



TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

Exportación De Snack De Fruta Deshidratada Enjoy de Colombia al estado de zulia

Venezuela

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de ciencias empresariales

Administración de negocios internacionales

Indira Núñez Manyoma, Jerson Isaias Cortes Ponte

Karina Centeno Rangel

Seminario de grado: formulación y evaluación de proyectos

2024

Dedicatoria

Este seminario es el fruto del apoyo incondicional de nuestros familiares y amigos, del conocimiento que hemos recibido por parte de nuestros tutores de la facultad de ciencias empresariales, finalmente agradecer a cada una de las personas que han formado parte de este gran y fructífero proceso.

Agradecimientos

Primero dar gracias a Dios por habernos permitido llegar a culminar esta carrera a nuestra familia por la confianza depositada y haber creído en nosotros a todas y cada una de las personas que han sido apoyo incondicional a la Corporación Universitaria Remington a los tutores que han sido parte de este aprendizaje a la profesora Karina Rangel especialmente agradecemos por su tiempo paciencia y compartir su conocimiento con nosotros para sacar adelante nuestro seminario de grado.

Tabla de Contenidos

Resumen.....	5
Palabra clave.....	5
Pregunta orientadora de la búsqueda	6
Metodología de búsqueda de la información.....	7
Sustentación teórica de la pregunta.....	8
Conclusiones.....	11
Referencias	192
Anexos	193

Resumen

Lo curioso y realmente emocionante de esta investigación es que nos ofrecerá. Si es viable exportar snacks nutricionales de fruta deshidratadas desde Cali valle del cauca – Colombia hacia el estado de Zulia – Venezuela. es beneficioso, ofreciendo para los países mencionados nuevas fuentes de empleo y desarrollo territorial

En el desarrollo de este proyecto de negocios internacionales indagaremos de forma detallada sobre las relaciones estrechas que convierten a Colombia y Venezuela en dos naciones hermanas, destinadas a cooperar entre ambas, intercambiando productos y servicios que fortalecen sus relaciones en el ámbito internacional, enfatizaremos como el estado de Zulia (Venezuela) ofrece para Colombia una gran demanda de snacks nutricionales, debido a su creciente población, conoceremos estrategias para poder ingresar a dicho mercado, hablaremos sobre el marketing internacional y como estos dos países hacen uso de estas estrategias ofrecidas por la globalización y la evolución tecnológica.

Palabras clave

1. **Estrategia**
2. **Emprendimiento**
3. **Innovación**
4. **Finanzas**
5. **Colaboración**

1. Estrategia:

En un mercado globalizado, Implica una profunda comprensión del entorno competitivo, los mercados internacionales, las culturas y las regulaciones de diferentes países. Una estrategia internacional eficaz debe ser flexible y adaptable para responder a los cambios constantes del mercado global.

Elementos clave de una estrategia internacional:

- **Análisis del entorno:** Identificar oportunidades y amenazas en diferentes mercados.
- **Definición de objetivos:** Establecer metas claras y medibles a nivel global.
- **Selección de mercados:** Evaluar y elegir los mercados más adecuados para la expansión.

- **Desarrollo de la oferta:** Adecuar productos y así mismo satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores locales
- **Elección de la entrada al mercado:** Decidir si entrar mediante exportación, inversión directa o alianzas estratégicas.
- **Gestión de la marca:** Construir una imagen de marca coherente a nivel internacional.

2. Emprendimiento:

El emprendimiento internacional se refiere a la creación de nuevas empresas o negocios que operan en múltiples países. Implica identificar oportunidades de negocio en mercados extranjeros, desarrollar modelos de negocio adaptados a diferentes culturas y gestionar los riesgos inherentes a la expansión global.

Características del emprendimiento internacional:

- **Visión global:** Capacidad para identificar oportunidades en mercados internacionales.
- **Adaptabilidad:** Flexibilidad para adaptarse a diferentes culturas y regulaciones.
- **Gestión de riesgos:** Capacidad para evaluar y mitigar los riesgos asociados a la expansión internacional.
- **Red de contactos:** Establecimiento de relaciones con socios locales y globales.

3. Innovación:

La innovación internacional es una forma diferente de crear e implementar nuevas ideas, también productos o procesos en un contexto global. La innovación es esencial para estar a la altura de un mercado que es cada vez competitivo, dinámico y globalizado.

Tipos de innovación internacional:

- **Innovación de nuestro producto:** Creación de productos comerciales de alto impacto, adaptados a los mercados locales.
- **Innovación de nuestros procesos:** Mejoramiento continuo de los procesos de producción para reducir costos o aumentar la productividad.
- **Innovación aplicada a nuestra idea de negocio:** Creación de nuevos modelos de negocio que desafían las prácticas establecidas.

4. Finanzas Internacionales:

Dichas finanzas se ocuparán de las transacciones financieras que realicemos entre Colombia y Venezuela. Incluye actividades como el comercio internacional, las inversiones extranjeras directas, las operaciones cambiarias y la gestión de riesgos financieros en un entorno globalizado.

Áreas clave de las finanzas internacionales:

- **Comercio internacional:** Financiación de exportaciones e importaciones.
- **Inversiones extranjeras directas:** Nuestro proyecto busca crear vínculos empresariales que permitan atraer inversionistas al territorio venezolano.
- **Gestión de riesgos financieros:** Identificación y mitigación de los riesgos financieros en un entorno globalizado.

5. Colaboración Internacional:

La colaboración internacional se refiere a la colaboración entre empresas, organizaciones o países para lograr objetivos comunes. La colaboración puede tomar diversas formas, como alianzas estratégicas, joint ventures, consorcios y redes de colaboración.

Beneficios de la colaboración internacional:

- **Acceso a nuevos mercados:** Expansión de la presencia global.
- **Compartir conocimientos y tecnologías:** Aumento de la capacidad innovadora.
- **Reducción de costos:** Aprovechamiento de economías de escala.
- **Gestión de riesgos:** Distribución de riesgos entre socios.

Pregunta orientadora de la búsqueda

¿Qué viabilidad presentará un proyecto de investigación de negocios internacionales que tiene como objetivo principal comercializar un snack de alto valor nutricional exportado desde la ciudad de Cali (Colombia) hacia el estado de Zulia (Venezuela)?



Estado de Zulia

El estado de Zulia, ubicado en el noroeste de Venezuela, es conocido internacionalmente, por varias razones. Su capital Maracaibo es la segunda ciudad más habitada del país. Zulia limitando al norte con el mar caribe y al oeste con Colombia, lo que le otorga una posición geográfica estratégica.

Zulia es famoso por su producción petrolera siendo una de las principales regiones que produce más petróleo en Venezuela en el desarrollo de este trabajo conoceremos puntos claves de Zulia como los siguientes:

Economía:

Zulia es uno de los motores económicos de Venezuela debido a su vasta producción petrolera. La industria petrolera en Zulia ha sido fundamental para la economía del país, generando empleo y atrayendo inversiones.

