

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo a la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. El RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
2	TÍTULO DEL PROYECTO	ESTRATEGIA PARA LA EXPORTACIÓN DE ALBAHACA A ESTADOS UNIDOS, CENTRANDOSE EN EL MERCADO NEOYORQUINO.
3	AUTOR(es)	JULIANA COLORADO GARCIA JUAN MANUEL MEJIA ROCHA
4	AÑO Y MES	2014 SEPTIEMBRE
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	ALVARO ANDRÉS VERNAZZA PAÉZ.
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	LA GENERACIÓN DE ALTERNATIVAS LOGÍSTICAS PARA LA PENETRACIÓN DE UN MERCADO, ES IMPORTANTE PARA QUE LAS EMPRESAS PYMES ENCUENTREN MAYORES BENEFICIOS EN LA EXPORTACIÓN DE SUS PRODUCTOS EVITANDO REDUCIR SUS RENDIMIENTOS ECONÓMICOS POR LAS BARRERAS DE INTERMEDIACIÓN QUE EXISTEN EN LOS MERCADOS. SI LAS EMPRESAS QUE VAN A COMENZAR A EXPORTAR NO TIENEN CAPACIDAD FINANCIERA PARA APODERARSE DE TODA LA CADENA LOGÍSTICA. SE PLANTEAN ESTRATEGIAS A CORTO Y MEDIANO PLAZO QUE AYUDAN A INCREMENTAR LOS BENEFICIOS ECONOMICOS. THE GENERATION OF LOGISTICS ALTERNATIVES FOR A MARKET PENETRATION IS IMPORTANT FOR SME COMPANIES TO FIND GREATER BENEFITS IN EXPORTING THEIR PRODUCTS ACCORDING TO AVOID BARRIERS THAT EXIST IN THE MARKETS. IF COMPANIE THAT ARE IN A PROCEES TO BEGIN TO EXPORT AND WILL NOT HAVE THE FINANCIAL CAPACITY TO TAKE OVER THE ENTIRE LOGISTICS CHAIN. IS IMPORTANT TO SHOW STRATEGIES IN THE SHORT AND MEDIUM TERM TO HELP INCREASE ECONOMIC BENEFITS ARISE.
7	PALABRAS CLAVES	EXPORTACIONES GLOBALIZACIÓN INTERMEDIARIOS TRATADO LIBRE COMERCIO SECTOR AGRICOLA
8	SECTOR ECONOMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	EXPORTACIONES
9	TIPO DE ESTUDIO	TRABAJO APLICADO
10	OBJETIVO GENERAL	DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALBAHACA QUE PERMITA ROMPER LA INTERMEDIACIÓN QUE SE PRESENTA EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE, ESPECIFICAMENTE EN LA CIUDAD DE NUEVA YORK.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1. HACER UN DIAGNÓSTICO SOBRE LA ESTRUCTURA DE MERCADO EXISTENTE DE ALBAHACA EN NUEVA YORK. 2. DETERMINAR CUÁLES SON LAS DIFERENTES NORMAS Y CONTROLES SANITARIOS DE EXPORTACIÓN DE ALBAHACA EN COLOMBIA, ASÍ COMO LAS IMPORTACIONES EN ESTADOS UNIDOS. 3. EVALUAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y LOS REQUISITOS DE ENTRADA A GRANDES SUPERFICIES. 4. REALIZAR UN ANÁLISIS DE LOS COSTOS LOGÍSTICOS PARA LA EXPORTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ALBAHACA HASTA NUEVA YORK. 5. ESTRUCTURAR LA ESTRATEGIA QUE AYUDE A MAXIMIZAR LA RENTABILIDAD EN EL PROCESO DE EXPORTACIÓN DEL ALBAHACA.
