se basa en la generación de una vibración de baja frecuencia en las moléculas de agua que componen el alimento. De esta forma, el tamaño de los cristales de hielo es más reducido que los formados por tecnologías tradicionales, limitando así las roturas celulares de los alimentos y, por consiguiente, minimizando el impacto de la congelación en la calidad de los productos tanto durante el proceso como tras su descongelación (CAS, s.f.).

En conclusión la tecnología CAS se presenta como la solución a todos los inconvenientes que se encuentra inmersos en los métodos tradicionales de congelación, permitiendo así que la empresa pueda competir en el mercado de congelados promoviendo alimentos frescos y de buena calidad.

TABLA DE ALMACENAMIENTO EN REFRIGERADOR Y CONGELADOR

Estos límites de tiempo breves pero seguros ayudarán a mantener los alimentos refrigerados a 40° F (4° C), para que no se echen a perder ni sean peligrosos. Dado que las fechas de los productos no constituyen una guía para el uso seguro de dichos productos, consulte esta tabla y siga los siguientes consejos.

- Compre el producto antes de la fecha "vender antes del" o la fecha de vencimiento.
 - Siga las recomendaciones de manipulación incluidas en el producto.
 - Mantenga la carne de res y el pollo en el envase hasta el momento de usarla.
 - Si congela carne de res y el pollo en el envase original durante más de 2 meses, cúbralos con un papel aluminio hermético resistente, envoltorio plástico o con papel para congelador; o bien coloque el envase dentro de una bolsa de plástico.
- Dado que congelar alimentos a una temperatura de 0° F (-18° C) los mantiene seguros por tiempo indefinido, los siguientes tiempos de almacenamiento recomendados se proporcionan sólo por motivos de calidad.

Producto	Refrigerador	Congelador	Product	Refrigerator	Freezer
Huevos			Sopas y guisos		
Frescos, con cáscara	3 - 5 semanas	No congelar	Con verduras o carne de res y mezclas de estos alimentos	3 - 4 días	2 - 3 meses
Yemas y claras crudas	2 - 4 días	1 año	Tocino y salchichas		
Duros	1 semana	No se congelan bien	Tocino	7 días	1 mes
Huevos pasteurizados líquidos o sustitutos de huevos			Salchichas, carne cruda de cerdo, res, pollo o pavo	1 - 2 días	1 - 2 meses
abiertos	3 días	No congelar	Salchichas ahumadas para desayuno, hamburguesas	7 días	1 - 2 meses
cerrados	10 días	1 año	Carne de res fresca (Carne de res, ternera, cordero y cerdo)		
Comidas listas para calentar, guisos congelados			Bistecs	3 - 5 días	6 - 12 meses
Mantenerlos congelados hasta el momento de calentarlos		3 - 4 meses	Chuletas	3 - 5 días	4 - 6 meses
Productos de fiambrería y envasados al vacío			Carne para asar	3 - 5 días	4 - 12 meses
Ensaladas con huevos, pollo, atún, jamón, macarrones preparadas en la tienda (o en el hogar)	3 - 5 días	No se congelan bien	Intierores (lengua, riñones, hígado, corazón, tripas)	1 - 2 días	3 - 4 meses
Chuletas de cerdo y de cordero prerrellenas, pechugas de pollo rellenas c/aderezo	1 día	No se congelan bien	Sobras de carne de res		
Comidas rápidas preparadas en la tienda	3 - 4 días	No se congelan bien	Carne de res cocida y platos de carne de res	3 - 4 días	2 - 3 meses
Comidas envasadas al vacío de mariscos			Salsa y caldo de carne	1 - 2 días	2 - 3 meses
			Carne de pollo fresca		

3.1.1 Túneles de Congelación

Son la mejor alternativa para un enfriamiento y congelación rápido, reduciendo el tiempo de producción generalmente previa al empaque. El enfriamiento rápido evita la condensación dentro del empaque evitando la producción de hongos y microorganismos. El enfriamiento se realiza en un ambiente cerrado con recirculación de aire evitando la exposición del producto al medio ambiente y a microorganismos. Con los túneles continuos de congelación se puede realizar congelación individual o IQF con mejores resultados en calidad organoléptica debido a la formación más de cristales de hielo más pequeños (Dartico, s.f.).



Figura 1. Túneles de congelación

Fuente. <http://www.dartico.com/tunelesycuartos/?v=42983b05e2f2>

3.1.2 Cadena de frío

Se denomina así, porque está compuesta por diferentes etapas. Si alguno de los puntos de la cadena de frío se llegase a romper o alterar, toda ella se vería afectada, perjudicando la calidad y seguridad del producto, facilitando el desarrollo microbiano, tanto de microorganismos alterantes como de patógenos productores de enfermedades, y la alteración del alimento por reacciones enzimáticas degradantes provocando características organolépticas no deseables. En el caso de tener una cadena de frío que se mantiene intacta durante la producción, transporte, almacenamiento y venta, se garantiza al consumidor que el producto que recibe se ha mantenido en un rango de temperatura de seguridad en el que los microorganismos, especialmente los más perjudiciales para la salud si es que existieran, han detenido su actividad. Además, una temperatura de conservación adecuada preservará las características del alimento tanto organolépticas como nutricionales.

La cadena de frío es el sistema formado por cada uno de los pasos que constituyen el proceso de refrigeración o congelación necesario para que los alimentos lleguen de forma segura al consumidor, además de todas las otras actividades necesarias para garantizar la calidad y seguridad de un alimento, desde su origen hasta su consumo.

A la hora de garantizar la seguridad alimentaria de los alimentos, es fundamental mantener la cadena de frío, por lo que todas las etapas implicadas, desde productores hasta distribuidores deben poner especial atención en mantenerla. De nada serviría esta labor conjunta sin la colaboración del consumidor final, último, pero no menos importante elemento de la cadena quien también debe mantenerla. (Hannacolombia.com, s.f.)