Cultura:

Zulia es un bastión de la cultura venezolana. La música gaitera, originaria de esta región, es un símbolo cultural que se celebra especialmente durante la navidad. Además, las festividades y tradiciones zulianas, como la feria de la chinita, son eventos de gran relevancia.

Geografía

Estimación del Potencial del Mercado

Venezuela es un país de regiones. El estado de Zulia (frontera con Colombia), donde se encuentra la ciudad de Maracaibo, es el estado más poblado de Venezuela. En 2020, 3,8 millones de personas vivían en Zulia. Miranda fue el estado con la segunda mayor población, con alrededor de 2,9 millones de habitantes.

Mapa Cantidad de habitantes por Estado (Venezuela).



Fuente: Statis – Cálculos Cámara de Comercio de Cali.

Las grandes categorías importadas por Venezuela son Maquinarias y/o aparatos eléctricos, Máquinas y/o aparatos mecánicos y cereales. Las importaciones de maquinaria y aparatos obedecen a la reindustrialización en Venezuela. A su vez, en 2022 la principal categoría importada desde Colombia a Venezuela fueron las Grasas y Aceites Animales, seguida de Plástico y sus manufacturas, además, de Fundición de hierro y acero.

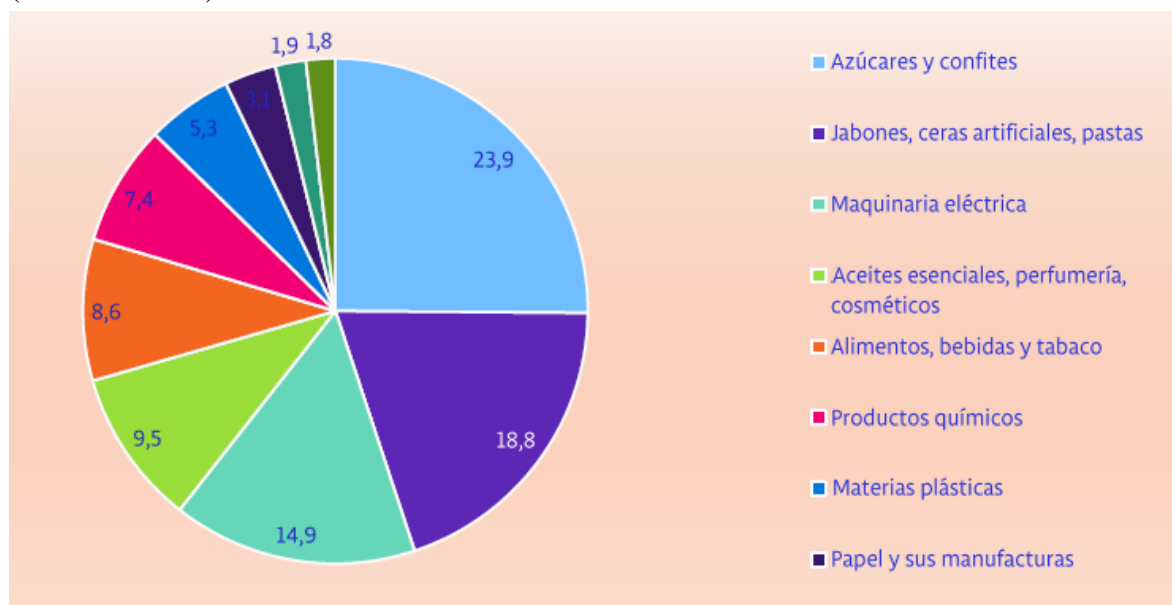
Gráfica 3. Las categorías más importadas por Venezuela y las importaciones desde Colombia en 2022 (USD Millones).



Fuente: Trademap

En el 2022, las categorías de exportación destacadas desde Colombia hacia Venezuela incluyeron Azúcares y confites, Jabones, Ceras artificiales y pastas, y Maquinarias eléctricas. En azúcares y confites se encuentran los principales alimentos relacionados con Snacks, reflejando una demanda en el país vecino.

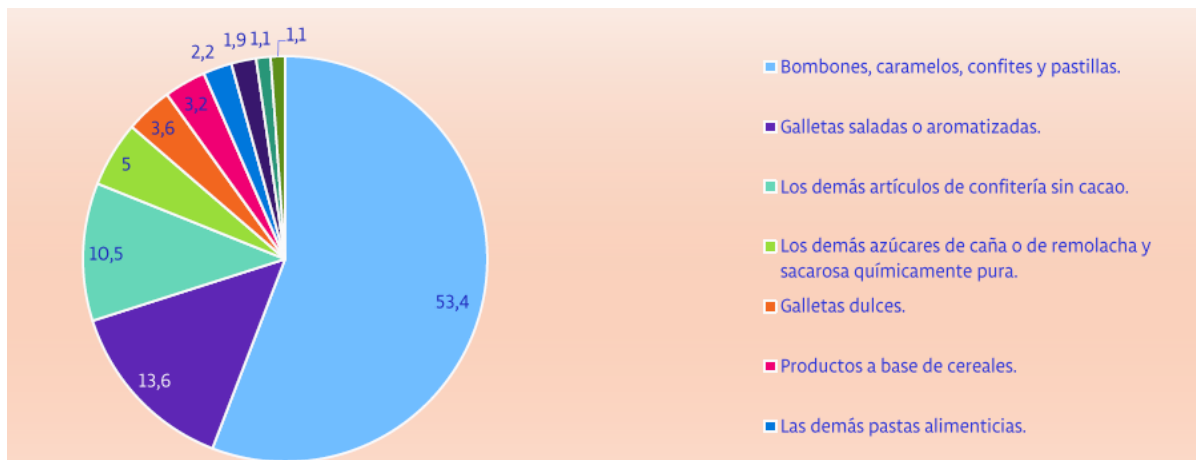
Gráfica 4. Lista de productos más exportados de Colombia a Venezuela en 2022 (USD Millones).



Fuente: DIAN – DANE

Los productos de categoría Snacks reflejan una oportunidad en Venezuela. Los principales productos relacionados con Snacks exportados a Venezuela fueron Bombones, caramelos, confites y pastillas, además de galletas saladas o aromatizadas y demás artículos de confitería sin cacao.

Grafica 5. Principales productos exportados de Colombia a Venezuela relacionados con Snacks en 2022.