12	RESUMEN GENERAL	LA PRODUCCIÓN DE ALBAHACA ES EN EL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA, ESPECIFICAMENTE EN CHAPARRAL. DE ACUERDO A LAS TÁCTICAS DE PRODUCCIÓN, ACTUALMENTE LA EMPRESA TIENE LA CAPACIDAD DE PRODUCIR 10 TONELADAS POR HECTÁREA AÑO. ACTUALMENTE TIENE UN TERRENO DE 112 TONELADAS AÑO. EL PRINCIPAL RETO PARA DESARROLLAR EL PRESENTE TRABAJO ES ENCONTRAR UNA ESTRATEGIA QUE AYUDE A MAXIMIZAR LAS GANANCIAS DE LOS EXPORTADORES DE ALBAHACA, ESPECIFICAMENTE DE LA EMPRESA ALCRUNI S.A. SACANDO PROVECHO DE LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO Y LA GLOBALIZACIÓN. LA METODOLOGÍA QUE SE UTILIZA EN LA PRESENTE INVESTIGACIÓN TIENE DOS COMPONENTES: PRIMERO, ANÁLISIS DESCRIPTIVO CON FUENTE DE INFORMACIÓN PRIMARIA, ENTREVISTANDO A DIRECTIVOS DE LA EMPRESA QUE PRESENTÓ EL PROBLEMA Y LA NECESIDAD A ESTUDIAR. EN CONSECUENCIA, SE UTILIZA EL MÉTODO DE SOLUCIÓN DE PROBLEMA DESCRIPTIVO CON FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA. RECOPILANDO INFORMACIÓN DE FUENTES EXTERNAS QUE AYUDAN AL ANÁLISIS Y DESARROLLO DE LOS CAPITULOS. LA PRESENTE INVESTIGACIÓN SE DESARROLLA EN 6 CAPITULOS EN LOS CUALES SE BUSCA ENCONTRAR SOLUCIONES PARA ALCANZAR EL OBJETIVO PRINCIPAL EL CUAL ES: DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALBAHACA QUE PERMITA ROMPER LA INTERMEDIACIÓN QUE SE PRESENTA EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE, ESPECIFICAMENTE EN LA CIUDAD DE NUEVA YORK. EN EL PRIMER CAPÍTULO, SE HACE UNA REVISIÓN DE LAS PRINCIPALES TEORIAS QUE SOPORTAN LA INVESTIGACIÓN, COMO LO ES LA GLOBALIZACIÓN, INTERMEDIACIÓN Y TRATADOS DE LIBRE COMERCIO. CON ESTE CAPITULO SE BUSCA TENER CLARIDAD SOBRE AVANCES EN EL TEMA DE ESTUDIO, ASÍ COMO EN LOS FACTORES A TENER EN CUENTA PARA EL DESARROLLO DE LA MISMA. EN EL SEGUNDO CAPÍTULO, SE HACE UNA RECOPIACIÓN PARA DETERMINAR Y HACER UN DIAGNÓSTICO DE LA ESTRUCTURA DEL MERCADO, ESPECIFICAMENTE EN EL MERCADO DE ALBAHACA EN NUEVA YORK. SE HACE UNA DESCRIPCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO RESALTANDO, LAS GRANDES SUPERFICIES Y LOS RESTAURANTES DE COMIDA ITALIANA. EN EL TERCER CAPÍTULO, SE PRESENTA UNA REVISIÓN DE LOS REQUISITOS LEGALES Y AMBIENTALES QUE EXIGE ESTADOS UNIDOS PARA CUALQUIER PROCESO DE IMPORTACIÓN DE ALIMENTOS. EL CUARTO CAPÍTULO, SE HACE UNA REVISIÓN DE LOS DIFERENTES CANALES DE DISTRIBUCIÓN EXISTENTES PARA LA EXPORTACIÓN DE ALBAHACA, ASÍ MISMO, SE PRESENTA UNA DESCRIPCIÓN DE LOS REQUISITOS DE ENTRADA PARA LAS GRANDES SUPERFICIES. EN EL QUINTO CAPÍTULO, SE HACE UN ANÁLISIS DE COSTOS LOGÍSTICOS PARA DETERMINAR CUÁL ES EL TRANSPORTE SELECCIONADO PARA EL PROCESO DE EXPORTACIÓN DE ALBAHACA. Y SE REALIZA UN ANÁLISIS DE RENTABILIDAD POR CONTENEDOR. FINALMENTE, EN EL SEXTO CAPÍTULO SE PRESENTA LA ESTRATEGIA PARA CUMPLIR EL OBJETIVO DEL PRESENTE TRABAJO INVESTIGATIVO. LA CUAL ESTÁ FUNDAMENTADA EN LAS CONCLUSIONES DE LOS OTROS CAPITULOS. ADICIONALMENTE, SE PLANTEAN DOS ESTRATEGIAS PARA ALCANZAR EL OBJETIVO PRINCIPAL. UNA A CORTO PLAZO Y OTRA A MEDIANO PLAZO.