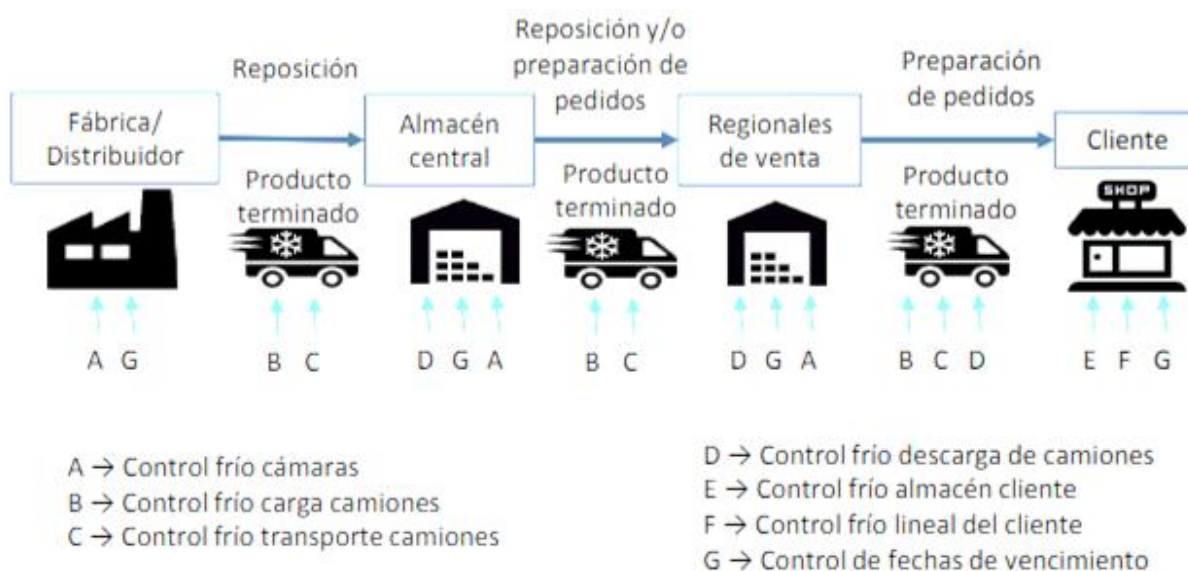


Figura 2. Cade de frío.

Fuente.Procolombia

3.1.3 Almacenamiento

El área de almacenamiento en congelación debe estar seca, bien ventilada y limpia.

- Asegurar que el congelador funcione a la temperatura correcta para garantizar que los alimentos se mantengan congelados.
- La temperatura ideal de almacenamiento en congelación se encuentra entre 0°C a -18°C .
- Asegurarse que los artículos recibidos congelados se ubiquen inmediatamente en el congelador.

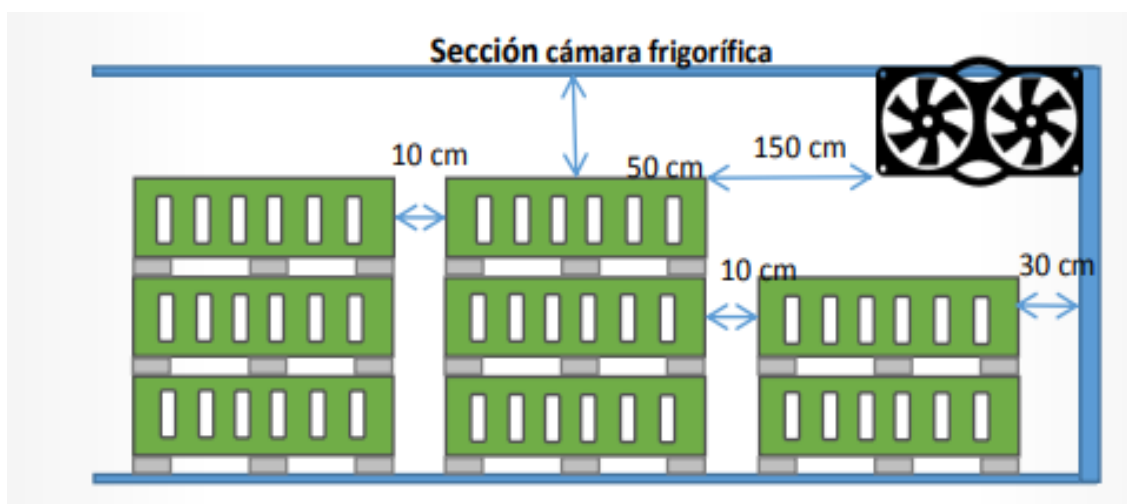


Figura 3. Almacenamiento en congelación

Fuente. Procolombia

3.1.4 Empaque

El empaque, además de contener el producto, agrega valor al:

- Garantizar la no ruptura de la cadena de frío.
- Evita el maltrato y deterioro de los productos frescos.
- Asegura la calidad del producto.
- Disminuir la posibilidad de rechazo por parte de los clientes.

Para le empresa es importante tener en consideración estas características ya que en base de ellas de escogerá el empaque correcto teniendo en cuenta igualmente Temperatura, Tiempo de conservación, Condiciones ambientales, Condiciones de transporte.



Figura 4. Empanadas empacadas

Fuente.

3.1.5 Embalaje

Los embalajes deben permitir la circulación adecuada del flujo de aire que está dentro del cuarto. - Para productos frescos se utilizan embalajes de ventilación lateral.

- Para congelados se utilizan empaques colados duros. Las canastillas plásticas se pueden utilizar en ambos tipos de productos.

- Se recomienda que la medida de los embalajes sea acordes a las estibas, para obtener una mayor optimización de la misma.

- Las estibas deben ser de material plástico o metálicas; Las estibas de madera propician la acumulación de bacterias.



Figura 5. Embalaje

Fuente.

3.2 Países para la comercialización de la empanada tipo coctel

Como posibles alternativas para el desarrollo del proyecto se ha escogido 3 países (Estados Unidos, España, Corea del sur)

Para la selección de las plazas se tuvo en cuenta varias características como: reglamentaciones para el ingreso de la mercancía, mercados, tratados de libre comercio, costos, tiempo de tránsito y de acuerdo al país a escoger se presenta una breve reseña para el desarrollo del proyecto.

Tabla 4. Países para la comercialización de la empanada tipo snack.

Fuente: Elaboración propia basada en datos obtenidos de diferentes páginas de Google que se encuentran en la bibliografía.

CRITERIO CALIFICACIÓN				
PAIS ALTA POSIBILIDAD	5			
NEUTRO O NO APLICA	3			
PAIS BAJA POSIBILIDAD	1			
PAISES		ESTADOS UNIDOS		
AÑO DE INFORMACION		2019		
ANALISIS MERCADOS EXTERNOS			Calificación	%
1.- ECONOMICOS	5%		2,43	2,40
MONEDA	10%	Dollar	5	0,88
PIB US\$	20%	21.725.320,24	1	0,20
PIB PER CAPITA US\$	15%	\$ 66210,00	3	0,75
CRECIMIENTO DEL PIB %	10%	2,90%	1	0,10
DEVALUACIÓN %	10%	0.0	5	0,50
INFLACIÓN %	10%	-0,09%	3	0,30
TIPO DE CAMBIO	15%	1.00 (moneda del país / USD\$)	3	0,45
TASA DE DESEMPLEO	10%	14,70%	1	0,10
2.- DEMOGRAFICOS Y ESTABILIDAD POLITICA	10%		3,00	2,80
POBLACIÓN	40%	330.222.422	1	0,40
IDIOMA	30%	INGLES	5	1,50
RIESGO PAIS (30%	CCC	3	0,90
3.- COMERCIO EXTERIOR DEMANDA Y OFERTA	10%		4,00	2,40
IMPORTACIONES CIF -	20%		5	1,00
2.005 USD		2590546,4		
IMPO. DESDE COLOMBIA	30%		3	0,90
2.018 USD		298.000,00		
2.017 USD		222.000,00		