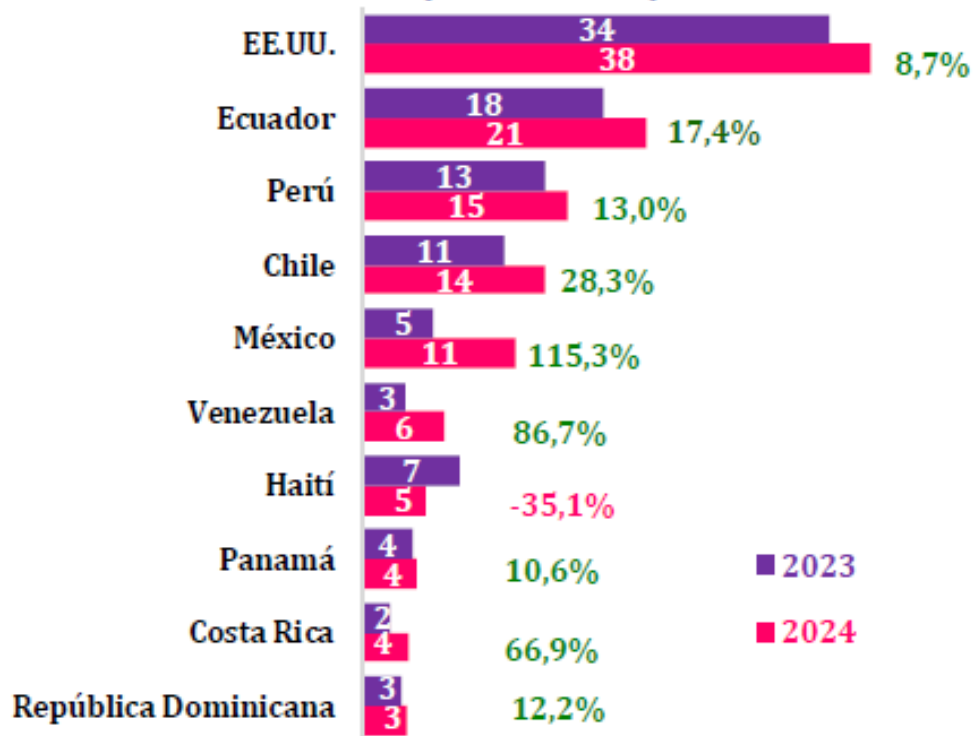
Fuente: DIAN – DANE

Por su parte el 90% de los destinos hacia donde exportaron las empresas del Valle del Cauca durante enero de 2024 registraron variaciones positivas. México (115,3%) presentó el mayor crecimiento anual, impulsado principalmente por mayores ventas de acumuladores eléctricos

Así mismo, las ventas externas del Valle del Cauca hacia Haití registraron la única disminución, como resultado principalmente, de menores ventas externas de azúcar.

Venezuela es otro de los países que registro expansión positiva (86,7%) y viene creciendo considerablemente en lo recorrido del 2024.

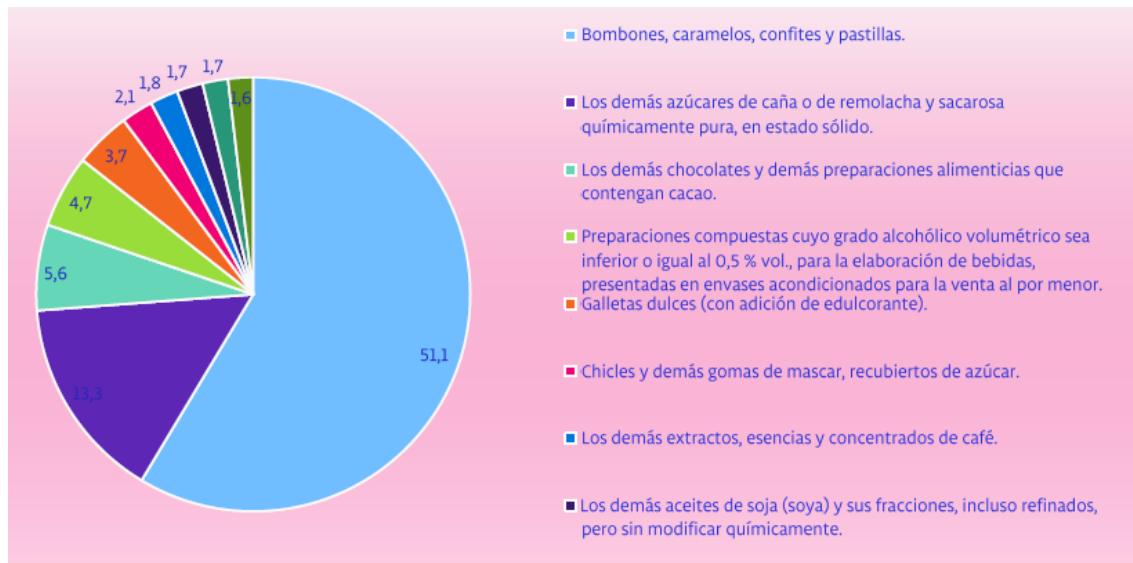
Grafica 6. Total de las exportaciones del Valle del Cauca – principales destinos (USD millones*) enero (2023-2024).



Por efecto del redondeo en millones, los totales pueden diferir ligeramente.

De acuerdo con el informe de Estudios Económicos de la Cámara de Comercio de Cali, en el rubro de productos relacionados con Snacks, se exportaron en el 2022, USD 24,1 Millones desde el Valle del Cauca a Venezuela, donde se destacan los Bombones, caramelos, confites y pastillas (51%), los demás azúcares de la caña (13,2%) y los demás chocolates (5,5%).

Grafica 6. Productos más exportados del Valle del Cauca a Venezuela relacionados con Snacks en 2022.



Fuente: DIAN – DANE

Su ubicación estratégica, con acceso al mar caribe y frontera con Colombia, lo convierte en un punto clave para el comercio y las relaciones internacionales. Esto también facilita el intercambio cultural y económico con otros países.

Política

Zulia ha tenido un papel importante en la política venezolana. La región ha sido escenario de movimientos y líderes políticos que han influido en la dirección del país.

Producción petrolera

Zulia es reconocido por su alta producción de petróleo en Venezuela, lo que lo convierte en un actor fundamental en el mercado energético global. La riqueza petrolera de la región ha atraído inversiones internacionales y ha sido fundamental para la economía venezolana

Metodología de búsqueda de la información

Para determinar la viabilidad de nuestro proyecto de exportación de snack desde Cali Colombia al estado de Zulia Venezuela, las herramientas para recopilar información son: páginas web de sitios gubernamentales e instituciones concededoras de procesos internacionales como exportación e importación entre los países mencionados.

Nos hemos apoyado en investigaciones similares encontradas en distintas fuentes de información, también hemos recopilado información de inteligencias artificiales para aclarar términos internacionales hablados actualmente por los países involucrados.

Sustentación teórica de la pregunta

Entre los conceptos de importación y exportación especialmente en nuestro proyecto de investigación nos hemos apoyado en varias teorías del comercio internacional acuñadas por varios autores.

- Teoría de los costos de oportunidad (Frank Graham 1914)
- Teoría de la ventaja comparativa (David Ricardo 1817)
- Teoría de la ventaja absoluta (Adam Smith 1776)

Con base a estas teorías nuestro proyecto de negocios internacionales sobre exportar snack a el estado de Zulia Venezuela desde Cali Colombia, nuestro enfoque ha sido en vista de la crisis económica prolongada que ha enfrentado Venezuela la cual ha generado:

- Escasez de productos básicos y alimentos
- Dificultades para producir y distribuir productos locales.
- Control en los precios
- Control en el cambio monetario
- Demanda creciente de productos extranjeros.

Concluimos que importar snacks a Venezuela puede ser beneficioso por:

- Se puede cubrir la demanda insatisfecha de productos alimenticios
- Diversificar la oferta en el mercado de Venezuela

- Ofrecer calidad y variedad a los consumidores
- Generar empleo e ingresos en la cadena de distribución

a su vez aprovechar oportunidades de negocio en un mercado con alta demanda.

teniendo en cuenta que nos enfrentamos también a desafíos como:

restricciones cambiarias de pago, regulaciones gubernamentales, infraestructura y un sistema logístico eficiente, la competencia con productos locales y otros importadores, riesgos económicos, entre otros.

Sabemos que para superar dichos desafíos es fundamental realizar un análisis de mercado exhaustivo.

Establecer alianzas con comerciantes locales o distribuidores conocedores del producto, cumplir con las regulaciones y requisitos legales, implementar estrategias de marketing, monitorear el entorno económico y las condiciones locales para asegurar el éxito de nuestro proyecto de investigación de administración y finanzas internacionales.

Actualmente Venezuela apuesta a la recuperación comercial interna que podría devolverles una estabilidad económica a los ciudadanos venezolanos, es por ello que identificar la viabilidad de nuestros productos en el estado de Zulia nos podría ofrecer estar adheridos al crecimiento de la economía vecina y crecer de la junto a empresas locales poniendo como estrategia la colaboración mutua. identifiquemos el rol de los organismos internacionales involucrados en la negociación entre países.



Rol de Organismos Internacionales: OMC, FMI, BM, BID

Organización Mundial del Comercio – OMC

Es una institución internacional creada en 1995 con el objetivo de regular el comercio entre los países para asegurar que se realice de manera fluida, predecible y libre de barreras injustas. La OMC se encarga de establecer y supervisar las reglas del comercio internacional, facilitar negociaciones entre los países para reducir aranceles y otras restricciones comerciales, y resolver disputas comerciales. Además, promueve la cooperación económica global y ofrece apoyo técnico a los países en desarrollo para que puedan participar de manera más activa en el comercio mundial.

La OMC es la única organización internacional que se ocupa de las normas de alcance mundial que regulan el comercio. Su principal función es velar por que las corrientes comerciales circulen con la mayor fluidez, previsibilidad y libertad posible.

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es muy importante para Colombia por varias razones clave, ya que tiene un impacto directo en su economía, su integración en el comercio global y su capacidad para negociar acuerdos comerciales. Algunas de las razones más destacadas incluyen:

1. Acceso a mercados internacionales.

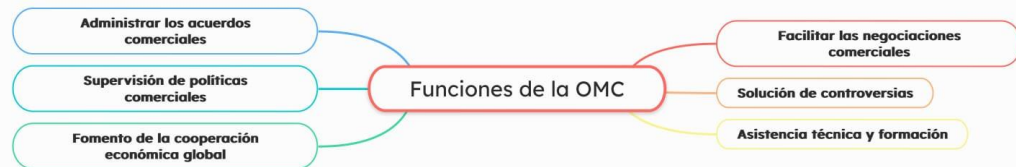
2. Reglas claras y previsibles.
3. Resolución de disputas comerciales.
4. Mejora de la competitividad.
5. Beneficios para los sectores más vulnerables.
6. Fomento del desarrollo económico.

En resumen, la OMC es crucial para Colombia porque proporciona un marco de reglas comerciales internacionales, promueve el acceso a mercados, favorece la resolución de conflictos comerciales y ofrece herramientas para mejorar la competitividad y el desarrollo económico. Todo esto ayuda a Colombia a fortalecer su posición en la economía global.

En la actualidad cuenta con 164 miembros, los cuales representan un 98% de los flujos de comercio a nivel mundial.

Funciones:

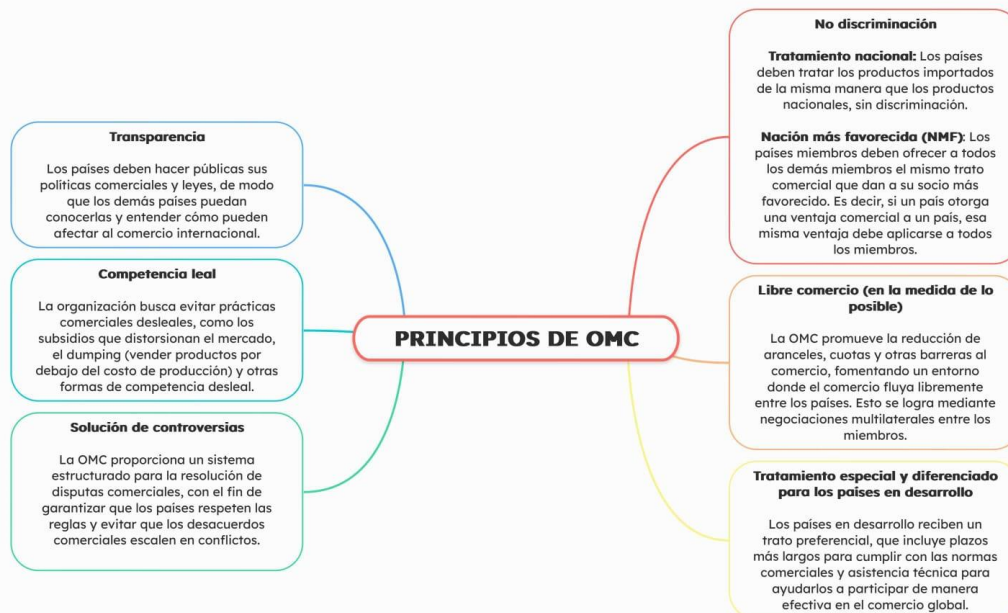
El propósito primordial de la OMC es contribuir a que las corrientes comerciales circulen con fluidez, libertad, equidad y previsibilidad. Para lograr este objetivo, la Organización se encarga de:



Fuente: Canva

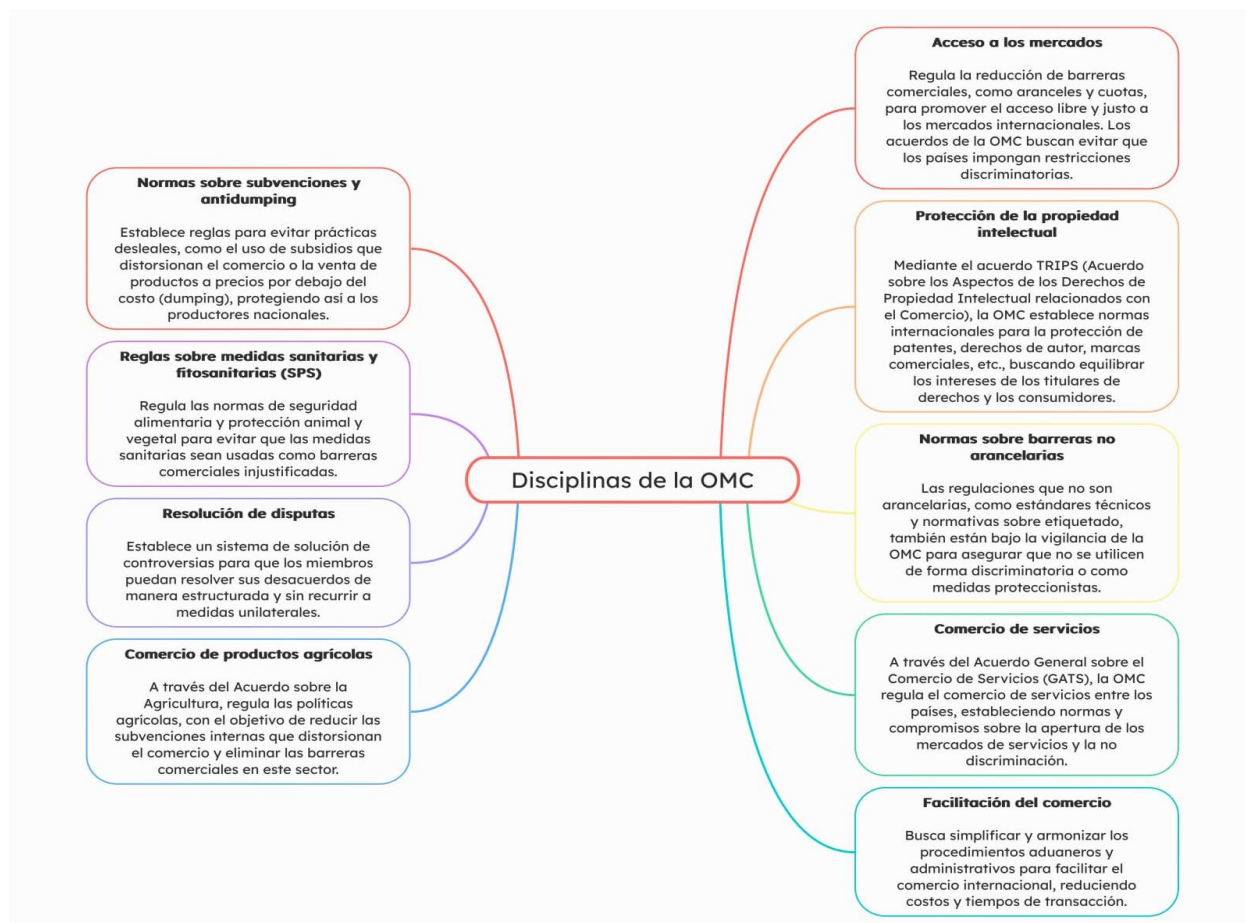
Principios fundamentales de la organización mundial del comercio

El sistema de comercio deberá tener los siguientes componentes:



Proteger el medio ambiente:

Los Acuerdos de la OMC permiten a los Miembros adoptar medidas para proteger no sólo el medio ambiente sino también la salud pública y la salud de los animales, y para preservar los vegetales. No obstante, esas medidas deben aplicarse por igual a las empresas nacionales y a las extranjeras. En otras palabras, los Miembros no deben utilizar medidas de protección del medio ambiente como medio de encubrir políticas proteccionistas.



Fuente: Canva

Colombia es Miembro de la OMC desde el 30 de abril de 1995 y miembro del GATT desde el 3 de octubre de 1981.

Para Colombia, cuya estrategia de desarrollo está basada en un pilar fundamental como es la apertura comercial y el comercio internacional, a través de la vía unilateral, bilateral y multilateral, el sistema de comercio regido por la OMC es altamente relevante por varias razones:

El valor de la OMC para Colombia:

Para un país como Colombia, pequeño y cuya estrategia de desarrollo está orientada fuertemente al comercio internacional, el sistema multilateral de comercio establecido en la OMC es de suma importancia. En primer lugar, porque sus reglas y disciplinas son vinculantes para todos los miembros de la OMC, independientemente de su tamaño. Esto le otorga estabilidad y previsibilidad a nuestro comercio, limitando la discrecionalidad en el ejercicio de las políticas comerciales. En particular, El Mecanismo de Solución de Diferencias de la OMC, cuyas resoluciones son obligatorias para todos los miembros de la organización, otorga protección a los países más pequeños como Colombia contra las acciones unilaterales que puedan adoptar países más grandes.

Fondo Monetario Internacional

El Fondo Monetario Internacional se creó en julio de 1944, en una conferencia de las Naciones Unidas celebrada en Bretton Woods, Nuevo Hampshire (Estados Unidos), cuando los representantes de 45 gobiernos acordaron establecer un marco de cooperación económica destinado a evitar que se repitieran los círculos viciosos de devaluaciones competitivas que contribuyeron a provocar la Gran Depresión de los años 30's.

El principal propósito del FMI consiste en asegurar la estabilidad del sistema monetario internacional, es decir, el sistema de pagos internacionales y tipos de cambio que permite a los países (y a sus ciudadanos) efectuar transacciones entre sí. Este sistema es esencial para fomentar un crecimiento económico sostenible, mejorar los niveles de vida y reducir la pobreza. A raíz de la reciente crisis mundial, el FMI ha estado clarificando y actualizando su cometido a fin de cubrir toda la problemática de la macroeconomía y del sector financiero que incide en la estabilidad mundial.

El fondo monetario internacional (FMI) tiene como misión principal promover la estabilidad financiera a nivel mundial. Para lograrlo, trabaja en estrecha colaboración con sus países miembros y otras organizaciones internacionales, sus objetivos son fomentar la cooperación monetaria, impulsar el crecimiento económico y el comercio internacional, y desalentar políticas que puedan perjudicar la prosperidad de las naciones. En última instancia, el FMI busca mejorar las condiciones de vida de las personas en todo el mundo.

Banco Mundial:

Como líder mundial en desarrollo, banco mundial se dedica a reducir la pobreza y mejorar la calidad de vida de las personas. A través de sus programas, busca fomentar el crecimiento económico, proteger el medio ambiente y fortalecer las instituciones, plasmamos estas instituciones internacionales porque todas ellas tienen presencia de forma directa e indirecta en Venezuela y Colombia, lo cual permite mayor polaridad comercial.

No se trata de un banco en el sentido corriente, esta organización internacional es propiedad de 187 países miembros y está formada por dos instituciones de desarrollo singulares: El Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF) y la Asociación Internacional de Fomento (AIF).

De acuerdo con FEDESARROLLO, Colombia constituye un caso de estudio excepcional sobre la incidencia de las políticas tradicionales del Banco Mundial. El país ha recibido préstamos del Banco en casi todos los años desde 1949, constituyéndose en el mayor receptor, de recursos de esta entidad entre los países en desarrollo, en términos per cápita, y sus empréstitos han representado la mayor fuente individual de recursos de crédito externo del país durante la mayor parte de la postguerra. Además, el Banco ha actuado como agente coordinador y promotor de la financiación internacional del país, a través de "Grupos de Consulta" celebrados casi todos los años desde 1962.

No obstante, y pese a la continua insistencia del Banco en la adopción de políticas fiscales, cambiarias y de comercio exterior ortodoxas, la mayoría de las decisiones importantes en esta materia en los últimos 25 años se han llevado a cabo con escasa influencia directa de ese organismo. Solamente en dos ocasiones, ambas en conjunción con negociaciones críticas con el FMI, se presentó una incidencia importante al respecto: en 1965 y 1985. De esta manera la influencia principal del Banco ha recaído sobre los montos y la composición de la inversión pública y en general, sobre los montos y ciclos de la acumulación de capital en el país, como también sobre la política sectorial y el desarrollo institucional en las áreas en que se han concentrado sus préstamos de proyectos.

Para el caso de Venezuela las sanciones internacionales impuestas a Venezuela han restringido su acceso al financiamiento internacional y han afectado negativamente sus exportaciones. El Banco Mundial ha desempeñado un papel variable en la economía venezolana, ofreciendo préstamos y asistencia técnica en diferentes momentos. Sin embargo, la relación se ha visto afectada por cambios en las políticas gubernamentales y las condiciones económicas del país.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID):

- El Banco Interamericano (BID) es una organización financiera internacional, organizada para apoyar a los Estados de la Región a alcanzar el desarrollo de una manera sostenible, a través de proyectos e instrumentos financieros y técnicos, priorizando la inclusión social y la igualdad, la productividad y la innovación, y la

integración económica regional en su trabajo de desarrollo a lo largo de América Latina y el Caribe.

- Es la institución financiera de desarrollo líder de nuestra región, juega un papel crucial en impulsar el crecimiento económico sostenible en América Latina y el Caribe. Además, se enfoca en temas como la igualdad, el cuidado del medio ambiente y el buen gobierno.

La Estrategia de Grupo BID (EBP) para el periodo 2019-2022 tiene como objetivo acelerar el crecimiento de la economía colombiana al 6 o 7 %. La estrategia continúa priorizando los tres grandes desafíos que venía desarrollando en el periodo EBP 2015–2018. Estos desafíos son: (I) productividad de la economía; (II) efectividad de la gestión pública; y (III) movilidad social y consolidación de la clase media.

El BID tiene un portafolio activo de préstamos y proyectos por más de USD \$2.287 millones en Colombia, concentrado en los sectores de: Reforma / Modernización del Estado; Transporte; Agua y Saneamiento; Transporte; Energía y Comercio. Otros sectores con participación en el Portafolio son: Inversiones Sociales; Desarrollo y Vivienda Urbanos; Agricultura y Desarrollo Rural; Educación; Mercados Financieros; Integración Regional; y Medio Ambiente y Desastres Naturales. De acuerdo con la información registrada en el sitio www.irs.gov.co, entre 2018 y 2022 se han contratado créditos externos con el BID por más de USD 4.468,74 millones.

El BID ha tenido un impacto considerable en Venezuela a lo largo de los años, ha tenido presencia en procesos como: Financiamiento para la construcción y mejora de carreteras, puentes, sistemas de agua y saneamiento, y otros proyectos de infraestructura, apoyo a programas de salud, educación, vivienda y protección social, promoción de la inversión privada y el desarrollo empresarial y por último en financiamiento de proyectos para la conservación ambiental y el desarrollo sostenible.

En la actualidad, la relación entre Venezuela y el BID se encuentra en un punto crítico. Debido a la situación económica y política del país, el BID ha limitado su participación en nuevos proyectos. Sin embargo, la institución sigue monitoreando de cerca la situación en Venezuela y mantiene un diálogo con las autoridades para explorar futuras oportunidades de cooperación.

No se puede ocultar la situación actual de Venezuela en el ámbito internacional, porque se evidencia inestabilidad en el país, pero más allá de su imagen, existe un comercio que interno que por más trabas se vitaliza de apoco y es esa la oportunidad que existe en el estado de Zulia para los snacks de fruta deshidratada enjoy, hablemos un poco de nuestro producto y de las estrategias que utilizaremos para posicionarlo en el mercado Zuliano.

Nuestro producto:

¿Qué es un snack?

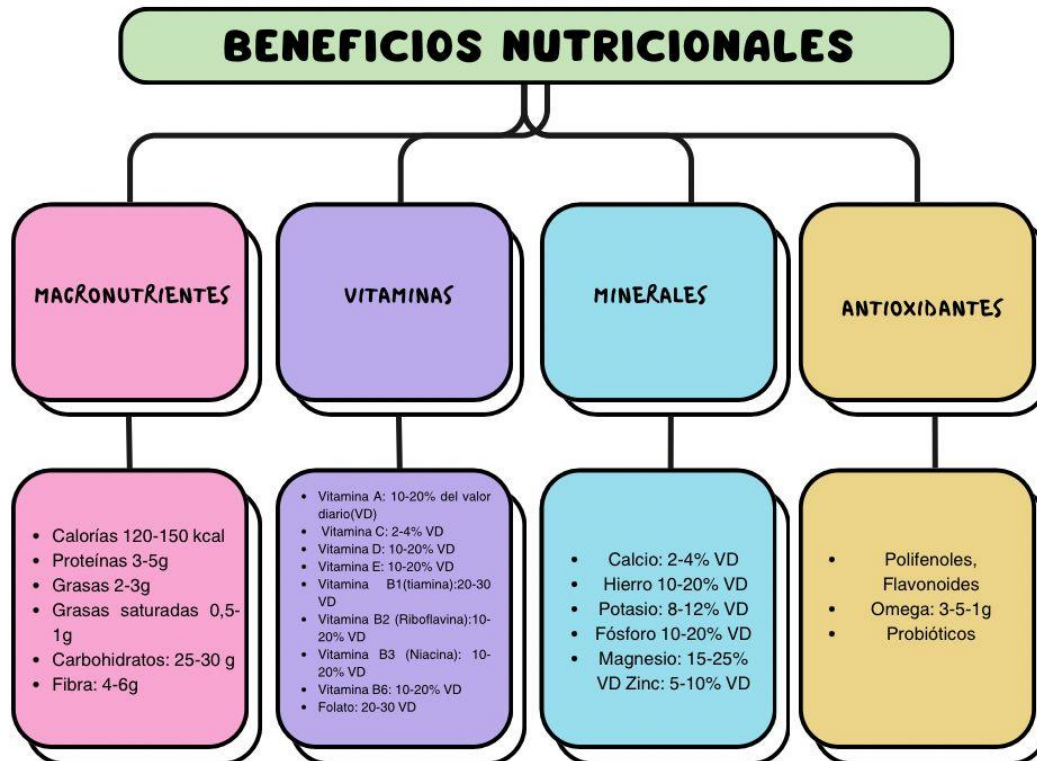
De acuerdo con Euromonitor los Snacks son un subgrupo dentro del sector de alimentos procesados. Es el grupo alimenticio con mayor heterogeneidad por su gran variedad de ingredientes, sabores y consistencia. Alimentos procesados, empacados y los cuales están pensados para consumirse.

Un snack es un tipo de alimento consumido generalmente entre comidas principales y rutinas de deporte o jornadas laborales extensas. Además de ser prácticos y rápidos listos para comer directamente.




Beneficios nutricionales del cereal Enjoy -producto a exportar desde Cali Colombia al estado de Zulia en Venezuela.

Beneficios nutricionales:



Fuente: plataforma de diseño canva

Relevancia de Venezuela para el Valle del Cauca



- En los mejores años, el Valle se consolidó como el **principal departamento exportador hacia Venezuela** con una participación de 23.2% del total de exportaciones colombianas a este destino, cifra del 2014.
- En 2014, el mercado venezolano era el **primer destino** de las exportaciones vallecaucanas, representando **21% del total**.
- Mientras que, en 2012 **199 empresas** exportaban a Venezuela, para 2022 esta cifra asciende a **102 empresas**.
- El Valle apenas comienza a recuperar su dinamismo. Según cifras oficiales, en 2021 el departamento exportó **USD 32 Millones** hacia Venezuela y en 2022 el valor incrementó a **USD 70 Millones**.
- En 2022, las exportaciones a Venezuela **crecieron un 119%** en comparación con el año anterior.

Fuente: Dian - Dane

Plan de Mercadeo Internacional:

Selección de la Fuentes de Información

La información que se obtuvo permitió conocer el comportamiento de consumidores de productos de Snacks, en la ciudad de Maracaibo, en el estado de Zulia (frontera con Colombia) con 3,8 millones de personas, las cuales el 60% se concentra entre los 15 y 69 años, por su parte el 38% de la población es población joven entre los 15 y 39

años. De acuerdo con sus valores y hábitos de compra, se diseña un plan de Marketing Mix para el canal tradicional, el cual recoge aspectos como: comportamiento del Producto, precio, plaza y promoción.

En esa dinámica, la información que se analizó fue primaria, donde se acudió a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación participante y entrevistas. Además, se recopiló información secundaria como boletines informativos de fuentes de consulta como PROCOLOMBIA, DANE, Cámara de Comercio de Cali.

Primarias

Las fuentes de recolección de información primarias, entendidas como la información que se obtiene a partir de las figuras que hacen parte directa del trabajo de investigación son esenciales en el proceso para determinar los factores claves del marketing mix de productos de Snacks, para este caso se determinó como actores principales los consumidores de tienda tradicional de Maracaibo en Venezuela.

Secundarias

Se realizó revisión y análisis de información a través de boletines informativos y demás literatura de fuentes de consulta de entidades como PROCOLOMBIA, DANE, Cámara de Comercio de Cali.

Identificación de Oportunidades de Exportación

Selección del Mercado Meta:

En esta oportunidad, el mercado meta del Plan de Mercadeo es el consumidor de productos de Snacks, de la ciudad de Maracaibo, en el estado de Zulia (frontera con Colombia) con 3,8 millones de personas; sin embargo, solo se trabajará con el 38% de la población, dado a que es una población joven entre los 15 y 39 años, población en edad de trabajar.

Veamos cómo relacionamos estrategias de marketing internacional para ingresar de manera puntual al mercado zuliano.

Mezcla de Marketing Internacional:

Producto:

El producto que hemos creado se presenta en hojuelas de fácil identificación, lo que facilita su consumo. La marca Enjoy está diseñada para ser memorable y está en sintonía con el tipo de producto que vamos a comercializar.

Para el lanzamiento y durante los primeros años de operación:

- Enjoy: comercializará los sabores de plátano, naranja, manzana y mandarina, frutas que evocan un exquisito sabor y una rica tradición en

Colombia. Estos cuatro sabores han sido elegidos tras investigar las diversas frutas presentes en el mercado local, garantizando la disponibilidad de su harina y esencia. Esto facilitará el proceso de investigación y desarrollo del producto final, al igual que la producción para conseguir un producto con una cadena de abastecimiento sencilla.

- El empaque del producto está hecho de un laminado de polietileno y poliéster, lo que garantiza un excelente sellado. Además, el poliéster permite la impresión de colores vibrantes y frescos que queremos asociar con nuestra marca. En la parte trasera de la presentación, se detallan todos los ingredientes y valores nutricionales que respaldan las características de nuestro snack.
- Las presentaciones de los productos que Enjoy comercializará serán de 40, 70 y 100 gr, siendo similares o muy cercanas a las que hoy tiene la competencia. Hemos ajustado las presentaciones a los mismos rangos para generar mayor facilidad al momento de elegir.

Precio:

Para establecer los precios de los productos que planeamos comercializar, se llevó a cabo un proceso de observación en los canales donde los snacks se venden actualmente.

El criterio identificado fue el precio por gramo. Por ejemplo, si un producto se ofrece al consumidor a 2 bolívares y contiene 70 gramos, su precio es de 0,033 bolívares por gramo. Este análisis se realizó con las principales marcas que comercializan snacks, así como con aquellas que han adoptado el concepto natural al vender frutos secos y otros

productos liofilizados. En el primer grupo se encuentran marcas como Doritos, Lay, Frito Lay y Chizitos, que tienen los precios más bajos en la competencia y son las más vendidas, aunque carecen de atributos relacionados con el enfoque saludable.

Bajo lo observado:

Últimos snacks lanzados en Colombia hasta julio de 2023			Últimos snacks lanzados en Venezuela hasta julio de 2023		
Maní con pasas	Mix de Cacao	Cortezas de cerdo	Maní con caramelo	Anacardos salados	Mix natural
					
Papas sabor a pollo	Rosquillas de queso	Papas de crema y cebolla	Papas con sabor campesino	Maní salado	Dátiles sin semilla
					

Fuente: Mintel

Cámara de Comercio de Cali

Plaza:

En la actualidad, hay un canal principal a través del cual se comercializan productos de consumo masivo: el canal tradicional, que incluye mayoristas, minoristas y consumidores. Dentro de este canal, destacan tres mercados mayoristas en Venezuela: Santa Anita, La Guaira Supermercados y el Centro de Maracaibo.

La estrategia de marketing operativo a implementar será:

Se elaborarán propuestas de bonificación atractivas para el canal tradicional, así como márgenes de contribución favorables, que son esenciales para llevar a cabo negociaciones y facilitar el ingreso.

Promoción (Exposición):

Para el lanzamiento de la marca, se llevará a cabo una campaña en el canal tradicional, enfocada en posicionar la marca entre los consumidores. En este sentido, hemos creado una promoción basada en el concepto de “bonificación”: por cada 5 cajas (60 unidades por caja) de snacks, obsequiamos una. Nuestro objetivo es que los mayoristas realicen un pedido mínimo de 5 cajas de snacks. Esto hará que nuestra oferta sea más atractiva, ya que los mayoristas no suelen ofrecer esta bonificación a los minoristas; con ello, podrán aumentar su margen de ventas y ofrecer descuentos que les permitan recuperar su capital más rápidamente. Este canal se rige por el nivel de rotación de cada categoría que manejan.

Para el lanzamiento, únicamente utilizaremos medios en línea, aprovechando las redes sociales y los motores de búsqueda para dar a conocer la marca y el producto. En cuanto al canal tradicional, la activación se realizará mediante degustaciones del producto en el punto de venta de al menos 3 mayoristas, con promotoras durante 6 semanas. Además, se colocarán banners en los 3 mayoristas con el nombre de la marca; estas condiciones se incluirán en la propuesta de negociación con cada mayorista para facilitar la aceptación de la marca.

En los escenarios que hemos simulado en el ámbito financiero, los resultados son muy atractivos tanto en los escenarios conservador como optimista, por lo que, si logramos alcanzar los niveles de venta del primer año, planeamos desarrollar publicidad para el segundo semestre del segundo año en televisión, buscando un segmento horario adecuado para presentar la marca de manera más masiva. Es crucial que, para llevar a cabo esta actividad, se concreten los niveles de venta deseados en ambos canales.

La propaganda que se desarrollará estará dirigida al segmento moderno y sofisticado, utilizando activaciones y volanteo en colegios y universidades; esto nos permitirá dar a conocer los productos de manera más rápida. Estas actividades deben comenzar después del lanzamiento de la marca y de la distribución de productos en los canales, especialmente en el tradicional, que es el principal acceso de los consumidores a estos productos. En los años posteriores al lanzamiento, se mantendrá la actividad de propaganda, aunque, al igual que la publicidad, dependerá del cumplimiento de los escenarios de venta y de la posibilidad de realizar eventos o activaciones más grandes en Maracaibo y sus alrededores.

Conclusión

Con base a todos los conceptos estudiados con respecto a la exportación de un cereal nutritivo desde Cali Colombia a Zulia Venezuela se evidencian múltiples ventajas de las cuales se evidencian algunos aspectos positivos para llevar a cabo dicha operación comercial entre los cuales destacamos:

- **Demanda Creciente:** La demanda de productos saludables y nutritivos está en aumento en Venezuela, especialmente en regiones de alto impacto comercial como Zulia.
- **Proximidad geográfica:** Cali, Colombia está relativamente cerca de Zulia, lo que reduce costos adicionales de transporte y tiempos de entrega
- **Diversidad de opciones:** En Cali se maneja una producción y gran variedad de cereales y granos, lo que ofrece una gran oportunidad comercial para exportar.
- **Oportunidad de mercado:** la crisis económica en Venezuela ha generado una escasez de productos básicos lo que nos hizo ver la oportunidad de negocio.
- **La motivación:** para nosotros ha sido emprender un proyecto propio, contribuir a la salud y bienestar de la población venezolana, desarrollar habilidades en comercio internacional, mejorar la calidad de vida y mantener una actitud positiva y flexible ante los diferentes desafíos.
- **Realizar un análisis de mercado:** Con el objetivo de entender la demanda y la competencia en Zulia fue esencial y un desafío que sin duda nos ayudara a posicionar nuestro cereal de manera efectiva y a identificar oportunidades de diferenciación, así como el establecer relaciones solidas con distribuidores y minoristas locales para facilitar la entrada al mercado y asegurar una distribución eficiente del producto, el adaptar estrategias de marketing a las preferencias y hábitos de consumo locales ha sido un punto clave para el éxito del producto en el mercado venezolano.

- Es así como estos desafíos requieren una planificación cuidadosa y una estrategia bien definida para asegurar el éxito de la exportación de snacks de alto valor nutritivo marca Enjoy a Zulia Venezuela desde Cali Colombia.
- En la búsqueda prospectiva de la respuesta que nos mostrara a Venezuela en especial al estado de zulia, como un mercado atractivo para incursionar en la actividad de exportar nuestros snack desde el Cali, valle del cauca encontramos que si se puedo vender nuestro producto allí, porque la población del estado de zulia busca alimentos saludable y de gran valor nutritivo, las nuevas tecnologías nos ofrecen una gran ventaja porque pensamos crear conjuntos de emprendimiento que involucran celebridades localmente reconocidas de manera positiva en Venezuela para que estos impulsen productos como nuestros snack.

Bibliografía

Cámara de Comercio de Cali. Ritmo exportador del Valle del Cauca, informe #90, marzo 15 de 2024.

Cámara de Comercio de Cali. Informe Sectorial de Snack en Venezuela, Iniciativa Clúster de MACROSNACKS de Cali - Valle del Cauca.

Cámara de Comercio de Cali. Informe Especial #17 Comercio Exterior de Colombia y el Valle del Cauca con Venezuela, 2023.

Cámara de Comercio de Cali. Infografía como Exportar a Venezuela.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Perfil económico del Departamento del Valle del Cauca, 2024.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Informe sobre los acuerdos comerciales vigentes de Colombia. 2021

PROCOLOMBIA, Boletín del exportador, 2023

PROCOLOMBIA, Boletín Comportamiento de los Snacks de Colombia en el mundo.

2024

Net grafia

<https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/2505>

<https://datos.bancomundial.org/pais/venezuela>

<https://www.euromonitor.com>

<https://www.dane.gov.co>

<https://www.procolombia.gov.co>

https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm

<https://www.un.org/es/>

<https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/46227088-e97a-46fe-9471-44dc38d4ae00/content>

<https://www.cancilleria.gov.co/international/multilateral/united-nations/imf>

<https://www.monografias.com/trabajos98/administracion-sociedad/administracion-sociedad>

<https://www.fnv.nl/site/over-de-fnv/internationaal/mondiaal->