13	CONCLUSIONES.	<p>1. EL MERCADO NEYOORQUINO ES EL RECOMENDADO PARA INGRESAR, POR LA CANTIDAD DE PERSONAS QUE VIVEN EN ESTA CIUDAD, CERCA DE 7 MILLONES DE PERSONAS. ADICIONALMENTE, EL PRECIO DE VENTA DE LA ALBAHACA EN ESTA CIUDAD ES DE 12 DÓLARES, QUE EQUIVALE AL DOBLE DE LO QUE SE VENDE EN MIAMI.</p> <p>2. LA DEMANDA POR LA ALBAHACA PRODUCIDA DESDE COLOMBIA EN ESTADOS UNIDOS HA ESTADO EN CONSTANTE CRECIMIENTO. DESDE 2010 PRODUCIENDO 12.000 TON A 16.000 TON EN 2014. ADICIONALMENTE, LOS NEGOCIOS FOB SE HAN TRANZADO DESDE 15 MUSD EN 2010 Y SE PROYECTA CERRAR 2014 CERCA A LOS 25 MUSD.</p> <p>3. LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN SELECCIONADOS SON LOS MINORITAS (GRANDES SUPERFICIES) A CORTO PLAZO Y HORECA (HOTELES RESTAURANTES CAFÉS Y CATERING) A MEDIANO PLAZO CON UNA ESTRATEGIA DE VENTA DIRECTA.</p> <p>4. PARA INGRESAR A GRANDES SUPERFICIES ES REQUERIDO CUMPLIR CON EL SIGUIENTE PROCESO:</p> <p>A. CONTACTAR AL ÁREA DE PROVEEDORES DE LA CADENA B. MOSTRAR FÍSICAMENTE O EN FOTOS LA MERCANCÍA C. COTIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS D. CURRÍCULUM DE LA EMPRESA E. EVALUACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA F. NEGOCIACIÓN G. DOCUMENTACIÓN: I. - IDENTIFICACIÓN FEDERAL DEL CONTRIBUYENTE. II. - REGISTRO DEL PRODUCTO A COMERCIALIZAR EN LA FDA (FOOD AND DRUG ADMINISTRATION). III. - CUMPLIR CON LAS NORMAS DE ETIQUETADO. IV. - TENER UN EMPAQUE PARA AUTOSERVICIO. V. - CUMPLIR CON TODOS LOS REQUERIMIENTOS SANITARIOS DEL ESTADO. VI. - TENER CÓDIGO DE BARRAS. VII. - COMPARTIR LOS PRINCIPIOS DE INTEGRIDAD, SERVICIO Y RESPETO POR EL INDIVIDUO QUE TIENE LA CADENA. 5. EN NUEVA YORK NO HAY NINGUNA RESTRICCIÓN PARA EL INGRESO DE ALBAHACA, DE ACUERDO A LAS NORMAS FITOSANITARIAS EXISTENTES. 6. SE SELECCIONA ENVIAR EL PRODUCTO VÍA AÉREA (6DÍAS) PARA AGILIZAR LOS TRÁMITES DE EXPORTACIÓN, REDUCIENDO EL TIEMPO DE LA CADENA LOGÍSTICA A LA MITAD EN COMPARACIÓN A LA EXPORTACIÓN VÍA MARÍTIMA (12 DÍAS). 