2.016 USD		253.000,00		
ANALISIS DE LA COMPETENCIA INTERNACIONAL	50%		1	0,50
Principales proveedores (PAISES)		Canada, Mexico,Belgica		
Participación colombiana en las importaciones (del total de importaciones)		9%		
SELECCIÓN MERCADOS OBJETIVOS			Calificación	%
4.- LOGISTICA	10%		3,67	3,20
Requerimientos de entrada	10%	Permiso de trabajo, Visa de Negocios, Garantia economica.	3	0,30
dias de transito al pais	30%	5 dias	5	1,50
Costo del pasaje (1 semana)	30%	3.473,16	3	0,90
PUERTOS	10%		5	0,50
		400		
RUTA		Directo.	3	-
CANALES DE COMERCIALIZACION		Distribución directa, representantes comerciales	3	
5.- POLITICA COMERCIAL	15%		4,20	4,20
BARRERAS ARANCELARIAS	20%	0%	5	1,00
REQUERIMIENTOS NORMATIVOS	30%	NO APLICA	5	1,50
BARRERAS NO ARANCELARIAS- PERMISOS SANITARIOS	10%	N/A	5	0,50
OTROS IMPUESTOS	20%		1	0,20
		IVA, CORPEI, FODINFA, Tasa Moder.		
ACUERDOS COMERCIALES	20%	G20, G8, FMI, TLCAN OTAN, OEA, OCDE, ONU, OSCE	5	1,00

ANALISIS MERCADOS OBJETIVOS			Calificación	%
6.- MERCADEO	25%			-
PRODUCTO / SERVICIO			Calificación	%
MARCAS EN EL MERCADO	10%	Medio (El Noble, Congelados Criss)	3	1.89
CARACTERISTICAS, DISEÑOS Y FACTORES DIFERENCIADORES	20%	Medio (Productos regulares sin innovación, mas bien tradicionales)	3	1.42
POLITICAS DE SERVICIO AL CLIENTE Y CALIDAD	10%	Alto (Buen servicio al cliente con grandes oportunidades de mejorar el servicio)	5	2.54
EMPAQUES ETIQUETAS	10%	Medio (Procedimientos regulares de empaquetados)	3	1.72
EMBALAJES	10%	Medio (Requerimientos regulares)	3	1.68
REQUERIMIENTOS LEGALES (REG SANITARIOS, HOMOLOGACIONES, CERTIFICACIONES, OTROS)	10%	Alto (Pocos requerimientos o procedimientos lo cual lo hace mas económico y menos costoso)	5	1.56
ADAPTACIONES DEL PRODUCTO	10%	Alto (Mercado similar el colombiano, no es necesario adaptaciones)	5	0.65
CICLO DEL MERCADO (EXISTEN SUBSTITUTOS)	20%	Medio (Sustitutos promedio)	3	1.29
Otra				
CANALES			Calificación	%
PRODUCTORES O COMPETIDORES	50%	Medio (El Noble, Congelados Criss)	3	1.68
IMPORTADORES	30%	media (hay gran cantidas de importadores)	1	0.15
MAYORISTAS	10%	Medio (Hay gran cantidad de canales mayoristas)	3	1.25
MINORISTAS	10%	Medio (Numero regular de minoristas)	3	1.56
PRECIOS			Calificación	%
BARRERAS LEGALES	20%	Alto (Pocas barreras legales debido a tratados y preferencias arancelarias)	5	1.68

PUBLICO	20%	Medio (Precios bajos sin embargo pago en dólares)	3	1.35
MAYORISTAS	20%	Medio (Precios regulares)	3	1.59
IMPORTADORES	20%	Alto (Precios regulares debido a la poca existencia de importadores)	3	1.63
VENTAJAS DE FLETES CON LOS PROVEED. INTERNALES ACTUALES	10%	Alto (Mejor precio en costos de fletes y facilidad de procesos)	5	1.68
DUMPING	10%	Bajo (Mercado regularizado)	1	0.56
7.- EXPERIENCIA DE LA EMPRESA	10%			-
EXPORTACIONES DIRECTAS	30%	Medio (Cantidad moderada, se utiliza intermediarios)	3	1.42
EXPORTACIONES INDIRECTAS	20%	Medio(Gran cantidad de exportaciones con este método)	3	0.91
VISITAS AL PAÍS	20%	Bajo (Inexperiencia en la incursión del mercado norteamericano)	1	0.78
FERIAS EN EL PAÍS	15%	Bajo (Poca existencia en ferias especializadas en el producto)	1	0.56
CONTACTOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN	15%	Bajo (Hasta ahora se están creando los contactos)	1	0.80

CRITERIO CALIFICACION				
PAIS ALTA POSIBILIDAD		5		
NEUTRO O NO APLICA		3		
PAIS BAJA POSIBILIDAD		1		
PAISES			ESPAÑA	
AÑO DE INFORMACION			2019	
ANALISIS MERCADOS EXTERNOS			Calificación	%
1.- ECONOMICOS	5%		3,29	3,20
MONEDA	10 %		EURO	3
PIB US\$	20%		1.405.517,37	3
				0,60

PIB PER CAPITA US\$	15%	\$29854,73	3	0,75
CRECIMIENTO DEL PIB %	10%	-5,2%	3	0,30
DEVALUACIÓN %	10%		5	0,50
INFLACIÓN %	10%	-1,0%	3	0,30
TIPO DE CAMBIO	15%	1 E \$= 1.13 USD	3	0,45
TASA DE DESEMPLEO	10%	7,4%	3	0,30
2.- DEMOGRAFICOS Y ESTABILIDAD POLITICA	10%		3,67	3,60
POBLACIÓN	40%	47.100.396	3	1,20
IDIOMA	30%	Español	5	1,50
RIESGO PAIS (30%	BAAA1	3	0,90
3.- COMERCIO EXTERIOR DEMANDA Y OFERTA	10%		3,00	2,40
IMPORTACIONES CIF -	20%		5	1,00
2.019 USD		382.000,00		
IMPO. DESDE COLOMBIA	30%		3	0,90
2.018 USD		382.000,00		
2.017 USD		461.000,00		
2.016 USD		\$ 149.000,00		
ANALISIS DE LA COMPETENCIA INTERNACIONAL	50%		1	0,50
Principales proveedores (PAISES)		Estados Unidos,Canada, México, Brasil.		
Participación colombiana en las importaciones (del total de importaciones)		0,29%		
SELECCIÓN MERCADOS OBJETIVOS			Calificación	%
4.- LOGISTICA	10%		4,33	3,80
Requerimientos de entrada	10%	Permiso de trabajo, Visa de Negocios, Garantia economica.		0,50
Horas de vuelo al pais	30%	22 Dias	5	1,50

Costo del pasaje	30%	3000	5	1,50
PUERTOS	10%	46	3	0,30
RUTA		DIRECTO	3	
CANALES DE COMERCIALIZACION		Distribución directa e indirecta	5	
5.- POLITICA COMERCIAL	15%		4,00	4,00
BARRERAS ARANCELARIAS	20%	0%	5	1,00
REQUERIMIENTOS NORMATIVOS	30%	ALTO	5	1,90
BARRERAS NO ARANCELARIAS- PERMISOS SANITARIOS	10%	ALTO (INVIMA, ICA,	5	0,50
OTROS IMPUESTOS	20%	Tasas y contribuciones especiales. Se exigen en contrapartida por la prestación de servicios.	3	0,60
ACUERDOS COMERCIALES	20%	CoE, Zona Euro, EEE, FMI, OTAN, OCDE, ONU, OSCE, UE	5	1,00
ANALISIS MERCADOS OBJETIVOS			Calificación	%
6.- MERCADEO	25%			-
PRODUCTO / SERVICIO			Calificación	%
MARCAS EN EL MERCADO	10 %	MEDIO (Muchas distribuidoras pero no saturan el mercado)	1	0.89
CARACTERISTICAS, DISEÑOS Y FACTORES DIFERENCIADORES	20 %	Bajo (Gran variedad de productos regulares sin innovación, mas bien tradicionales)	1	0.92
POLITICAS DE SERVICIO AL CLIENTE Y CALIDAD	10 %	Alto (Buen servicio al cliente con grandes oportunidades de mejorar el servicio)	5	2.54
EMPAQUES ETIQUETAS	10 %	Medio (Procedimientos regulares de empaquetados)	3	1.72
EMBALAJES	10 %	ALTO (Requerimientos exigentes ya que es alimento)	3	1.68

REQUERIMIENTOS LEGALES (REG SANITARIOS, HOMOLOGACIONES, CERTIFICACIONES, OTROS)	10 %	Medio (Algunos requerimientos o procedimientos lo cual lo hace mas económico y menos costoso)	3	1.26
ADAPTACIONES DEL PRODUCTO	10 %	Alto (Mercado similar el colombiano, no es necesario adaptaciones)	5	0.65
CICLO DEL MERCADO (EXISTEN SUBSTITUTOS)	20 %	Medio (Sustitutos promedio)	3	1.39
Otra				
CANALES			Calificación	%
PRODUCTORES O COMPETIDORES	50 %	MEDIO (Grandes cantidades de canales de distribución medio)	1	0.68
IMPORTADORES	30 %	Bajo (Altos importadores)	1	0.45
MAYORISTAS	10 %	Medio (Hay gran cantidad de canales mayoristas)	3	1.25
MINORISTAS	10%	Medio (Numero regular de minoristas)	3	1.26
PRECIOS			Calificación	%
BARRERAS LEGALES	20 %	Alto (Pocas barreras legales debido a tratados y preferencias arancelarias)	5	1.68
PUBLICO	20 %	Medio (Precios bajos sin embargo pago en euros)	3	1.35
MAYORISTAS	20 %	Medio (Precios regulares)	3	1.59
IMPORTADORES	20%	Medio (Precios regulares debido a la poca existencia de importadores)	3	1.63
VENTAJAS DE FLETES CON LOS PROVEED. INTERNAS ACTUALES	10%	medio (Mejor precio en costos de fletes y facilidad de procesos)	5	1.68
DUMPING	10%	Bajo (Mercado regularizado)	1	0.56
7.- EXPERIENCIA DE LA EMPRESA	10%		3,00	-
EXPORTACIONES DIRECTAS	30%	Medio (Cantidad moderada, se utiliza intermediarios)	3	1.42

EXPORTACIONES INDIRECTAS	20%	Medio(Gran cantidad de exportaciones con este método)	3	0.91
VISITAS AL PAIS	20%	Bajo (Inexperiencia en la incursión del mercado español)	1	0.78
FERIAS EN EL PAIS	15%	Bajo (Poca existencia en ferias especializadas en el producto)	1	0.56
CONTACTOS CANALES DE DISTRIBUCION	15%	medio (Hasta ahora se están creando los contactos)	1	0.80
8.- PERCEPCION DEL EMPRESARIO	15%	Media		2

3.2.1 Estados Unidos

Situada en América del Norte, tiene una superficie de 9.831.510 Km², así pues, es uno de los países más grandes del mundo. Con una población de 327.352.000 personas, es uno de los países más poblados del mundo 33 habitantes por Km²

Es la economía nacional más grande del mundo en términos nominales, con un PIB estimado en 15,7 billones de dólares y una quinta parte del PIB global en paridad de poder adquisitivo El país es la principal fuerza capitalista del planeta, además de ser líder en la investigación científica y la innovación tecnológica desde el siglo XIX.

Actualmente Colombia cuenta con un acuerdo comercial con los Estados Unidos firmado desde el 12 de octubre del 2011 en dicho acuerdo se pretende la generación de nuevos empleos, mejorar la economía nacional y el favorecimiento a las exportaciones de productos y servicios.

De acuerdo con el ministerio de industria y comercio Entre los acuerdos de la negociación en aspectos de acceso al mercado que le conviene al proyecto es:

Capítulo 6. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias: Tiene como objetivo proteger la vida o salud de las personas, de los animales o de los vegetales en el territorio de las partes,

impulsar la implementación en las Partes del Acuerdo MSF y proporcionar un Comité Permanente dirigido a atender los problemas sanitarios y fitosanitarios. (Sice.oas.org, s.f.)

Resolución ICA 2964 de 2008: Por la cual se dictan disposiciones para el registro y manejo de predios de producción de hierbas aromáticas y hortalizas para la exportación en fresco y el registro de sus exportadores. (ICA-MinAgricultura, s.f.)

Capítulo 5. Procedimientos Aduaneros: Su objetivo es implementar procedimientos aduaneros simplificados, expeditos y con reglas de juego claras que permitan realizar las operaciones comerciales ágiles y a bajos costos. (Santander Trade Markets, s.f.).

La economía estadounidense se basa esencialmente en servicios. El sector terciario contribuye con más de tres cuartos del PIB (77%) y emplea a más de 79.40% de la fuerza laboral del país. Una gran parte del PIB se compone del sector de finanzas, seguros, bienes raíces, renta y arrendamiento (18.2%) y del sector de servicios educacionales, salud y asistencia social (8.2%). El sector gubernamental (a nivel federal, estatal y local) contribuye con alrededor de un 11% del PIB. El 5.7% restante de la fuerza laboral se clasifica como “independiente no-agrícola” (Oficina de Estadísticas Laborales de Estados Unidos) (Santander Trade Markets, s.f.).

Se sobre entiende que los Estados unidos al ser uno de los mayores líderes en la economía también cuenta con una capacidad tecnológica aplicada en sectores claves como en la agricultura, productos químicos, automóviles y comidas, ahora bien hablando del sector terciario del país se encuentra en auge la parte de finanzas, seguros y arriendos y además este sector aporta la tercera parte en el PIB y emplea el 79.4% de la fuerza laboral.

El estadounidense hoy en día se preocupa por su dinero, por sus compras y el tipo de producto ahora bien el ciudadano se encuentra abierto a las opciones de los productos extranjeros pero a pesar de estar abiertos están más informados de la industria alimenticia y sus bases para la

compra es la información nutricional, También se observa una tendencia a buscar alimentos más saludables y a buscar ingredientes de calidad esto no quiere decir que se el mercado deba limitarse, según la última edición de la revista *The Winter Fancy Food Show* dice que Entre los productos que se han encontrado como interesantes para el consumidor de Estados Unidos están:

Cafés, infusiones, salsas en general, zumos o bebidas, bebidas funcionales, pescados y sus derivados, alimentos precocinados, alimentos terminados listos para calentar y servir, alimentos congelados, conservas y otros.

3.2.2. Miami

En estos momentos la ciudad Miami cuenta con una población de 2.751.769 según la oficina del censo de los Estados Unidos, es una de las 10 ciudades con mayor presencia de latinos con 1.887.266 esto equivale casi al 69% de la población es hispana, dicha cifra la encabeza los cubanos con un 53%, los colombianos representan el 7%, seguido por Nicaragua y Puerto Rico con 5,8% y 4,9 respectivamente.

La ciudad cuenta con uno de los puertos más importantes del país ya que por allí entra la gran mayoría de turistas, mercancía y es considerado como la puerta de mercancías a América, por el Puerto de Manzanillo como popularmente se le conoce entran anualmente 4 millones de personal por los cruceros y 9 millones de toneladas de mercancías.

Actualmente la empresa Seaboard Colombia S.A. cuenta con una línea directa desde Cartagena hacia la ciudad de Miami con una duración de 5 días de tránsito y con una frecuencia de salida de 7 días, adicional cuenta con el container de 40' refrigerado el cual se debe utilizar para el adecuado transporte de las empanadas.

3.3. Normatividad

Para establecer la posibilidad de la exportación del producto es importante tener en cuenta todos los documentos, normas y requisitos por los Estados Unidos, establecido como el mercado óptimo, para su debida exportación tales como:

- Orden de compra internacional
- Factura comercial
- Lista de empaque
- Conocimiento de embarque
- Certificado de origen
- Póliza de seguro
- Declaración Única de Aduana
- Certificado inspección sanitaria exportación alimentos y materias primas - Instituto

Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos (INVIMA)

- Certificado de venta libre - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y

Alimentos

- Certificado fitosanitario - Instituto Colombiano Agropecuario (ICA)
- Registro Único Tributario (RUT)
- Administración de Alimentos y Medicamentos FDA
- Ley de Modernización de la Seguridad Alimentaria FSMA
- Normas de empaque y embalaje
- Normatividad Ecológica
- Certificado antinarcoóticos

3.3.1 Requisitos reglamentarios

Para el producto 19012002 - Mezclas para productos de panadería, o / 25% de grasa de mantequilla, no minorista, sujetas a gen. nota 15 del HTS

Exportado de **Colombia** a los **Estados Unidos de América**

Revisión HS: **HS Rev.2012**

Clasificación NTM : **NTM rev. 2012**

NTM año: **2014** (Naciones Unidas - Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 1996)

3.3.2 A150 - Requisitos de registro para importadores

- Título de la legislación: Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 1: REGLAMENTO GENERAL DE APLICACIÓN
- Resumen de la legislación: (a) Debe registrar su instalación en esta subparte si es el propietario, operador o agente a cargo de una instalación nacional o extranjera, como se define en esta subparte, y su instalación se dedica a la fabricación / procesamiento, embalaje o holdi
 - Autoridad de implementación: Administración de Alimentos y Medicamentos, Departamento de Salud y Servicios Humanos
 - Validez: 10.2013
 - Otros países afectados: TODOS LOS PAÍSES. (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989)

3.3.3 Prohibiciones / restricciones de las importaciones por razones sanitarias y fitosanitarias no especificadas en otra parte.

- Título de la legislación: Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 1: REGLAMENTO GENERAL DE APLICACIÓN

- Resumen de la legislación: Se debe enviar un aviso previo cuando: (a) Salvo lo dispuesto en el párrafo (c) de esta sección, debe enviar el aviso previo a la FDA y el envío del aviso previo debe ser confirmado por la FDA para su revisión de la siguiente manera: (1) Si el artículo de comida es

- Autoridad de implementación: Administración de Alimentos y Medicamentos, Departamento de Salud y Servicios Humanos

- Validez: 05.2011

- Otros países afectados: TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989)

3.3.4 Prohibiciones / restricciones de las importaciones por razones sanitarias y fitosanitarias no especificadas en otra parte.

- Título de la legislación: Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 1: REGLAMENTO GENERAL DE APLICACIÓN

- Resumen de la legislación: Se debe enviar un aviso previo cuando: (a) Salvo lo dispuesto en el párrafo (c) de esta sección, debe enviar el aviso previo a la FDA y el envío del aviso previo debe ser confirmado por la FDA para su revisión de la siguiente manera: (1) Si el artículo de comida es

- Autoridad de implementación: Administración de Alimentos y Medicamentos, Departamento de Salud y Servicios Humanos

- Validez: 05.2011

- Otros países afectados: TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989)

3.3.5 Prohibiciones / restricciones de las importaciones por razones sanitarias y fitosanitarias no especificadas en otra parte.

- Título de la legislación: Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 1: REGLAMENTO GENERAL DE APLICACIÓN
- Resumen de la legislación: Se debe enviar un aviso previo cuando: (a) Salvo lo dispuesto en el párrafo (c) de esta sección, debe enviar el aviso previo a la FDA y el envío del aviso previo debe ser confirmado por la FDA para su revisión de la siguiente manera: (1) Si el artículo de comida es
 - Autoridad de implementación: Administración de Alimentos y Medicamentos, Departamento de Salud y Servicios Humanos
 - Validez: 05.2011
 - Otros países afectados: TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

3.3.6 Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y piensos y sus materiales de contacto.

- Título de la legislación: Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 170 — ADITIVOS ALIMENTARIOS
- Resumen de la legislación: el Comisionado de Alimentos y Drogas ha concluido que es de interés para la salud pública limitar la adición de compuestos de flúor a los alimentos (a) a la

resultante de la fluoración de los suministros públicos de agua, (b) a la resultante del fluo

- Autoridad de implementación: Administración de Alimentos y Medicamentos,

Departamento de Salud y Servicios Humanos

- Validez: 03.2007

• Otros países afectados: TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

3.3.7 Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y piensos y sus materiales de contacto.

• Título de la legislación: Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 172: ADITIVOS ALIMENTARIOS PERMITIDOS PARA LA ADICIÓN DIRECTA A LOS ALIMENTOS PARA EL CONSUMO HUMANO

• Resumen de la legislación: límites de tolerancia para diferentes aditivos alimentarios en los alimentos

- Autoridad de implementación: Administración de Alimentos y Medicamentos,

Departamento de Salud y Servicios Humanos

- Validez: 03.1977

• Otros países afectados: TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

3.3.8 Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y piensos y sus materiales de contacto.

- Título de la legislación: Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 250: REQUISITOS

ESPECIALES PARA MEDICAMENTOS HUMANOS ESPECÍFICOS

- *Resumen de la legislación:* (f) Según la sección 409 de la Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos, el factor intrínseco y el concentrado de factor intrínseco se consideran aditivos alimentarios. No hay regulación de aditivos alimentarios ni extensión existente de la fecha de vigencia de la sección 409 de la ley autori

- *Autoridad de implementación:* Administración de Alimentos y Medicamentos, Departamento de Salud y Servicios Humanos

- *Validez:* 02.2002

- *Otros países afectados:* TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

3.3.9 Requisitos de etiquetado (101)

- *Título de la legislación:* Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 101 - ETIQUETADO DE ALIMENTOS

- *Resumen de la legislación:* requisitos de etiquetado de alimentos relativos a la seguridad de los consumidores

- *Autoridad de implementación:* Administración de Alimentos y Medicamentos, Departamento de Salud y Servicios Humanos

- *Validez:* 03.1977

- *Otros países afectados:* TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

3.3.10 Requisitos de etiquetado (102)

- *Título de la legislación:* Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 102 — NOMBRE COMÚN O USUAL PARA ALIMENTOS NO ESTANDARIZADOS

- *Resumen de la legislación:* (a) El nombre común o habitual de un alimento, que puede ser un término acuñado, deberá identificar o describir con precisión, en términos tan simples y directos como sea posible, la naturaleza básica del alimento o sus propiedades o ingredientes caracterizantes. El nombre será uniforme a

- *Autoridad de implementación:* Administración de Alimentos y Medicamentos, Departamento de Salud y Servicios Humanos

- *Validez:* 03.1977

- *Otros países afectados:* TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989)

3.3.11 Requisitos de etiquetado (130)

- *Título de la legislación:* Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 130 — NORMAS ALIMENTARIAS: GENERAL

- *Resumen de la legislación:* (a) Cualquier alimento estandarizado que contenga un agente sulfitante o una combinación de agentes sulfitantes que sea funcional y esté previsto en el estándar aplicable o que esté presente en el alimento terminado a un nivel detectable está mal etiquetado a menos que la presencia de

- *Autoridad de implementación:* Administración de Alimentos y Medicamentos, Departamento de Salud y Servicios Humanos

- *Validez:* 03.1998

- *Otros países afectados:* TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

3.3.12 Requisitos de embalaje (109)

- *Título de la legislación:* Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 109:

CONTAMINANTES INEVITABLES EN LOS ALIMENTOS PARA EL CONSUMO HUMANO Y EL MATERIAL DE ENVASADO DE ALIMENTOS

- *Resumen de la legislación:* Tolerancias para los bifenilos policlorados (PCB): 10 partes por millón en papel de material de envasado de alimentos destinado o utilizado con alimentos para humanos, alimentos para animales terminados y cualquier componente destinado a alimentos para animales. La tolerancia no se aplicará al papel food-pac

- *Autoridad de implementación:* Administración de Alimentos y Medicamentos, Departamento de Salud y Servicios Humanos

- *Validez:* 11.2001

- *Otros países afectados:* TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

3.3.13 Requisitos de embalaje (175)

- *Título de la legislación:* Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 175 — ADITIVOS

ALIMENTARIOS INDIRECTOS: ADHESIVOS Y COMPONENTES DE RECUBRIMIENTOS

- *Resumen de la legislación:* restricciones sobre los materiales que se utilizarán para el envasado, recubrimiento de alimentos

- *Autoridad de implementación:* Administración de Alimentos y Medicamentos, Departamento de Salud y Servicios Humanos

- *Validez:* 03.1977
- *Otros países afectados:* TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

3.3.14 Requisitos de embalaje (178)

• *Título de la legislación:* Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 178 — ADITIVOS ALIMENTARIOS INDIRECTOS: AJUVANTES, PRODUCCIÓN DE SIDA Y DESINFECTANTES

• *Resumen de la legislación:* requisitos sobre envases, materiales de contacto sobre alimentos

• *Autoridad de implementación:* Administración de Alimentos y Medicamentos, Departamento de Salud y Servicios Humanos

- *Validez:* 03.1977
- *Otros países afectados:* TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

3.3.15 Criterios microbiológicos del producto final.

• *Título de la legislación:* Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 110: BUENAS PRÁCTICAS ACTUALES DE FABRICACIÓN EN LA FABRICACIÓN, EMBALAJE O ALMACENAMIENTO DE ALIMENTOS HUMANOS

• *Resumen de la legislación:* (a) Materias primas y otros ingredientes. (1) Las materias primas y otros ingredientes deben inspeccionarse y segregarse o manipularse según sea necesario para asegurarse de que estén limpios y sean adecuados para el procesamiento en alimentos y se

almacenen en condiciones

- *Autoridad de implementación:* Administración de Alimentos y Medicamentos,

Departamento de Salud y Servicios Humanos

- *Validez:* 09.2000

• *Otros países afectados:* TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

3.3.16 Prácticas de higiene durante la producción.

• *Título de la legislación:* Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 110: BUENAS PRÁCTICAS ACTUALES DE FABRICACIÓN EN LA FABRICACIÓN, EMBALAJE O ALMACENAMIENTO DE ALIMENTOS HUMANOS

- *Resumen de la legislación:* requisitos sobre personal, planta y tierra, operaciones, etc.
- *Autoridad de implementación:* Administración de Alimentos y Medicamentos,

Departamento de Salud y Servicios Humanos

- *Validez:* 09.2000

• *Otros países afectados:* TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

3.3.17 Tratamiento de frío / calor

• *Título de la legislación:* Título 7 - Agricultura. Subtítulo B - Reglamento del Departamento de Agricultura (Continuación). CAPÍTULO III - SERVICIO DE INSPECCIÓN DE SALUD DE ANIMALES Y PLANTAS, DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA. PARTE 305 — TRATAMIENTOS FITOSANITARIOS.

- *Resumen de la legislación:* tratamiento térmico
- *Autoridad de implementación:* Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal,

USDA

- *Validez:* 01.2010
- *Otros países afectados:* TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

3.3.18 Tratamiento de frío / calor

• *Título de la legislación:* Título 7 - Agricultura. Subtítulo B - Reglamento del Departamento de Agricultura (Continuación). CAPÍTULO III - SERVICIO DE INSPECCIÓN DE SALUD DE ANIMALES Y PLANTAS, DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA. PARTE 305 — TRATAMIENTOS FITOSANITARIOS.

- *Resumen de la legislación:* tratamiento térmico
- *Autoridad de implementación:* Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal,

USDA

- *Validez:* 01.2010
- *Otros países afectados:* TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

3.3.19 Calidad del producto o requisito de rendimiento

• *Título de la legislación:* Título 21 - Alimentos y drogas; PARTE 110: BUENAS PRÁCTICAS ACTUALES DE FABRICACIÓN EN LA FABRICACIÓN, EMBALAJE O ALMACENAMIENTO DE ALIMENTOS HUMANOS

- *Resumen de la legislación:* (a) Algunos alimentos, incluso cuando se producen bajo las buenas prácticas de fabricación actuales, contienen defectos naturales o inevitables que a niveles bajos no son peligrosos para la salud. La Administración de Alimentos y Medicamentos establece niveles máximos para estos defectos en alimentos pro

- *Autoridad de implementación:* Administración de Alimentos y Medicamentos, Departamento de Salud y Servicios Humanos

- *Validez:* 11.2001

- *Otros países afectados:* TODOS LOS PAÍSES (North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division , 1989).

4. Conclusiones y Recomendaciones

De acuerdo con los datos obtenidos por la investigación se puede establecer que exportar empanadas congeladas tipo coctel, es totalmente viable y que Empanadas don Cesar tiene una excelente factibilidad de llevar su producto al exterior. Para ello la empresa requiere industrializar su maquinaria de producción, adicionalmente debe adquirir un método de congelación por bandas y adoptar la tecnología Cas ya que con estas se puede obtener un producto de excelente calidad y en las condiciones óptimas que permitan ser puesto en la ciudad de destino, conservando sus características sin que se presenten cambios organolépticos que vayan en detrimento de su calidad; seguidamente adquirir la maquinaria necesaria que son los túneles de congelación y posteriormente la construcción de cuartos fríos para la preservación del producto para su debida conservación y preparación para la posterior exportación.

La empresa debe capacitar al personal en temas de BPM (buenas prácticas de manufactura) nuevas tecnologías y manejo de seguridad en la empresa

Es necesario aclarar que la empresa, a pesar de contar con los documentos y permisos exigidos por la regulación colombiana, local y regional, debe actualizar algunos de ellos como es el RUT y la Cámara de Comercio, ya que su actividad económica implica el desarrollo de nuevas actividades productivas lo cual facilitará el cumplimiento de otros requisitos exigidos para su correcta exportación

A la Empresa empanadas Don Cesar se le sugiere que el mercado más óptimo es el norteamericano empezando con la ciudad de Miami ya que por su alto índice de latinos el producto puede tener excelente aceptación, ahora bien en cuestiones de transporte se sugiere el transporte marítimo ya que es de menor coste y tiene un tiempo de transito de 5 días frente a los

otros dos países, se comenta de un segundo transporte el aéreo, pero esto elevaría los costos pero su tiempo de entrega sería de 8-12 horas pero arriesgando la calidad del producto.

La empresa debe diseñar un empaque el cual cuente con la resistencia a temperaturas muy bajas, con la información nutricional del producto en el idioma del país de destino, adicional se comenta que el tipo de embalaje que se debe usar para el debido manejo del alimento deber ser en pallets de plástico ya que en los de madera no se deben usar para este tipo de alimento y menos para el tipo transporte, el empaque y el embalaje del producto debe cumplir una normatividad ecológica B310 exigida por el país de destino.

Como última recomendación se le sugiere a la empresa que para la realización del proyecto se debe implementar un plan de negocios más profundo donde se evidencien los costos, gastos, mercadeo, y otras normatividades aduanera que demande el proyecto.

Bibliografía

- BBC. (29 de enero de 2019). *Latinos en Estados Unidos: las 10 ciudades en las que viven más hispanos*. Obtenido de News Mundo Noticias Internacional:
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-47036609>
- CAS. (s.f.). *Tecnología CAS*. Obtenido de <http://www.alimentatec.com/tecnologia-cas/?print=pdf>
- Colombia Trade (A). (s.f.). *Perfil logístico de exportación a Estados Unidos*. Obtenido de [colombiatrader.com.co](https://www.colombiatrader.com.co): <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-estados-unidos>
- Colombia Trade (B). (s.f.). *Analizar mercados- Estados Unidos: llegar al consumidor*. Obtenido de https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser
- Comercio Exterior Latinoamérica. (s.f.). *Puerto de Miami (Estados Unidos)*. Obtenido de Puertos Marítimos: <https://comercioexterior.la/puertos-maritimos/estados-unidos/puerto-de-miami/>
- Dartico. (s.f.). *Túneles de enfriamiento y cuartos*. Obtenido de <http://www.dartico.com/tunelesycuartos/?v=42983b05e2f2>
- Economipedia. (s.f.). *Exportación*. Obtenido de Haciendo fácil la economía : <https://economipedia.com/?s=exportaci%C3%B3n>
- EFE. (18 de diciembre de 2017). Mayor consumo ha impulsado expansión de sector alimentos procesados en Bogotá. *Portafolio.com*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/mayor-consumo-ha-impulsado-expansion-de-sector-alimentos-procesados-en-bogota-512693>

Expansión . (s.f.). *Economía y demografía de Estados Unidos*. Obtenido de Datos Macro.com:

<https://datosmacro.expansion.com/paises/usa>

Fernández, J. (14 de noviembre de 2013). *La movida de los negocios*. (B. Actualidad, Editor, &

E. Espectador.com, Productor) Obtenido de Se mueve el negocio de los congelados en

Colombia: <https://blogs.elespectador.com/actualidad/la-movida-de-los-negocios/se-mueve-el-negocio-de-los-congelados-en-colombia>

Hannacolombia.com. (s.f.). *La Cadena de Frío, clave en la Seguridad Alimentaria*. Obtenido de

Blog: <https://www.hannacolombia.com/blog/post/18/la-cadena-frio-clave-en-la-seguridad-alimentaria>

Ialimentos.com. (2017). *Así se mueve el negocio de los alimentos congelados en colombia*.

Obtenido de <https://www.revistaialimentos.com/asi-se-mueve-el-negocio-de-los-alimentos-congelados-en-colombia/>

ICA-MinAgricultura. (s.f.). *¿Cómo solicitar un Certificado Fitosanitario para Exportación?*

Obtenido de SISAP, Sistema de información sanitaria para importación y exportación:

https://www.ica.gov.co/servicios_linea/sisap_principal/consultas/agricola/exportacion/como-solicitar-un-certificado-fitosanitario-para

Incp. (22 de septiembre de 2017). *Los costos y el tiempo que tarda importar y exportar una*

mercancía en Colombia. Obtenido de Instituto Nacional de Contadores Públicos - Colombia:

<https://www.incp.org.co/los-costos-tiempo-tarda-importar-exportar-una-mercancia-colombia/>

ITC. (s.f.). *Mapa de acceso al Mercado: país exportador: Colombia - país de destin: Estados*

Unidos de América. Obtenido de ITC: Código de línea arancelaria Nacional :

<https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=842&partner=170&product=190230&level=>

Mincomercio. (2012). *Costos por Movilización y por tiempos logísticos*. Obtenido de [file:///D:/Documents/Downloads/Costo_por_movilizaci%C3%B3n_y_por_tiempos_log%C3%ADsticos_SEPTIEMBRE2012_definitivo_\(1\).pdf](file:///D:/Documents/Downloads/Costo_por_movilizaci%C3%B3n_y_por_tiempos_log%C3%ADsticos_SEPTIEMBRE2012_definitivo_(1).pdf)

Mincomercio. (s.f.). *Informe sobre los acuerdos comerciales vigentes de Colombia en cumplimiento de la Ley 1868 de 2017*. Obtenido de <http://www.tlc.gov.co/temas-de-interes/informe-sobre-el-desarrollo-avance-y-consolidacion/documentos/ley-1868-informe-2019.aspx>

Naciones Unidas - Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (25 de enero de 1996). *Intercambio comercial agropecuario entre el Istmo Centroamericano y México: situación actual y perspectivas*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/25138/LCmexL285.pdf?sequence=1>

North Carolina Department of Agriculture and Consumer Services Food and Drug Protection Division . (12 de junio de 1989). *Título 21 Alimentos y Medicinas* . Obtenido de traducción efectuada por la División de Alimentos y Medicinas del Departamento de Agricultura de Carolina del Norte: <http://www.ncagr.gov/fooddrug/espanol/documents/fda.pdf>

PQS La voz de los emprendedores. (10 de febrero de 2020). *Principales documentos para exportar*. Obtenido de PQS La voz de los emprendedores: <https://www.pqs.pe/emprendimiento/principales-documentos-para-exportar>

Procolombia . (s.f.). *Exportaciones por cadena productiva*. Obtenido de Mincomercio: <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/estadisticas-de-comercio-exterior/exportaciones-por-cadena-productiva>

Procolombia (A). (agosto de 2016). *Cadena de frío*. Obtenido de Mincomercio Industria y Turismo: <https://www.procolombia.co/ruta->

exportadora/sites/default/files/estadisticas_de_exportacion_de_perecederos_.pdf

Procolombia (B). (agosto de 2016). *Entidades Reguladoras*. Obtenido de Mincomercio Industria y Turismo: [https://ruta-](https://ruta-exportadora.procolombia.co/sites/default/files/entidades_reguladoras_0.pdf)

[exportadora.procolombia.co/sites/default/files/entidades_reguladoras_0.pdf](https://ruta-exportadora.procolombia.co/sites/default/files/entidades_reguladoras_0.pdf)

Procolombia (C) . (s.f.). *Tarifas por Rutas - Transporte Marítimo*. Obtenido de Mincomercio:

<https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/logistica/rutas-y-tarifas-de-transporte/tarifas-por-rutas-transporte-maritimo>

Santander Trade Markets (B). (s.f.). *Analizar mercados - España: llegar al consumidor*.

Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/espana/llegar-al-consumido>

Santander Trade Markets. (s.f.). *Estados Unidos: Política y Economía*. Obtenido de

<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>

Sice.oas.org. (s.f.). *Capítulo 6 Medidas sanitarias y fitosanitarias*. Obtenido de

http://www.sice.oas.org/Trade/COL_USA_TPA_s/06_COL_MSF.final_letter.pdf

Uber Eats . (20 de diciembre de 2018). *Historia de la empanada: conoce más sobre el gusto que*

nos une. Obtenido de <https://www.ubereats.com/blog/es-CO/historia-de-la-empanada/>

Villavicencio cambia contigo. (2020). *Plan de desarrollo*. Obtenido de

<https://www.villavicenciocambiacontigo.com/index.php/plan-de-desarrollo/>

Zita, A. (s.f.). *Métodos de investigación*. Obtenido de Toda materia.com:

[https://www.todamateria.com/metodos-de-](https://www.todamateria.com/metodos-de-investigacion/#:~:text=Los%20m%C3%A9todos%20de%20investigaci%C3%B3n%20son,en)

[investigacion/#:~:text=Los%20m%C3%A9todos%20de%20investigaci%C3%B3n%20son,en](https://www.todamateria.com/metodos-de-investigacion/#:~:text=Los%20m%C3%A9todos%20de%20investigaci%C3%B3n%20son,en)
sayos%20y%20grupos%20de%20enfoco.

Anexos

Anexo 1. Cuadros de respaldo – Cuadro 1: Países para la comercialización de la empanada

tipo coctel

Cuadro 4- Tiempos y procedimientos requeridos para exportar	
Actividad	Días
I. Permisos y autorizaciones previas	3
II. Logísticos	7
Entrega de mercancías en puerto	1
Tiempo de reserva de buque o avión	1
Desaduanamiento	2
Cargue en puerto	1
Localización de depósito en puerto	1
III. Inspecciones	3
Inspección DIAN	1
Inspecciones de terceras autoridades (ICA, INVIMA, Antinarcóticos)	1
IV. Transporte interno entre:	
Bogotá y Buenaventura	2
Bogotá y Cartagena	3
Bogotá-Cartagena	15
Bogotá-Buenaventura	16

Fuente: Encuesta Comercio-Banco de la República

Los valores se redondean al entero o al decimal más cercano por lo cual los totales pueden diferir de la suma de sus componentes.

Cuadro 2- Costos de exportar (Porcentaje del valor fob)

	Costo promedio
I. Transporte internacional	4,5
II. Costos internos	12,0
A. Autorizaciones previas	0,4
B. Servicios en puertos	1,1
a. Cargue/descargue, entrega de mercancías	0,9
b. Almacenamiento portuario	0,3
C. Inspecciones de otras entidades distintas a Aduanas	3,1
D. Transporte	4,9
a. Transporte interno de carga	4,3
b. Costos de manejo y movilización de contenedor	0,6
E. Otros servicios	2,5
a. Agenciamiento	1,0
b. Pagos informales	0,6
c. Pérdidas de mercancías	0,0
d. Seguros sobre el valor de las mercancías	0,6
e. Costos adicionales	0,4
III. Total	16,5

Fuente: Encuesta de Comercio Exterior del Banco de la República

Los valores se redondean al entero o al decimal más cercano por lo cual los totales pueden diferir de la