7. LOS COSTOS LOGÍSTICOS PARA LA EXPORTACIÓN DAN COMO RESULTADO QUE AL SELECCIONAR LA VÍA AÉREA ESTOS ASCIENDEN A US\$25.064,90 POR CONTENEDOR. GENERANDO UNA UTILIDAD POR CONTENEDOR DE US\$18.363,67 8. LA PROYECCIÓN PARA PODER INGRESAR AL MERCADO NEYOORQUINO REQUIERE DOS ETAPAS, CON LAS CUALES SE MINIMIZA EL RIESGO DE PERDIDAS POR LA INEXPERIENCIA EN EL MERCADO Y AYUDA A TENER UN CRECIMIENTO SOSTENIBLE A. A CORTO PLAZO: SE DEBE BUSCAR ASOCIARSE CON OTRO EXPORTADOR QUE YA ESTÉ EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE Y CONTACTAR UN MAYORISTA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS CON EXPERIENCIA EN EL MERCADO. B. A MEDIANO PLAZO: CUANDO LA EMPRESA CONOZCA EL FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE, PUEDE GENERAR UN ACERCAMIENTO DIRECTO CON LAS GRANDES</p>
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>BANCO DE LA REPÚBLICA. (2014). SERIES ESTADÍSTICAS. COLOMBIA. C. DE GRAMMONT H, GÓMEZ M, GONZÁLEZ H, SCHWENTESIUS RINDERMANN. (1999). AGRICULTURA DE EXPORTACIÓN EN TIEMPOS DE GLOBALIZACIÓN. CASTRO, A. (2008). MANUAL DE EXPORTACIONES. LA EXPORTACIÓN EN COLOMBIA. BOGOTÁ D.C, COLOMBIA. GONZÁLES, H. (2012). LA EXPORTACIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS A ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA. IICA. (2013). GUÍA DE EXPORTACIÓN PARA LOS MERCADOS ESTADOUNIDENSES PIÑA. MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. (2012). PROEXPORT COLOMBIA. (2012). GUÍA COMERCIAL ESTADOS UNIDOS. PROMPERÚ. (2013). COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO. GUÍA DE MERCADO A CANADÁ, SECTOR SERVICIOS. PERÚ. SOCIEDAD AGRICULTORES DE COLOMBIA (SAC). (2012). LA AGRICULTURA COLOMBIANA PRÓSPERA, EL CAMINO PARA LA PAZ SOCIEDAD AGRICULTORES DE COLOMBIA (SAC). (2013). ESTADÍSTICAS / PIB AGROPECUARIO. SULSER, R., PEDROZA, J. (2004). EXPORTACIÓN EFECTIVA, REGLAS BÁSICAS PARA EL ÉXITO DEL PEQUEÑO Y MEDIANO EXPORTADOR. BOGOTÁ D.C., COLOMBIA. U.S BUREAU OF ECONOMICS ANALYSIS. (2012). SURVEY OF CURRENT BUSINESS. UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA. (2006). ÚLTIMAS TENDENCIAS EN HIERBAS AROMÁTICAS CULINARIAS PARA EXPORTACIÓN EN FRESCO. BOGOTÁ: FACULTAD DE AGRONOMÍA, CURSO DE EXTENSIÓN.</p>
15	Tutorías Recibidas	<p>Presenciales: 1- 7 de junio 2014 2- 11 de julio 2014 Virtuales: 1- 19 Mayo 2- 8 agosto</p>

Visto Bueno Director: