

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA**

CARRERA DE POSGRADO

ESPECIALIZACIÓN EN OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: Análisis de factibilidad de exportación de alimentos para mascotas a Colombia

Autora: Virginia Inés Rivero

Directora: Dra. Elsa Marinucci

Octubre 2020

Resumen

El mercado de alimentos para mascotas a nivel mundial representa un sector con grandes perspectivas como resultado de un incremento en la tenencia de animales en los hogares. A partir del caso de una empresa fabricante local que busca incrementar su producción y comenzar a exportar, el presente trabajo tiene como objetivo analizar las tendencias del mercado de alimentos de mascotas en general y las características del mercado de destino en particular, así como desarrollar un plan de exportación de alimentos para perros adultos a Colombia teniendo en cuenta los costos, procedimientos y documentos necesarios para llevar adelante la operatoria.

Palabras claves: exportación, alimentos mascotas, Colombia.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
ANÁLISIS DE MERCADO.....	2
<i>Análisis del entorno internacional.....</i>	2
<i>Análisis del mercado colombiano.....</i>	4
<i>Principales indicadores económicos</i>	5
<i>Régimen de Comercio Exterior y política comercial externa</i>	7
<i>Régimen cambiario.....</i>	8
<i>Entorno para inversiones extranjeras.....</i>	9
<i>Régimen corporativo.....</i>	12
<i>Entorno social y cultural.....</i>	12
<i>Infraestructura.....</i>	14
<i>El sector de alimentos para mascotas en Colombia.....</i>	15
<i>Producción.....</i>	15
<i>Importaciones</i>	15
<i>Ventas</i>	15
<i>Centros de consumo y estacionalidad de demanda.....</i>	16
<i>Canales de distribución.....</i>	17
<i>Condiciones de acceso al mercado</i>	20
<i>Estrategia comercial de precio.....</i>	26
<i>Perfil del consumidor/comprador.....</i>	27
<i>Análisis FODA</i>	30
ESTRATEGIA DE INGRESO ADECUADO AL MERCADO Y EMPRESA	32
PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN	33
<i>Producto</i>	33
<i>Precio</i>	36
<i>Distribución.....</i>	37
<i>Promoción</i>	38
SECUENCIA DE EXPORTACIÓN	39
ANEXOS.....	50
FUENTES.....	59

INTRODUCCIÓN

El número de hogares que adoptan mascotas ha venido incrementándose en todo el mundo en los últimos años, debido a algunos factores relacionados con el ritmo de vida y la falta de tiempo que hace que muchas parejas opten por no tener hijos y también para aquellas personas que viven solas y buscan en los animales una compañía. Esto ha generado un cambio de perspectiva y una tendencia de “humanización de las mascotas” incrementándose la cantidad de dinero que las personas gastan en alimentos y productos que puedan mejorar la calidad de vida de los animales. Asimismo, existe una mayor consciencia sobre la salud de las mascotas, por lo que los consumidores tienden a preocuparse por los componentes de los alimentos y prefieren opciones saludables, naturales y orgánicas, al igual que lo hacen para ellos mismos.

A partir del caso de una empresa fabricante local con intenciones de involucrarse en la actividad exportadora, el presente informe tiene como objetivo analizar las tendencias del mercado de alimentos de mascotas en general, las características del mercado de destino en particular, y por otro, los costos, procedimientos y documentos necesarios a confeccionar para la exportación de alimentos para perros adultos a Colombia en presentaciones de 3 y 9 kilos.

ANÁLISIS DE MERCADO

Análisis del entorno internacional

El mercado global de alimentos para mascotas fue valuado en U\$S 90.000 millones en 2019 y se espera que crezca anualmente a una tasa de 4,6% desde el 2019 hasta el 2027, alcanzando los U\$S 127.000 millones (Fortune Business Insights). Sin dudas, representa un sector con grandes perspectivas, dado una tendencia de mayor empatía y predisposición a tener mascotas. En este sentido, es importante tener en cuenta que la creciente conciencia de los consumidores sobre los alimentos ha llegado también al mercado de las mascotas y actualmente, existe una tendencia a la adquisición de productos naturales y orgánicos.

En Latinoamérica, la industria es liderada por Brasil, México, Chile y, en el cuarto lugar, se encuentra Colombia, cuyo gasto en 'pet care', que agrupa tanto alimentos como productos (accesorios, salud y bienestar, suplementos y otros) se ha incrementado 63% en los últimos 5 años, según un estudio realizado por la agencia líder en estudios de mercado a nivel mundial Euromonitor

En Colombia desde hace tiempo los perros y gatos dejaron de ser vistos como animales para convertirse en parte de la familia. La relevancia que han ganado los animales de compañía para los hogares hizo que en 2019 estos productos ingresaran a la medición de la canasta familiar que realiza el Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE) e incluso que, ante la coyuntura de la pandemia del covid-19, las compañías que integran esta industria hayan adaptado sus canales de venta a un entorno que demanda más digitalización (Becerra Elejalde, 2020).

Según un estudio realizado por la agencia Pro Chile para el mercado colombiano, este crecimiento se debe por un lado, al incremento en los ingresos de los compradores y el continuo aumento en la tenencia de mascotas y por otro lado, principalmente a las tendencias del sector que se consolidaron con más fuerza como:

- Aumento en el número de familias que no desean tener hijos y optan por tener mascota (principalmente perro o gato).
- Humanización de las mascotas, donde se posicionan como un miembro más de la familia y por ende requieren productos más especializados para mejorar su calidad de vida.

- Incremento en la oferta de productos naturales que no afecten a largo plazo la salud de las mascotas.
- Interés por la compra de alimentos para mascotas a través del canal online, debido al acelerado ritmo de vida de los dueños de mascotas.

De acuerdo con datos de B&Optimos y la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco), 10 millones de perros y 4 millones de gatos domésticos son alimentados diariamente con concentrados. El 56% de sus dueños compra el alimento en los supermercados o grandes superficies; el 17% en tiendas; el 14% en almacenes especializados para mascotas; el 13% en graneros; y el 1% le da comida casera.

Si bien el mercado colombiano comenzó a sufrir desde finales de 2015 una desaceleración resultado de la mayor inflación en los últimos 15 años, caída en los precios internacionales de los commodities (principalmente del petróleo), reducción del gasto de los hogares, aumentos en las tasas de interés, devaluación del peso frente al dólar, entre otros, el sector de alimentos para mascotas no se ha visto afectado significativamente. Esto se debe a que los compradores prefieren buscar productos más económicos a tener que volver a producir alimentos caseros (Euromonitor International, 2016).

Otras categorías como los alimentos saludables y nutritivos, los servicios dedicados a la salud y el bienestar de la mascota y los productos complementarios como ropa y accesorios están presentando crecimientos y ventas significativas a nivel mundial. Pero en Colombia, estas tendencias se están imponiendo a un ritmo más lento, afirma Euromonitor Internacional.

Elección mercado de destino

La selección del mercado de destino se realizó teniendo en cuenta que Colombia forma parte de la ALADI (teniendo el producto una preferencia arancelaria del 100%) y por la cercanía cultural y geográfica, considerando que la empresa se está iniciando en la actividad exportadora. Asimismo, Colombia es el cuarto mercado consumidor de alimentos para mascotas en América Latina y en 2019 fue el tercer importador, luego de México y Chile (Trademap) y se vislumbran tendencias de crecimiento del sector en los próximos años.

Por otro lado, Colombia es un país con un sistema de gobierno democrático, con una localización privilegiada y estratégica en América Latina, dado que tiene puertos sobre el mar Caribe y el Océano Pacífico. Las previsiones de futuro macroeconómicas en Colombia son positivas. La opinión general de los expertos concuerda en que la economía se está reactivando, si bien es cierto que la mejora de las principales variables macroeconómicas está sucediendo a un ritmo inferior al que se tenía previsto (ICEX, 2020).

Por último, vale la pena destacar que es una economía abierta y con grandes oportunidades de acceso a los mercados internacionales gracias a la cantidad de Acuerdos Comerciales que otorgan preferencias arancelarias y garantizan las mejores condiciones para la comercialización de productos en mercados externos. Adicionalmente, cuenta con trámites de aduana ágiles, eficientes y modernos controlados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

Análisis del mercado colombiano

Colombia cuenta con una gran riqueza de recursos naturales y es actualmente uno de los principales destinos de inversión de la región, en gran parte por las oportunidades comerciales y la estabilidad jurídica que ofrece a sus inversores.

El crecimiento del PIB en Colombia ha sido en la última década significativamente superior al promedio mundial y, en los últimos años, el país se ha caracterizado por su estabilidad económica y por haber controlado de manera apropiada su índice de inflación. Recientemente, las principales calificadoras de riesgo han asignado a Colombia mejores índices de confianza (PROCOLOMBIA, 2019).

Principales indicadores económicos

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
PBI (miles de MM US\$)	381	293	283	312	333(p)	323(p)
Evolución del PBI (%)	4,4	3,1	2,0	1,8	2,7	3,6(p)
Exportaciones (MM US\$)	54.857	36.018	31.768	38.022	41.905	39.489
Importaciones (MM US\$)	64.029	54.058	44.889	46.071	51.231	52.703
Inflación (%)	3,66	6,77	5,75	4,09	3,18	3,50(p)
Desempleo (%)	9,1	8,9	9,2	9,3	9,6	10,5
Tasa de interés (%)	4,50	5,75	7,50	4,75	4,25	4,50(p)

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del DANE y del Banco de la República Colombia. (p) *proyección*

Producto Bruto Interno total: ha sido uno de las economías más dinámicas de Latinoamérica en la última década, impulsada básicamente por el boom de los precios internacionales de materias primas, como el petróleo y el café, y el incremento de la inversión extranjera directa (IED), factores que han propiciado que el nivel de pobreza alcance su mínimo histórico en el país.

Inflación: según el DANE, el índice de precios del consumidor para el 2018 fue de 3.18%, levemente por encima del rango meta. Con esto, la inflación anualizada mantuvo su corrección a la baja. Por grupos de gasto, lo que más influyó en el costo de vida de los colombianos durante el 2018, fueron los rubros de educación (6,38%), salud (4,33%), vivienda (4,13 %) y transporte (3,73%).

Nivel de empleo: la mayoría de la población se encuentra empleada en el sector informal, lo cual es consecuencia directa de los altos costos laborales. Empero, el Gobierno tiene planes ambiciosos de crear 2,4 millones de nuevas plazas de trabajo en el mediano plazo a través de medidas específicas como la reducción de impuestos sobre las planillas.

Comercio exterior

Según datos de la Asociación Nacional de Comercio Exterior (ANALDEX), en el 2019 se registró un decrecimiento de las exportaciones colombianas de -5,7%, comparado con el año

anterior. Esto se debió fundamentalmente al menor comercio de petróleo crudo, otras variedades de hulla, ferroníquel y vehículos de carretera.

Respecto a la composición de las exportaciones, el 18% representa Bienes Agropecuarios, alimentos y bebidas; el 56% Combustibles y productos de las industrias extractivas, el 21% Manufacturas y el 5% otros sectores.

Los principales productos exportados son café, flores, aceites crudos de petróleo, Hullas; briquetas, ovoides (combustibles sólidos) y los principales destinos de las exportaciones fueron Estados Unidos (36%), la Unión Europea (14%) y China (14%). En América Latina, Panamá y Ecuador son sus principales socios comerciales.

Respecto de las importaciones en 2019, se registró un incremento del 2,9% en el valor de las importaciones colombianas comparado con el 2018. El crecimiento se debe principalmente por la compra de petróleo, productos derivados del petróleo; vehículos de carretera; productos medicinales y farmacéuticos; y cereales y preparados de cereales.

Los principales países de los que Colombia importa bienes y servicios son Estados Unidos, China y México, representando más del 50% de las compras. En América Latina, México es el principal proveedor.

Moneda y tipo de cambio

La moneda oficial es el peso colombiano. La importancia del petróleo en la economía colombiana es tal que es el principal producto de exportación, y es por esta razón que el precio del dólar depende en gran medida del precio del petróleo.

Características del mercado

El mercado colombiano tiene particularidades que lo hacen atractivo como destino de las exportaciones. Colombia tiene un tamaño de mercado potencial grande pues es la tercera población más numerosa de Latinoamérica (48 millones de habitantes), no obstante, hay que tener en cuenta que aproximadamente el 33% de la población tiene un poder adquisitivo muy bajo, viviendo en la pobreza (ICEX, 2020)..

Si bien Bogotá es la ciudad de mayor número de habitantes (8 millones) y presenta los más altos niveles de gasto de consumo, cuenta con otras ciudades que tiene más de 1 millón de habitantes, como Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga habiéndose convertido en el polo de desarrollo para las regiones en las que están presentes, especializándose en industria particulares.

Régimen de Comercio Exterior y política comercial externa

El gobierno colombiano ha adoptado decisiones que tienden a modernizar el aparato productivo y a la vez proteger a sectores que consideran que deben tener un tratamiento especial. En tal sentido destacamos dos aspectos:

- Reforma al sistema arancelario: durante el año 2010 efectuaron una reforma al sistema arancelario buscando reducir el promedio y la dispersión de las tarifas, y simplificar la administración aduanera, pero además contribuir a la competitividad del aparato productivo, estimulando la producción de la industria y el crecimiento del agro. La mencionada reforma tuvo su primera etapa a finales de 2010 y el primer trimestre del 2011, dando como resultado una disminución del 3,7% en el arancel promedio, que bajó de 12,2% a 8,3%.

- Negociación de Acuerdos Comerciales: durante la última década Colombia adoptó una política de apertura al mundo a través de la negociación de acuerdos comerciales, buscando abrir oportunidades para sus productos y servicios, diversificar su canasta exportadora y el destino de las ventas que realizaban en el exterior (PROCHILE, 2018).

En este sentido, ha suscrito 18 Acuerdos Comerciales que abarcan más de 64 países, de los cuales 16 se encuentran en vigencia, lo que amplía el mercado potencial para empresas instaladas en Colombia. Dicho conjunto de acuerdos comerciales, que incluyen a sus principales socios comerciales, dan lugar a que las preferencias arancelarias dejen de ser el factor más relevante para un importador al buscar un producto, dándole mayor relevancia al valor agregado que les pueden ofrecer (ej.: tiempo de respuesta a las solicitudes, facilidades en la logística, compromiso con la promoción del producto, entre otras).

En el ámbito latinoamericano, el desarrollo de su política de integración regional se ha dado en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), la Comunidad Andina (CAN) y la Alianza del Pacífico.

Colombia, como signatario del Acuerdo de la OMC, tiene una legislación en materia de comercio exterior basada en la libertad de comercio y para efectos del establecimiento de aranceles y otras medidas de comercio exterior, utiliza la Nomenclatura Arancelaria del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías aprobado por la Organización Mundial de Aduanas, hoy recogido en el decreto 2153 de 2016, con sus modificaciones.

En materia de aranceles, las tarifas oscilan, de forma general, entre 0%, 5%, 10% y 15%. En algunos casos específicos, como, por ejemplo, productos agrícolas o vehículos, estas

tarifas pueden ser mayores. Las importaciones están también gravadas con el impuesto al valor agregado (IVA), cuya tarifa actual es, en general, del 19%.

Respecto de los procedimientos de comercio exterior, en general, la importación de bienes a Colombia es libre, es decir, que no se requiere de autorizaciones previas al control aduanero, excepto para algunos bienes especialmente sensibles. Sin embargo, en determinados casos se requiere de vistos buenos o aprobaciones de algunos organismos del Estado, a efectos de garantizar que se cumplan normas internas de protección al consumidor al importarse alimentos, vegetales y equipos eléctricos. Una vez que el requisito se ha cumplido de manera general, para cada importación se realiza una verificación también por vía electrónica a través de la “Ventanilla Única de Comercio Exterior”, completando el formulario “Registro de Importación” para que internamente el sistema dirija la solicitud de verificación de visto bueno a la entidad competente; este proceso se surte en menos de un día (PROCOLOMBIA, 2019).

La Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) fue creada en el año 2004, a través del decreto 4149, para armonizar los requisitos, trámites y documentos exigidos por las entidades que intervienen en las operaciones de importación y exportación, generando reducción de tiempos de respuesta y costos, e incrementando la competitividad de las empresas colombianas. La VUCE cuenta con 21 entidades adscritas, 62.000 usuarios registrados y 4,5 millones de operaciones.

Régimen cambiario

Colombia tiene un régimen de cambios internacionales regulado, en el cual el Banco de la República ejerce la función de autoridad reguladora, mientras que la Superintendencia de Sociedades y la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) son las entidades encargadas de vigilar su cumplimiento, dependiendo de la operación de la que se trate y, por lo tanto, de imponer las sanciones derivadas de su incumplimiento

Es de destacar que existe libertad de negociación de divisas y libre convertibilidad de la moneda. La regulación cambiaria establece procedimientos y obligaciones de reporte para obtener estadísticas sobre la entrada y salida de divisas del país pero no tiene características restrictivas.

En el caso de las importaciones de bienes existe control y obligación de canalización de divisas a través del mercado cambiario (esto es, a través de los intermediarios del mercado

cambiario o mediante una cuenta de compensación del titular de la operación). El importador debe girar al exterior las divisas correspondientes al pago de la importación, previo el diligenciamiento del formulario “Declaración de Cambio” o el Formulario No. 10 “Registro, Informe de Movimientos y/o Cancelación Cuenta de Compensación” cuando la operación se canalice a través de cuentas de compensación (Banco de la República Colombia). Estos reportes ante el Banco de la República, en los cuales se presentan datos mínimos (información sobre el monto, características y demás condiciones de la operación de cambio), son al sólo efecto de que dicho organismo pueda hacer un seguimiento de la balanza cambiaria.

Vale la pena señalar que en materia cambiaria, es posible realizar pagos anticipados por concepto de importaciones, cuando las divisas son canalizadas a través del mercado cambiario antes del embarque de la mercancía; y financiar importaciones después de embarque, sin la necesidad de que dichos créditos o financiaciones sean informados al Banco de la República, como operaciones de endeudamiento externo (PROCOLOMBIA, 2019).

Entorno para inversiones extranjeras

Marco regulatorio

El ordenamiento jurídico colombiano basa su régimen de inversiones extranjeras sobre los siguientes principios básicos (PROCOLOMBIA, 2019):

- 1) *Igualdad en el trato*: la Constitución Política de Colombia establece que los extranjeros y los nacionales gozarán de los mismos derechos y garantías, salvo limitadas restricciones (según el índice de restricciones a la IED de la OCDE, Colombia se encuentra por debajo del promedio de limitaciones que aplican los países OCDE y no OCDE a las inversiones extranjeras).
- 2) *Universalidad*: la inversión extranjera es permitida en todos los sectores de la economía, salvo: i) actividades de defensa y seguridad nacional; ii) procesamiento, disposición y desecho de basuras tóxicas, peligrosas o radiactivas, no producidas en el país.
- 3) *Automaticidad*: la inversión de capital extranjero en Colombia no requiere autorización previa, excepto en los sectores asegurador y financiero, minero e hidrocarburos, en los que se requiere autorización o reconocimiento previo por parte de las autoridades nacionales correspondientes (ej: la Superintendencia Financiera de Colombia, o Ministerio de Minas y Energía). La IED debe

registrarse ante el Banco de la República para fines estadísticos. Esto garantiza al inversionista ciertos derechos cambiarios, entre los que se destaca el retorno de la inversión y de las utilidades de la misma, así como la posibilidad de reinvertir.

- 4) *Estabilidad*: las condiciones para el reembolso de la inversión y para la remisión de las utilidades asociadas a la misma que estuvieren vigentes en la fecha de registro de la inversión extranjera no podrán ser modificadas de manera que afecten desfavorablemente al inversionista. Excepto cuando las reservas internacionales sean inferiores a tres meses de importaciones.

Acuerdos Internacionales de Inversión

Con el objetivo de crear y mantener condiciones favorables para los inversionistas de otros Estados dentro del territorio colombiano, se ha implementado una política de negociación y celebración de Acuerdos Internacionales de Inversión (AII) de los cuales hacen parte los Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI), así como los Tratados de Libre Comercio (TLC) que contienen capítulos de inversión.

Este tipo de acuerdos pretenden la creación de un marco jurídico justo y transparente con reglas claras y previsibles de protección a la Inversión Extranjera Directa (IED) para inversionistas extranjeros en Colombia y para inversionistas colombianos en el exterior de manera de reducir el riesgo no comercial del inversionista (riesgo político).

En general, en los AII suscritos por Colombia se encuentran los siguientes tipos de cláusulas:

- *Protección de las inversiones internacionales*: incluyen los compromisos que asumen los Estados en materia de protección y tratamiento de las inversiones extranjeras: **Trato nacional**; **Trato de nación más favorecida** (otorgamiento por parte de un Estado parte del tratado a los inversionistas de otro Estado parte y a sus inversiones un trato no menos favorable que el que conceda a los inversionistas de un tercer Estado); **Nivel mínimo de trato** (tratamiento a las inversiones no arbitrario, no intempestivo y ajustado al debido proceso legal); **Prohibición de expropiación sin compensación** (a menos que se realice por motivos de utilidad pública o interés social, de manera no discriminatoria, de conformidad con el debido proceso y mediante el pago de una compensación o indemnización pronta, adecuada y efectiva) y **Libre transferencia** (el Estado garantiza para las inversiones e inversionistas del

otro Estado que es parte del tratado la libertad para realizar las transferencias; ingresar o sacar del país sus inversiones, utilidades o rentas producidas por la inversión, el producto de la venta o liquidación de la misma, o la indemnización o compensación percibida por una expropiación o cualquier otro tipo de indemnizaciones. Esto siempre que se cumpla con el ordenamiento jurídico interno, reservando las potestades del Estado para establecer restricciones a las transferencias en caso de desequilibrio grave en la balanza de pagos, serias dificultades macroeconómicas o la amenaza de los mismos).

• Solución de controversias por incumplimiento de los compromisos adquiridos en un AI:

los AIs contienen mecanismos jurídicos para la solución de controversias que puedan surgir entre los inversionistas extranjeros y el Estado colombiano. Incluyen la posibilidad del inversionista de demandar al Estado ante tribunales internacionales de arbitraje cuando considere que se ha violado alguno de los compromisos asumidos por los Estados mediante estos acuerdos.

Actualmente, Colombia tiene en vigencia 16 Acuerdos Internacionales de Inversión con México, Chile, Triángulo Norte (Guatemala, Honduras y El Salvador), los Estados AELC (EFTA), Canadá, Estados Unidos, España, Suiza, Perú, China, India, Reino Unido e Irlanda del Norte, Japón, Corea del Sur, Costa Rica y Alianza del Pacífico. Asimismo, tiene 7 acuerdos suscriptos pero que aún están en proceso de aprobación con Panamá, Israel, Francia, Singapur, Turquía, Brasil y Emiratos Árabes Unidos (PROCOLOMBIA, 2019).

Por otro lado, ha celebrado también acuerdos internacionales tendientes a evitar que el inversionista sea gravado fiscalmente dos veces a través de los Acuerdos para evitar la Doble Tributación (ADT). Estos funcionan como un instrumento de atracción de inversión extranjera y de promoción de la inversión de colombianos en el exterior, en la medida en que representan algunos beneficios tales como estabilidad tributaria sobre las condiciones mínimas de operación entre residentes fiscales de dos países particulares; reducción de la carga tributaria efectiva consolidada, acceso a tasas de retención reducidas y la posibilidad de exonerar un ingreso determinado de tributación, por lo general en el país de la fuente, en la medida en que no exista una presencia suficiente en dicho país por parte de la compañía del exterior. En la evaluación realizada por los inversionistas, además de incluir la expectativa de retorno de la inversión y del riesgo, el impacto tributario juega un papel preponderante. Por ello, el régimen tributario, y en particular los ADT, se convierten en aspectos decisivos a la hora de escoger los potenciales destinos de inversión (PROCOLOMBIA, 2019).

Se encuentran en vigencia 16 ADT con la Comunidad Andina de Naciones (CAN), países de la Alianza del Pacífico, Japón, España, Suiza, Canadá, México, Corea del Sur, Portugal, India, República Checa, Francia, Reino Unido, Emiratos Árabes, Italia. Adicionalmente tiene suscritos convenios para evitar la doble tributación sobre las rentas y patrimonio derivado del ejercicio del transporte y/o navegación marítima y/o aérea con Alemania, Argentina, Brasil, Chile, Estados Unidos, Francia, Italia, Panamá y Venezuela (PROCOLOMBIA, 2019).

Régimen corporativo

Entre las características más importantes del régimen corporativo en Colombia se puede destacar la estabilidad y seguridad jurídica, y que cuenta con una legislación estable que se ha modernizado en el tiempo.

Todo inversionista que pretenda desarrollar sus negocios en Colombia de manera permanente deberá constituir un vehículo legal como una sociedad o una sucursal de sociedad extranjera. De cualquier manera, la legislación mercantil colombiana es flexible y moderna en materia societaria, permitiendo la constitución de vehículos de inversión unipersonales donde la responsabilidad del accionista único se limita al monto de su respectivo aporte.

Para el desarrollo de negocios en Colombia por parte de un inversionista extranjero no se requiere contar con un socio o un inversionista local. Salvo algunas excepciones, la totalidad del capital de las sociedades puede ser extranjero y no existen restricciones para su repatriación. Por último, el trámite legal de incorporación de un vehículo legal es sencillo y expedito, y no requiere de autorización gubernamental (PROCOLOMBIA, 2019).

Entorno social y cultural

Cultura de Negocios

En Colombia, como en la mayoría de países de América Latina, las relaciones personales son muy valoradas. Es usual que primero se busque conocer a la persona o cliente antes de hacer negocios ya que es con la persona, no con la empresa, con quien se espera mantener el contacto.

La toma de decisiones se realiza de forma muy jerárquica, por lo que se recomienda que en las reuniones de negocios siempre se involucre al responsable directo de las decisiones, los

cuales pueden ser los gerentes generales, gerentes comerciales y/o de logística (Ministerio de Comercio exterior y Turismo de Perú, 2016).

El proceso de negociación suele ser largo y difícil, por lo que se debe evitar cambios en el equipo de negociación ya que complicaría el proceso a seguir. En general, el empresario colombiano es adverso al riesgo, tal vez es una característica heredada de las muchas décadas en las que el mercado estuvo protegido del ingreso de productos extranjeros, y que lleva a que las decisiones requieran mayor tiempo de análisis (PROCHILE, 2018).

Existe mucho interés en la innovación ya que la apertura al mundo es reciente y ha generado entre los empresarios locales la necesidad de competir con empresas multinacionales, lo cual los ha llevado a la búsqueda constante de elementos que apoyen su gestión (PROCHILE, 2018).

Respecto al uso del idioma, es necesario recordar que Colombia es uno de los países que mejor conserva el lenguaje y el protocolo de la España tradicional. En lo posible se debe crear un ambiente de confianza en donde las negociaciones se puedan desarrollar de una manera cordial.

Se recomienda, como temas de conversación, mencionar ciertos aspectos de la historia del país (bicentenario, figura del Libertador Simón Bolívar), la literatura (Nobel Gabriel García Márquez) y el turismo (Cartagena de Indias). Se debe evitar realizar comentarios sobre política local.

Estrategias de negociación

La estrategia a aplicar debe tener una mirada de mediano y largo plazo, que permita aprovechar las posibilidades que ofrece. Es recomendable ofrecer un servicio diferenciado, aspecto que es altamente valorado por las empresas locales, las cuales se están viendo enfrentadas a nuevos retos competitivos, lo que las lleva a pensar en socios estratégicos con los cuales crecer.

En el caso de exportaciones, la estrategia más utilizada es la de asociarse con una empresa local. Para reducir el tiempo de aprendizaje y aprovechar las redes de contactos que ya tiene el aliado local. Es importante resaltar que es relevante conocer con el mayor detalle posible al posible socio local, para evitar posteriormente riesgos reputacionales (PROCHILE, 2018).

Como Colombia se caracteriza por contar con múltiples polos de desarrollo, se recomienda trabajar con importadores diferentes para cada región del país (PROCHILE, 2018).

Tendencia del consumidor

Colombia continúa experimentando un fuerte crecimiento en el número total de hogares debido a sus positivos indicadores demográficos y al incremento de los estándares de calidad de vida. Aunque las casas siguen siendo más populares que los departamentos, el tamaño de las familias se ha reducido. Los jefes de hogar son predominantemente de sexo masculino (66%) pero esta situación está cambiando sostenidamente con el mayor acceso de las mujeres a oportunidades académicas y laborales.

Por otro lado, la proporción del gasto no discrecional (alimentos, bebidas no alcohólicas y vivienda) en Colombia es menor que los promedios globales y regionales debido, principalmente, a los costos relativamente bajos de vivienda. Esto repercute en la mayor disponibilidad de poder adquisitivo para gastos no esenciales, lo cual está ligado también con el incremento del ingreso disponible en los últimos cinco años.

Infraestructura

Colombia cuenta con una ubicación territorial privilegiada debido a que está situada en un punto estratégico de actividad marítima, en primera instancia por su cercanía al Canal de Panamá y en segunda porque tiene la conexión fluvial con el Océano Atlántico. Dicha ubicación geoestratégica, sumada al proceso de privatización del sistema portuario colombiano, iniciado en los años noventa, y a constantes avances en infraestructura y logística, han consolidado a los puertos nacionales como terminales eficientes y competitivas. Actualmente, cuenta con diez puertos marítimos, ocho de ellos en la Costa Atlántica y dos en la Costa Pacífica.

A su vez, el Aeropuerto “El Dorado”, ubicado en la ciudad de Bogotá, es el primer aeropuerto de Latinoamérica en volumen de carga, el tercero en volumen de pasajeros y es un importante HUB en Sudamérica por su ubicación en la parte media del continente, facilitando las conexiones.

El sector de alimentos para mascotas en Colombia

Producción

Según la Cámara de la Industria de Alimentos Balanceados de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), la producción de alimentos balanceados para Colombia tuvo un incremento del 130% entre el año 2009 y 2014. La Directora Ejecutiva indicó que “la producción nacional de alimentos para mascotas ha venido creciendo significativamente, reportando un crecimiento promedio de 18% en los últimos cinco años. Al cierre de 2014, se estimó una producción cercana a las 255.000 toneladas” (Lozano, 2014).

En el ámbito nacional, las empresas que lideran la producción y comercialización de alimentos para mascotas son Nestlé, con su familia de marcas Purina Dog Chow; luego Contegral Bogotá, con Ringo y Mirringo; y después Mars, con Pedigree y Whiskas, según información extractada del diario La República, en 2016 estas tres firmas concentraban el 60,1% del mercado.

Importaciones

La importación de alimentos para mascotas en Colombia también se ha visto incrementada en los últimos años. Según datos de Trademap, el país pasó de importar 15.600 toneladas (equivalentes a US\$32.367) en 2015 a 29.100 (US\$50.763) en 2019.

Se puede observar que las importaciones de alimentos para mascotas provienen principalmente de Estados Unidos, cuyos productos son importados por algunos de los principales actores del mercado. Sin embargo, vale destacar los aumentos en la importación de estos productos desde Brasil, quienes se están posicionando en el mercado local de la mano de productos de calidad superior/premium a precios más competitivos respecto de otras marcas importadas y de las de producción nacional. Y en tercer lugar se encuentra Argentina como proveedor de dicho productos.

Ventas

El mercado de las mascotas se ha diversificado principalmente en segmentos relacionados con alimentos, servicios y accesorios. El segmento de alimentos es el de mayor relevancia en el gasto destinado por los hogares para el cuidado de sus animales de compañía. Poco a poco se ha reemplazado el hábito de alimentarlos con las sobras.

La información acerca de las ventas de alimentos para mascotas evidencia aumentos en todos los ítems para el año 2016, especialmente en Alimentos para Perros y Gatos con 11,6% y Alimentos para Mascotas 11,2% (incluye otros alimentos domésticos):

Tabla Ventas 'Cuidados para Mascotas' por Categoría: Valores 2011-2016.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alimento para perros y gatos	583.3	6632.3	722.8	811.7	909.3	1014.8
Otros alimentos para mascotas	43.1	45.7	48.0	50.9	53.6	56.2
Alimento para Mascotas	626.3	678.0	770.8	862.6	962.9	1071.0
Arena para Gato	1.3	1.4	1.4	1.6	1.7	1.8
Salud y bienestar para Mascotas	2.8	3.0	3.1	3.3	3.5	3.7
Suplementos Dietarios para Mascotas	1.8	1.8	1.9	2.0	2.1	2.2
Otros productos para Mascotas	3.7	3.8	6.2	7.1	7.9	8.6
Productos para Mascotas	9.6	9.9	12.7	14.0	15.1	16.3
Cuidados para Mascotas	635.9	688	783.5	876.6	978.0	1087.3

* Cifras expresadas en Miles de Millones de Pesos.

Fuente: Pro Chile de Euromonitor International a partir de estadísticas oficiales, asociaciones comerciales, prensa especializada, investigación de empresas, cheques de tiendas, entrevistas comerciales, fuentes comerciales.

Centros de consumo y estacionalidad de demanda

Los alimentos para mascotas no tienen como tal una estacionalidad en la demanda, en la actualidad han entrado a hacer parte de la canasta familiar y se consume por lo general mensualmente.

En cuanto a los principales centros de venta donde se comercializan los productos de 'Cuidados para Mascotas', se puede identificar que se concentran principalmente en las grandes superficies y cadenas de retail:

Tabla Distribución de canales de venta de 'Cuidados para Mascotas': % en Retail

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Tiendas de Ventas al Por Menor	86.2	86.2	87.5	87.6	87.7	87.8
- Tiendas de Comestibles	59.9	60.8	61.1	61.2	61.5	61.8
--- Tiendas Modernas de Comestibles	51.3	51.7	51.2	51.2	51.3	51.4
--- Hipermercados	22.5	24.1	25.0	25.2	25.4	25.7
--- Supermercados	28.8	27.5	26.1	26.0	25.9	25.7
--- Tiendas de Comestibles Tradicionales	8.6	9.1	10.0	10.0	10.2	10.4
--- Tiendas de Comestibles Independientes	8.6	9.1	10.0	10.0	10.2	10.4
- Tiendas Especializadas	26.4	25.5	26.3	26.4	26.2	26.0
--- Supertiendas para mascotas	-	3.4	7.4	8.0	8.1	8.1
--- Tiendas de Mascotas	23.5	19.0	16.3	15.9	15.8	15.8
--- Otras Tiendas Especializadas	2.9	3.1	2.6	2.5	2.3	2.1
Canales diferentes al Retail	13.8	13.8	12.5	12.4	12.3	12.2
- Clínicas Veterinarias	13.8	13.8	12.5	12.4	12.3	12.2

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Euromonitor International a partir de estadísticas oficiales, asociaciones comerciales, prensa especializada, investigación de empresas, cheques de tiendas, entrevistas comerciales, fuentes comerciales.

Canales de distribución

Identificación de los principales actores en cada canal

Los alimentos para mascotas se comercializan según su precio y calidad, de tal forma que los productos masivos y de precio más asequible se encuentran en el formato retail, mientras que los productos especializados, Premium o naturales se distribuyen en tiendas especializadas o veterinarias.

Por otro lado, el mercado de alimentos para mascotas se divide entre las empresas que actúan como importadores y distribuidores, y las empresas que son productoras y distribuyen sus productos a grandes tiendas y retail.

Algunas de las principales marcas en el mercado local a continuación, distribuidas aleatoriamente:

EMPRESA	MARCAS	Página Web
Alimentos Polar	Dogourmet	www.empresapolar.com
	Super Can	
Nestlé	Purina Pro Plan	www.proplan.com.co
	Purina Dog Chow	
	Purina Cat Chow	
	Purina Felix	
	Purina Excellent	
Italcol	Agility Gold	www.italcol.com
	Natural Bites	
	Chunky	
	Tuffy	
	Italcan Plus	
	Deli	
El Galpon	A.P.A	www.concentradoselgalpon.com
	Mr. Can	
	Select Cats	
Nutrion	Nutrion	www.nutrion.com.co
Pedigree	Pedigree	www.pedigree.com.co
Mars Incorporated	Royal Canin	www.royalcanin.es
Eukanuba	Eukanuba	www.eukanuba.es
Finca Contegral	Finca Contegral	Sin Página Web
Cresta Roja	Concentrados Cresta Roja	Sin Página Web
Gabrica	Science Diet	www.gabrica.com.co
CIPA	CIPA CAN	www.cipa.com.co
	CIPA CAT	
Solla	Nutrecan	www.sollamascotas.com
	Sabueso	
	Q-ida Can	
	Nutrecat	
	Smart	
	Q-ida Cat	
Jaramillo Pets	Taste of The Wild	www.jarapets.com.co
	Diamond Naturals	
	Nutra Nuggets	
	Country Value	
CEBA	CEBA	www.ceba.com.co

Fuente: Pro Chile

Posicionamiento del producto

Los principales canales de comercialización para estos productos son las grandes superficies, junto a las tiendas y almacenes especializados, y para cada caso el posicionamiento del producto es diferente (Dinero.com, 2015).

En el canal más utilizado, la comida para perros se convierte en un producto-destino, ya que los compradores llegan con la idea de adquirirlo y no hacen la compra por impulso. En

estos establecimientos, se busca crear la necesidad de llevar productos de mayor valor a través de la disposición en la góndola, pero también se caracterizan por tener variedad de marcas y presentaciones, para que el cliente siempre encuentre una buena opción.

En el caso de los almacenes de barrio, el producto también se convierte en un producto-destino pero en este caso la compra se hace por la urgencia de contar con el producto. Teniendo en cuenta la motivación del comprador y la disponibilidad de espacio, los tenderos tienen pocas opciones de producto y en general lo que ofrecen está en rangos de precios bajos.

Por último, están los almacenes especializados, en los que la motivación de la compra es adquirir productos de alta calidad, para lo cual distribuyen productos importados y productos nacionales de alto precio y valor agregado.

Por otra parte, se han desarrollado nuevos formatos como PetGourmet (www.petgourmet.com.co) panadería especializada para mascotas o Waw Waw (www.wawaw.co) con productos más especializados en accesorios, juguetes y algunos alimentos (Candy Bar para mascotas).

En cuanto a la distribución online, se ha destacado que es un importante canal de ventas teniendo en cuenta los cambios en el ritmo de vida, la difícil movilización urbana y en algunos casos la dificultad para transportar los alimentos para mascotas en formato de más de 10 kg.

Se han introducido muchas tiendas de mascotas en línea y han sido muy bien recibidos por las personas que trabajan a tiempo completo no tienen tiempo para pasar de ir a comprar comida para sus mascotas. Además, algunas marcas de cuidado de mascotas no están disponibles en todas las ciudades de Colombia, por lo que los consumidores pueden ordenar en línea y obtener el producto en unos pocos días. También los supermercados de cadena como Éxito, Makro y La 14 están vendiendo productos para mascotas en línea (Euromonitor International, 2015).

Un ejemplo de esto es “Ciudad de Mascotas”, un portal de Internet que comercializa productos para perros y gatos, nació como un emprendimiento en enero de 2013 y actualmente tiene más de 40.000 personas registradas y más de 6.000 clientes recurrentes. La empresa factura al año \$1.000 millones, cifra que se ha duplicado, pues en el primer año en el mercado obtuvo la mitad en ventas. La categoría de alimentos representa para el negocio casi el 70% de lo que venden (Dinero.com, 2015).

Condiciones de acceso al mercado

Acuerdos Comerciales

La relación comercial entre Argentina y Colombia se rige por el Acuerdo de Complementación Económica entre la CAN y el MERCOSUR (ACE N° 59) suscrito en octubre de 2004, y vigente para Argentina y Colombia desde febrero de 2005. Este acuerdo, que tiene por objeto la creación de un espacio económico ampliado, prevé la conformación de un área de libre comercio a través de desgravaciones arancelarias bilaterales entre los países de ambos esquemas de integración.

Posteriormente, se suscribió el Acuerdo de Complementación Económica N° 72 entre los Estados Partes del Mercosur y el Gobierno de la República de Colombia, que mantiene vigentes las preferencias arancelarias concedidas oportunamente en el ACE 59 y las condiciones de acceso de los bienes originarios de las partes del acuerdo e incorpora mayores preferencias para algunos productos. Para Argentina entró en vigor el 20 de diciembre de 2017.

Medidas arancelarias

La entidad gubernamental encargada de la administración y control del debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias es la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN; quien establece los aranceles, preferencias y otros impuestos que gravan las importaciones en Colombia.

Para la importación desde Colombia de alimentos para mascotas se considera las siguientes partidas arancelarias:

Sistema armonizado: [23.09.10] ALIMENTOS PARA PERROS O GATOS ACONDICIONADOS PARA LA VENTA AL POR MENOR

Código nomenclatura Colombia: **[23.09.10.90] LOS DEMAS ALIMENTOS PARA PERROS O GATOS- ACONDICIONADOS PARA LA VENTA AL POR MENOR**

Sección IV

Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados

Capítulo 23

Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales

Partida 2309	Preparaciones de los tipos utilizados para la alimentación de los animales.
2309.10	- Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor:
2309.10.90	- - Los demás

Según datos obtenidos del CIVUCE, el **arancel de importación** para esta posición arancelaria es del **20%** pero Argentina tiene una **preferencia arancelaria del 100%** acordada en el marco del ACE N° 72.

Medidas no arancelarias

Para el ingreso de alimentos para mascotas al mercado colombiano se debe tramitar los requisitos exigidos por el Instituto Colombiano Agropecuario ICA, los cuales están dispuestos en la Circular 37 del 29/12/2016 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Documento-Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde
Concepto de Insumos - Instituto Colombiano Agropecuario	PREVIO	Opcional	NO	01/01/2017
Documento Zoosanitario de Importación - Instituto Colombiano Agropecuario	PREVIO	Opcional	NO	01/01/2017
Licencia o Registro de Venta - Instituto Colombiano Agropecuario	PREVIO	Opcional	NO	01/01/2017

Fuente: DIAN – Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales.

Según la Resolución 1056 DE 1996 del ICA – Instituto Colombiano Agropecuario, “Toda persona natural o jurídica que se dedique a la producción, importación, producción por contrato o el control de calidad de Insumos Pecuarios, deberá registrarse en el Instituto Colombiano Agropecuario ICA”.

A efectos de la resolución se incluye en la definición de insumo pecuario, entre otros productos, a los alimentos y aditivos para animales.

Para obtener el registro como importador de insumos pecuarios, el representante legal deberá presentar solicitud ante el ICA con la siguiente información y documentos: a. Nombre o razón social y dirección de la oficina y depósito; b. Certificado de la Cámara de Comercio sobre existencia y representación legal de la Sociedad si se trata de persona jurídica, o certificado de Matrícula Mercantil si es persona natural, expedidos con fecha no anterior a noventa (90) días de la fecha de presentación de la solicitud ante el ICA; c. Certificado o Patente de Sanidad o documento equivalente vigente expedido por la autoridad de Salud o el ente en quien esta delegue; d. Especificar el tipo de productos a importar; e. Contar con bodegas o depósitos de almacenamiento apropiados para mantener los productos y/o materias primas en la forma más adecuada de conservación. En caso de importación de productos biológicos se debe disponer de un sistema de refrigeración o congelación para la conservación de los mismos. Si las bodegas o depósitos no son de propiedad del solicitante, se debe presentar contrato de arrendamiento o certificación de un almacén general de depósito firmada por el representante legal en que conste la prestación del servicio; f. Recibo de pago expedido por el ICA de acuerdo con las tarifas vigentes.

La titularidad de registro de productos llevará implícita la autorización para importar productos terminados para los cuales obtenga registro y las materias primas utilizadas en la producción y que aparezcan en la composición consignada en el registro respectivo.

La importación de medicamentos, productos naturales, productos biológicos, alimentos o materias primas para su elaboración, estará sujeta a lo dispuesto al respecto en la Resolución del ICA por la cual se dictan disposiciones en materia de importación y exportación de los mismos que a la fecha se encuentre vigente.

Requerimientos y normativas de importación

Para la comercialización de Insumos Pecuarios en el país, se requiere que hayan sido registrados previamente en el ICA.

Para obtener el registro de los productos, el interesado deberá presentar la solicitud para cada producto por separado ante el ICA, incluyendo la siguiente información y documentos: a. Nombre o razón social del solicitante; b. Dirección de la oficina, planta de producción, bodega o depósito; c. Nombre con el cual se comercializará el producto; d. Composición garantizada

completa (ingredientes activos, auxiliares o excipientes) en unidades del sistema métrico decimal. En el caso de alimentos, incluir la composición garantizada con los límites máximos expresados en porcentaje en peso para humedad, fibra, cenizas y equivalente proteico del nitrógeno no proteico (NNP), y límite mínimo para proteína y grasa; e. Indicación específica o propósito del producto, vías de administración y especies animales para los cuales se indica, dosis o cantidad a suministrar por animal en el caso de alimentos, en la unidad correspondiente para cada uno de los ingredientes activos por kilogramo(s) de peso vivo y la dosis correspondiente del producto terminado en mililitros o miligramos por Kg(s) de peso vivo o animal, para medicamentos; g. Descripción completa de las características de los empaques, envases, tipo de cierre o sellado y contenidos netos; i. Descripción completa del método de elaboración del producto; j. Descripción completa del método de análisis cualitativo y cuantitativo bien sea físico, químico o biológico que el producto requiera; l. Proyecto de rotulado completo (caja, etiqueta e inserto si lo lleva), por duplicado y conforme a lo indicado en los Artículos 32º, 33º, 34º, 35º, 36º, 37º y 38º de esta Resolución; n. La solicitud de registro deberá estar firmada por el representante legal de la empresa. Los documentos de orden técnico tales como métodos de elaboración y análisis, fórmula cualicuantitativa, rotulado y demás de esta índole deberán estar firmados por el Director Técnico y el Director Científico de la firma, o el Asesor Técnico de la misma, según corresponda; o. Para los productos no elaborados en el país se deberá anexar a la solicitud, certificado de libre venta en el país de origen, expedido por autoridad gubernamental competente, con fecha de expedición no mayor de seis meses a la solicitud de registro, o justificación oficial que explique el motivo por el cual no está registrado. Este certificado deberá consignar la fórmula cualicuantitativa completa y estar autenticado por el Consulado Colombiano que corresponda. Además deberá remitirse certificación oficial del país de origen en donde se haga constar que la planta o laboratorio productor cumple con las Buenas Prácticas de Manufactura o Normas Técnicas de Fabricación, según el caso. Cuando la solicitud de registro no sea hecha a través de una filial, subsidiaria o similar en el país del titular del registro, se deberá anexar una autorización del mismo, para que a través de un representante inscrito en la Cámara de Comercio, se gestione el trámite de registro correspondiente. Esta autorización deberá estar autenticada por el Consulado Colombiano que corresponda. En estos casos el registro se otorgará a nombre del titular del registro en el extranjero. Si hubiere filiales o subsidiarias en Colombia, tal condición debe ser debidamente acreditada para expedir el registro a nombre de las mismas si así es solicitado; p. Certificado de la Superintendencia de Industria y Comercio que permita establecer si la marca o nombre

comercial del producto está o no registrado y en caso afirmativo quién es el titular, o si la misma se encuentra en trámite de registro y a nombre de quién.

Los requisitos para el etiquetado de alimentos para mascotas se encuentran dispuestos en la Resolución 1056 de 1996 del ICA, en la cual se expone que: La etiqueta deberá llevar como mínimo la siguiente información:

- a. Razón social del titular del Registro.
- b. Nombre del producto.
- c. Composición garantizada consignando el nombre genérico de los ingredientes activos y su concentración en la fórmula. Se aceptará que figuren los nombres químicos sólo cuando no existen nombres genéricos. En la presentación de la fórmula o composición garantizada de los medicamentos, productos naturales, biológicos o alimentos, la concentración de los ingredientes se deberán expresar, utilizando según corresponda, el sistema métrico decimal o en unidades internacionales, en la siguiente forma: en los alimentos la composición garantizada deberá estar expresada en porcentaje o en unidades del sistema métrico decimal, según la clase de alimento.
- d. Contenido neto, utilizando el sistema métrico decimal.
- e. Número del lote de fabricación, expresado en sistema numérico o alfa numérico.
- f. Fecha de expiración o vencimiento de todos los Insumos Pecuarios excepto los alimentos completos, concentrados o núcleos y sales mineralizadas. El período de validez dependerá del tipo de producto y resultados de estabilidad, pero en ningún caso será superior a cinco (5) años, contados a partir de la fecha de su elaboración.
- g. Cuando se trate de un producto elaborado por terceros, deberá figurar la razón social del laboratorio o empresa fabricante así: Elaborado por (razón social del laboratorio fabricante), Para (razón social del titular del registro del producto).
- h. Número del registro ICA impreso.

Las etiquetas de los alimentos para animales además de lo dispuesto en el presente artículo, deberán llevar la siguiente información: indicaciones o recomendaciones para su uso, especie animal y etapa productiva para la cual se indica, cantidad a suministrar y forma de uso.

La etiqueta podrá estar impresa sobre el empaque o en tarjeta para cada cara del mismo, con un tamaño mínimo de 10 por 20 cm., adheridas por un proceso que garantice su permanencia en el empaque.

Documentación necesaria para nacionalizar la mercadería

Cuando se trate de importaciones cuyos montos sean superiores a mil dólares americanos (USD 1.000), se debe contratar los servicios de una Agencia de Aduanas, para que realice este proceso.

Para el levante o retiro de la mercancía, una vez cancelados los impuestos de importación, debe dirigirse al Depósito Habilitado de Aduanas donde se encuentre la mercancía y presentar los siguientes documentos, los cuales serán revisados por un funcionario de la aduana respectiva y que deberán conservarse por un término de cinco años como mínimo:

Factura comercial	Lista de Empaque
Registro o Licencia de Importación, si se requiere.	Certificado de Origen (Según el producto y el Origen)
Declaración de Importación	Documento de Transporte (Guía Aérea – Conocimiento de Embarque)
Declaración Andina del Valor en Aduana, Si se requiere	Otros certificados o vistos buenos, si se requieren.

El sistema informático aduanero determina si podrá efectuarse levante automático o si se requiere inspección física de la mercancía. En el primer caso, podrá retirar la mercancía una vez sea autorizado por el Depósito o Funcionario Aduanero, en el segundo caso el inspector de la DIAN verificará la concordancia de lo declarado en los documentos con la mercancía para la cual se solicita autorización de levante¹.

¹ Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: <http://www.mincit.gov.co>

Estrategia comercial de precio

De acuerdo a la revisión que se hizo respecto a la oferta de productos, se encontró que las empresas basan su estrategia comercial de posicionamiento a través de la mezcla entre variedad y precio del producto, y en la menor parte de los casos, en la presentación del mismo.

Existen marcas que están claramente posicionadas por su valor, como por ejemplo la marca Equilibrio o Eukanuba, donde la primera de ellas ofrece productos dirigidos a patologías de los animales, como por ejemplo cuidado urinario, obesidad, diabetes, entre otras y a su vez ofrece alimentos en por tipos de razas. Otras marcas, se posicionan en el segmento alto de precio como por ejemplo Proplan, quienes ofrecen productos segmentados por razas.

Adicionalmente es claro que la oferta de alimentos para perros está concentrada en la franja entre US\$6,8 y US\$34,4, en la cual encontramos 111 referencias diferentes. En segundo término están los productos ubicados entre los US\$0,34 y US\$6,89, en la cual encontramos 84 referencias distintas. Por último, señalar que las presentaciones con mayor oferta son las que se encuentran entre los 2 Kg y los 4 kg.

Política comercial de marcas

Marcas propias en retail. La principal marca propia en retail está en cabeza del Grupo Éxito, la cual se comercializa con el nombre Alimento para Perro y fue lanzada en el año 2015, alcanzando un 3% de las ventas totales en este canal gracias a su disponibilidad en todas las tiendas de la cadena y sus precios competitivos para.

Otras marcas propias también han sido desarrolladas por los retails Carulla y Makro, con precios dirigidos a un segmento de ingreso medio (Euromonitor International, 2016).

Perfil del consumidor/compradorCaracterísticas. Descripción Perfil, Hábitos, Conductas

Segmento	Perfil cliente	Marcas	Tamaños	Frecuencia de compra
Alto	Cuenta con ingresos para adquirir productos premium, o especializados, con ingredientes naturales o dietéticos y son adquiridos en tiendas especializadas o veterinarias.	Royal Canin Purina ProPlan Hills Nutra Nugget Preset Plus Nutriensa	Depende de la raza 2Kg - 12 Kg	1 vez al mes
Medio	Cuenta con ingresos para adquirir alimentos balanceados (con nutrientes necesarios para la dieta normal de una mascota), disponibles en el retail.	Total Max Nutrecan Naturali Eukanuba Equilibrio Diamond	5Kg - 7,5 Kg	1 vez al mes
Bajo	Sus ingresos les permiten adquirir alimentos balanceados sólo en la medida en que se van agotando y en algunos casos los mezclan con sobras o alimentos caseros. La compra de estos productos se realiza en pequeños supermercados de barrio.	Cat Chow Dog Chow Pedigree Whiskas Ladrina	2Kg	4 veces al mes

Fuente: Pro Chile

Influencias en decisiones de compra

La actual situación económica del país ha llevado a que los compradores busquen alimentos para mascotas más económicos, lo cual ha permitido posicionar a los productores nacionales, quienes pueden competir con precios más competitivos en el segmento poblacional con ingresos bajos y medio bajos; situación que se ve agudizada por la alta devaluación del peso frente al dólar, lo que ha llevado a que las marcas importadas hayan presentado aumentos en sus precios (Euromonitor International, 2016).

Por otro lado, las tiendas de barrio continúan ganando terreno como canal de venta de alimentos para mascotas, gracias al aumento en la compra de estos productos en el segmento

poblacional con ingresos bajos y medio bajos, donde hay un mayor interés por alimentos balanceados que reemplacen las preparaciones en el hogar (Euromonitor International, 2016).

Según estudios de Fenalco se ha observado que aproximadamente 1 de cada 3 familias posee una mascota, “sea un perro, gato, aves o peces principalmente. Esta es la principal razón por la cual el mercado de productos alimenticios y accesorios para mascotas cada día es más significativo, y las góndolas de los supermercados vienen aumentando el espacio para albergar estos productos, así como el mercadeo electrónico, y las tiendas especializadas en todo tipo de bienes y servicios para alimentación, diversión o su cuidado” (Ávila, 2016).

El estilo de vida agitado que se lleva en las principales ciudades, la humanización de las mascotas como miembros de la familia, “acompañado de un fenómeno social denominado el ‘síndrome del nido vacío’ el cual está relacionado a las parejas jóvenes que no tienen hijos y llenan la necesidad de dar afecto y protección con un perro, un gato u otro animal doméstico” (Arango, 2016), han llevado a posicionar la compra de alimentos para mascotas, así como otras categorías de productos como la de cuidados y productos dietarios.

Tendencias del consumo de producto bajo estudio

Las adquisiciones están lideradas por alimentación, seguidas por gastos médicos (veterinarios), accesorios, productos de aseo para las mascotas e inclusive objetos para las fiestas de animales, en donde se incluyen tortas y hasta sorpresas para los invitados, resaltó Mauricio Chiappe, Country Manager de Cuponatic en Colombia.

Entre las ofertas especiales para mascotas que los portales ponen al alcance de los usuarios están visitas al spa, guarderías, colegios, consultas veterinarias, regalos, enjuagues bucales, desparasitantes y manicure hasta verdaderas excentricidades como profilaxis dental, photobooks o servicios funerarios en los casos requeridos.

A partir de un estudio que contrató la Expopet Colombia 2016, una de las ferias de mascotas más grandes del país, a Euromonitor Internacional, se comprobó que hay un crecimiento sostenido en la venta de productos para mascotas y que se prevé continúe así, en incremento hasta el 2021.

Incluso hay algunas tendencias en la industria Pet Food que parecen estar cada vez más enfocadas en el gusto del propietario que de la mascota. Esto ha generado algunos cambios de estrategias para algunas marcas que antes estaban enfocadas a producir alimentos

altos en proteína y que han decidido optar por incluir ingredientes libres de carne para introducir más vegetales.

Entre otras tendencias que no tienen que ver exclusivamente con los alimentos para mascotas se destacan:

- Hoteles Pet friendly: hoteles para humanos que permiten alojar mascotas.
- Guarderías y hoteles para mascotas: son un nicho aún. Baja diferenciación.
- Dog Vacay: funciona de la misma forma que AirBnB, es decir, uno solicita información de personas que pueden hacerse cargo de las mascotas mientras las personas están de viaje y ellos cumplen con una lista de requisitos, por ejemplo alimento adecuado, no usar cajas, jugar con ellos, etc., todo esto a un precio menor que las pensiones de mascotas. Solamente se encuentra disponible en Estados Unidos y Canadá pero se espera su expansión.
- Productos de automatización de alimentación: de utilidad para quienes los dejan solos durante muchas horas. Un ejemplo de esto es el SmartDelivery, una plataforma digital de entrega de alimentos lanzada por Petnet en junio de 2017. Este servicio de e-commerce tiene el potencial de plantear un nuevo modelo de venta y productos en la industria pet food. Además de la entrega, Petnet ofrece alternativas como SmartFeeder y SmartBowl, productos que hacen que el proceso de alimentación de mascotas no le demande demasiado esfuerzo al propietario. Los suscriptores que compran el SmartFeeder pueden programar las comidas para su mascota a través de la aplicación del servicio. El alimentador libera una cantidad fija de alimentos y alerta al dueño cuando los suministros se están agotando, dándole la opción de solicitar más alimentos a través de Petnet.

Productos sustitutos y similares

El principal sustituto de los alimentos balanceados para mascotas son los alimentos preparados a nivel doméstico. De hecho, esta es la principal barrera de entrada para los alimentos para mascotas a nivel rural, debido a que las familias encuentran más favorable darles sobras, despojos de los mataderos o alimentos caseros por encima de comprar alimentos preparados industrialmente. En las áreas urbanas, predomina la compra de alimentos balanceados y en algunos casos se alimentan con comida casera o alimentos de tiendas especializadas.

Análisis FODA

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acuerdos de Complementación Económica en el marco del ALADI: MERCOSUR - CAN y MERCOSUR - Colombia. - Cercanía geográfica y cultural del país de destino. - Materias primas de alta calidad y con mayores beneficios nutricionales. - Certificación de calidad internacional y sello de producto argentino. 	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Precios menos competitivos respecto a terceros países exportadores como USA y Brasil (productores líderes en América). - Fuerte regulación en el mercado de cambios argentino.
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aumento sostenido en los últimos 4 años en la tenencia de mascotas. - Colombia es el cuarto mercado en América Latina. - Interés por productos más especializados y de mayor calidad. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cada día hay más competidores en el mercado. - Los productores locales están invirtiendo en nueva tecnología para el desarrollo de productos de mejor calidad a precio más competitivo.

Algunas conclusiones

- Se recomienda entrar al mercado colombiano a través de un importador que cuente con capacidad de distribución regional y/o nacional y tenga conocimiento del mercado, teniendo en cuenta que la empresa está iniciando la actividad exportadora.
- El consumidor colombiano busca con mayor interés productos que se adapten a sus necesidades y a las tendencias actuales, enfocado especialmente en el cuidado de la salud de las mascotas.

- El producto debe exponer de manera clara en su empaque las ventajas nutricionales del producto, así como debe hablar el mismo lenguaje del comprador. Además debe cumplir con un etiquetado acorde a los requerimientos legales del país de destino.
- Tener en cuenta que los alimentos para mascotas especializados, Premium o naturales se distribuyen en tiendas especializadas o veterinarias y que el canal online toma cada vez mayor importancia debido a los cambios en el estilo de vida que está viviendo el consumidor urbano donde tiene menos tiempo de hacer las compras directamente en las tiendas.

ESTRATEGIA DE INGRESO ADECUADO AL MERCADO Y EMPRESA

La estrategia de penetración del mercado consiste en la provisión de alimentos para perros adultos a una empresa importadora y distribuidora que tenga cobertura en distintas regiones del país.

Una opción es trabajar con la importadora y distribuidora Gabrica S.A.S., ya que es una empresa multinacional Colombiana que trabaja para fortalecer y desarrollar el canal especializado de las mascotas y que si bien su oficina principal se encuentra en Bogotá también cuenta con oficinas comerciales en las principales ciudades colombianas.

Si bien utilizar una estrategia de penetración de mercado indirecta implica tener menos control de la información relativa al consumidor final, la reducción de costos en marketing acompañada del bajo conocimiento del mercado que tiene la compañía, hace que la alianza estratégica con el importador en destino sea altamente beneficiosa. Además esta opción es la más recomendable considerando la reciente incorporación de la empresa a la actividad exportadora.

Asimismo, coordinar la logística de transporte interno y los trámites aduaneros en Colombia requeriría contar con un representante y contactos con compañías de transporte, en cambio trabajando con la compañía importadora, todo esto estaría totalmente a su cargo y podría hacer uso de su canal logístico existente. También la promoción de los productos correría por su cuenta.

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN

Producto

Alimentos para mascotas - Comida para perros adultos

Presentación: Bolsas Tricapa Laminadas por 3kg y 10kg.

Características: el producto posee Calidad Argentina certificada Internacionalmente. Ha sido desarrollado en base a la experiencia de más de treinta años en alimentación animal mediante una cuidadosa selección de materias primas e ingredientes para lograr una eficiente nutrición.

A través de estudios se han considerado los requerimientos necesarios para lograr una alta calidad de vida de las mascotas.

Es el único alimento en la Argentina que posee certificación internacional OVN (Nutrición Vitamínica Óptima) sistema diseñado y auditado por la compañía Holandesa DSM, principal proveedora de vitaminas del mundo. Poseer la licencia OVN, asegura un nivel de suplementación de vitaminas que contribuye a producir alimentos de alta calidad bajo los más altos estándares internacionales lo cual certifica que se cumple con las más estrictas normas de aporte vitamínico.

Este alimento 100% argentino es súper Premium porque está hecho con materias primas, ingredientes y nutrientes minuciosamente seleccionados, que mejoran la salud del sistema digestivo, refuerzan la dentición y mejoran la calidad del pelo. Asimismo, el aporte de aminoácidos esenciales brinda un bienestar general y el rico sabor del alimento aumenta la preferencia de las mascotas. Además, al tener un mayor porcentaje de vitaminas y proteínas, satisface a las mascotas con una menor cantidad de alimento, optimizando el consumo.

Palletización y contenedorización de la carga

Pallets <http://www.rcufabricadepallets.com.ar/productos>

PALLETS PARA EXPORTACIÓN: Según norma NIMF 15 de la FAO, Resolución 626, Senasa. El CATEM es un centro habilitado por SENASA para aplicar los tratamientos fitosanitarios de la norma NIMF 15 de la FAO a los embalajes destinados a exportación.

El tratamiento térmico consiste en calentar conforme a una curva de tiempo una temperatura específica durante 30 minutos este proceso lo identifica HT. Los sellos deben ser

legibles, permanentes y no transferibles en 2 caras de pallet, se extenderá un certificado fitosanitario.

Bolsas de 3 kg se colocan dentro de cajas de 12 unidades cada una.

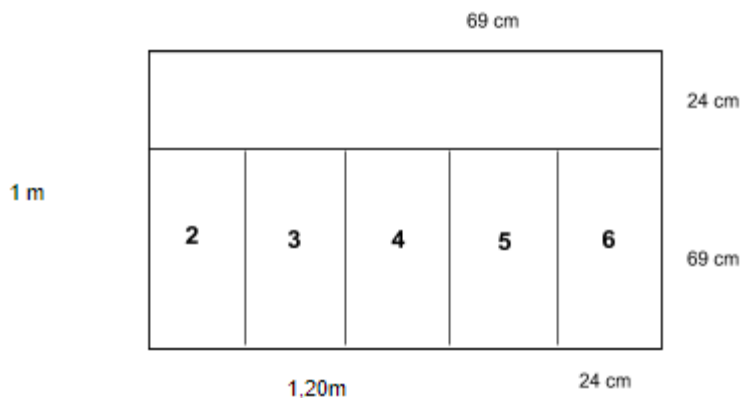
Dimensiones de las bolsas: 43,5 x 24 x 11,5

Dimensiones de la caja: 69 x 24 x 43,5

Pallet de 1,20 x 1m= 6 cajas de base

Podrían apilarse hasta 3 cajas (145,50 cm de alto)

Total de cajas por pallet: 18 cajas



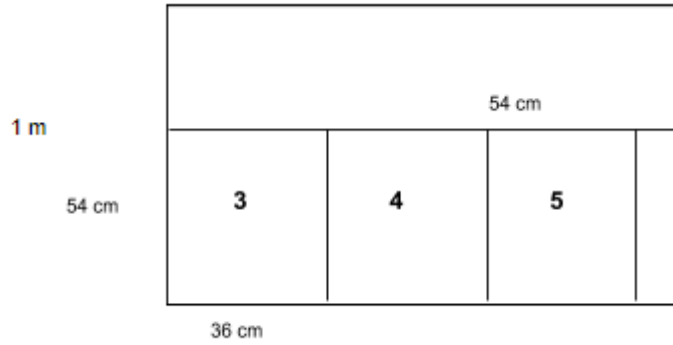
Bolsas de 9 kg se colocan sueltas sobre el pallet

Dimensiones de las bolsas: 54 x 36 x 11

Pallet de 1,20 x 1 m= 5 bolsas de base

Podrían apilarse como máximo 14 bolsas (169 cm de alto)

Total de bolsas por pallet: 70 bolsas



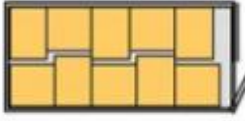
Contenedor

20' STANDARD STEEL CONTAINER - 22 G1



INTERNAL DIMENSIONS			DOOR	
L	W	H	W	H
5.898 m	2.352 m	2.393 m	2.340 m	2.280 m
19' 4 ¹³ / ₆₄ "	7' 8 ¹⁹ / ₃₂ "	7' 10 ⁷ / ₃₂ "	7' 8 ¹ / ₈ "	7' 5 ⁴⁹ / ₆₄ "

CUBIC CAPACITY	MAXIMUM PAYLOAD	TARE WEIGHT	MAXIMUM GROSS
33.20 m ³	28,260 kgs	2,220 kgs	30,480 kgs
1,172.4 Cft	62,302 Lbs	4,894 Lbs	67,196 Lbs

CONTENEDOR	Nº DE PALLETS	GRÁFICO
20' STANDARD	10 standard pallets 1,2 x 1,0m	

Pedido mínimo

1 Contenedor de 20´

-10 pallets de 1,20 x 1 m de base con 5 bolsas de 9 kg cada uno de base por 11 filas (55 bolsas por pallet) = 550 bolsas de 9 kg.

-1 madera separadora de 5 mm.

-10 pallets con 6 cajas con 12 unidades de bolsas de 3 kg por 2 filas (12 cajas por pallet)= 1440 bolsas de 3 kg.

Total peso:

10 pallets x 55 bolsas x 9kg= 4950 kg.

10 pallets x 12 cajas x 12 unidades x 3 kg= 4320 kg

20 pallets x 20 kg= 400 kg

Total= 9670 kg

Precio

A los fines de definir el precio de exportación se debe tener en cuenta por un lado los costos y riesgos que conlleva el transporte del producto y que tendrá que ver con la cláusula Incoterm a utilizar y un análisis en relación a los precios en el mercado de destino con el objetivo de fijar un margen de utilidad que permita a la empresa ser competitiva en dicho mercado.

Se recomienda utilizar una cláusula CIF no sólo porque el traspaso del riesgo se produce cuando se deposita la mercadería sobre la borda del buque en el puerto de origen, sino porque es recomendable escoger el Incoterm que nos ofrezca más control sobre el flete. Pagar

y responsabilizarse del transporte marítimo internacional implica controlar los tiempos y costes derivados de este, y significa asegurar en gran medida un envío libre de retrasos evitando posibles sanciones (ya que se pueden manejar los tiempos de entrega), daños a la mercancía o extra costos, e incluso, pagar precios más competitivos. Asimismo, al contratar directamente el vendedor impone los requisitos técnicos del transporte para que sus productos lleguen en condiciones óptimas y pueda venderse en el mercado de origen sin defectos.

Por último, el vendedor estaría incluyendo la mayor parte de los costos de la operación, pudiendo de esta manera asegurarse o tener un mayor control del precio que tendrá el producto al consumidor final, teniendo en cuenta los márgenes de utilidad habituales en la cadena de distribución del país de destino.

Distribución

Se recomienda hacer la exportación vía marítima, partiendo del puerto de Rosario hacia el puerto de Barranquilla estando ambos puertos sobre el Atlántico.

La zona portuaria de Barranquilla está dividida en cinco terminales portuarias localizadas en el margen occidental del Río Magdalena. Es considerado el principal puerto de la Costa Caribe que realiza el manejo de carga general y graneles. En este sentido se recomienda la llegada del buque al Barranquilla Container Terminal (BCT), por su localización estratégica, a 18 Km de la desembocadura del Río Magdalena, a 10 minutos de la salida hacia el interior del país por la troncal del Caribe, y a 5 minutos de Zona Franca Barranquilla.

En el proceso de recepción de documentos para nacionalización de contenedores y/o carga de Importación en el Puerto de Barranquilla el Importador o (Agente de Aduanas) debe presentar los siguientes documentos:

- Conocimiento de Embarque (BL) Liberado.
- Paz y Salvo de pago por uso de Contenedores de la Agencia Marítima.
- Acta de Inspección DIAN.
- Declaración de Importación.

Promoción

Al elegir una estrategia de ingreso indirecta, la promoción del producto para la comercialización al consumidor final estará a cargo de la empresa minorista, sin embargo, a los fines de promocionar el producto entre importadores y distribuidores en el mercado de Colombia, la compañía podrá optar por participar de las siguientes ferias y exposiciones:

-Feria Agroexpo: www.agroexpo.com

Agroexpo es uno de los certámenes especializados más importantes de Colombia, Centroamérica y el Caribe y de los más representativos en Latinoamérica. Reúne la más variada y completa muestra agrícola y del sector pecuario nacional e internacional, así como de insumos y cadenas productivas para el procesamiento de alimentos.

-Expopet Colombia: www.expopetcolombia.com

Feria Internacional de Animales de Compañía, es la plataforma comercial en donde la mascota es la gran protagonista, en un ambiente de negocios, actualización, familia, entretenimiento y diversión.

Expopet cuenta con diversos escenarios de entretenimiento, diversión y embellecimiento de la mascota, así como espacios académicos y de negocios. Incluye además una selecta muestra comercial nacional e internacional, orientada a la oferta de diferentes productos y servicios para los especialistas del sector, el cuidado integral de las mascotas y su tenencia responsable.

SECUENCIA DE EXPORTACIÓN

ACTIVIDADES PREVIAS

Inscripción en el Registro de Importadores y exportadores de AFIP

La solicitud de inscripción se efectúa con el formulario de DDJJ N° 420/R, el cual se presenta mediante transferencia electrónica de datos a través de la página web de AFIP, utilizando el servicios “Sistema Registral”, a través de la respectiva “Clave Fiscal” con nivel de seguridad 3.

Para dar comienzo al procedimiento de inscripción, se deberá seleccionar la opción “Registros Especiales, F.420/R, registro operadores comercio exterior, trámites a realizar”, “Inicio del servicio WEB “Sistema Registral”. Cumplidos todos los requisitos generales, podrá enviarse el formulario de DDJJ 420/R. De no cumplirse con alguno de ellos, se indicarán las causales que impiden continuar su tramitación.

Una vez aceptado el trámite, el sistema emitirá el correspondiente acuse de recibo. Con la aceptación, se confrontan los datos ingresados con los antecedentes del Registro de Infractores y el área de control aduanero asignará el perfil de riesgo correspondiente.

Los requisitos generales que deberán ser cumplidos por todos aquellos que deseen inscribirse en algunos de los registros son:

1. Poseer alta en IVA e Impuesto a las Ganancias o Monotributo.
2. No encontrarse en estado de falencia.
3. No encontrarse concursado (solo para Auxiliares de Comercio y del Servicio Aduanero y demás sujetos).
4. Tener firma, foto y huella dactilar registrada digitalmente en el “Sistema Registral”.
5. No registrar antecedentes en el registro de Infractores. En el caso de personas jurídicas este requisito alcanza los componentes de la misma.

El cumplimiento de todos los requisitos será controlado por el sistema. Una vez cumplidos los requisitos generales, se deberán cumplir los requisitos particulares, que se encuentran detallados en el punto 10 del Anexo de la RG 2570/09 y varían en función al tipo de operador que se desea registrar.

En el caso de inscripción como importador/exportador, se deberá cumplir:

1. Acreditar solvencia económica o constituir garantía en los términos de la RG 2220.
2. DDJJ manifestando no estar comprometido en los supuestos del art 94, apartado 1, Inc d) del Código Aduanero. Para las personas jurídicas el requisito se extiende a sus directores,

administradores, o socios ilimitadamente responsables. Esta DJ se realizará informáticamente por el solicitante por la WEB de AFIP, al momento del alta de la inscripción.

3. Certificado de antecedentes expedidos por autoridad policial. Para las personas jurídicas el requisito se extiende a sus directores, administradores, o socios ilimitadamente responsables. También se admite que el certificado de antecedente sea expedido por la dirección de reincidencia del Ministerio de Justicia.

En resumen, una vez realizado el Inicio del trámite de la WEB de AFIP, se deberá presentar la constancia emitida por el sistema ante la División Registro de la Aduana Local, adjuntando el Certificado de Antecedentes de cada uno de los socios y responsables de la empresa.

Dicha presentación será evaluada por el Registro de infractores quien al cabo de unos 15 días determinará si los socios cumplen con los requisitos establecidos por el Código Aduanero, para formar parte de los Registros Especiales Aduaneros en carácter de Importador/Exportador.

Una vez autorizada por Infractores, la solicitud de inicio de trámite ya se encuentra en condición de realizar el alta final en el "Registro especial".

Determinar la posición arancelaria de los productos que la empresa desea exportar

Se recomienda el asesoramiento de un despachante de aduanas ya que la posición arancelaria determina el tratamiento arancelario, de prohibiciones e intervenciones que corresponde al producto.

Posición arancelaria NCM/SIM: 2309.10.00 900 R

IV PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDÁNEOS DEL TABACO ELABORADOS

23 RESIDUOS Y DESPERDICIOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; ALIMENTOS PREPARADOS PARA ANIMALES

23.09 PREPARACIONES DE LOS TIPOS UTILIZADOS PARA LA ALIMENTACIÓN DE LOS ANIMALES.

2309.10.00 - Alimentos para perros o gatos, acondicionados para la venta al por menor

2309.10.00.900R Los demás (R.2012/93 ex-ANA)

Tratamiento tributario

Según datos del CIVUCE del Gobierno Argentino:

Derecho de exportación: 0%

Reintegro Extrazona: 2%

Los reintegros a la exportación serán realizados mediante transferencia electrónica hacia la CBU de una cuenta habilitada en una entidad bancaria autorizada por el BCRA. La alícuota del reintegro se calcula sobre el valor FOB de las mercaderías exportadas.

Normativas

Dec.1126/17 - APROBACIÓN

Dec.01/18 - DECRETO 1126/2017 - MODIFICACIÓN

Dec.767/18 - DECRETO N° 1126/2017 - MODIFICACIÓN

Dec. 338/19 - DECRETO N° 1126/2017 - MODIFICACIÓN

Dec. 541/19 - ARANCEL EXTERNO COMÚN - DISPOSICIONES Y MODIFICACIONES

Derecho de exportación DE Dec.793/18: +12%

Por el Decreto N° 793/18 se fijó hasta el 31/12/2020 un Derecho de Exportación del 12% aplicable a todas las mercaderías comprendidas en las posiciones arancelarias de la NOMENCLATURA COMÚN DEL MERCOSUR (NCM).

Dicho derecho tiene un límite máximo de \$3.00 por cada dólar del valor imponible incluyendo el importe que arroje la aplicación de la alícuota allí dispuesta, o del precio oficial FOB, según corresponda, cuando la mercadería se encuentre en el anexo I del Decreto N° 37/2019.

De aplicarse, los límites se mantendrán en pesos hasta la cancelación de la obligación.

Intervenciones gubernamentales

Para la exportación definitiva de Productos para Uso en Alimentación Animal con origen argentino se debe realizar el trámite: “*Alimento para animales - Aviso de salida*”. El mismo constituye una intervención obligatoria del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA).

De manera optativa, en el caso de aquellos productos que cuenten con el derecho de uso del Sello “ALIMENTOS ARGENTINOS UNA ELECCIÓN NATURAL”, y su versión en idioma inglés, “ARGENTINE FOOD A NATURAL CHOICE” y siempre que la empresa se encuentre inscrita en Sumar Valor (Programa Nacional de Promoción de los Certificados Oficiales de

Calidad en Alimentos Argentinos), puede solicitar un Certificado de Reintegro adicional ante el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Realización de estudios de mercados

Identificación de potenciales mercados donde colocar el producto de la empresa y análisis de sus características.

Organización de la carga y pedido mínimo

La carga se organizará en un contenedor de 20' STANDARD STEEL CONTAINER - 22 G1 el cual se consolidará de la siguiente manera:

-10 pallets de 1,20 x 1 m de base con 5 bolsas de 9 kg cada uno de base por 11 filas (55 bolsas por pallet) = 550 bolsas de 9 kg.

-1 madera separadora de 5 mm.

-10 pallets con 6 cajas con 12 unidades de bolsas de 3 kg por 2 filas (12 cajas por pallet)= 1440 bolsas de 3 kg.

El pedido mínimo se establece en 1 contenedor de 20'.

Cálculo del precio de exportación

El costo de exportación, así como el precio final de venta a los importadores en el país de destino surgió del análisis de diferentes variables que se resumen a continuación, fijándose una cotización Incoterm CIF:

- Costos de producción.
- Costo de mano de obra.
- Costo indirecto de fabricación.
- Costo de Administración y comercialización.
- Costo logístico hasta terminal de salida (Rosario).
- Costo de transporte marítimo internacional.
- Costo de seguro internacional.
- Costos en terminal portuaria.
- Despacho y honorarios despachante en origen.

Asimismo, a los fines de definir el precio de venta se calculó el valor DDP + impuestos internos para poder determinar si el precio calculado es competitivo en el mercado meta en relación a los precios de los competidores. El precio de venta se obtuvo calculando un margen de ganancia del 15% en dólares.

Ver Anexo 1

Participación en la IV Feria Internacional de animales de compañía Expopet Colombia

Se debe realizar la inscripción para poder participar y preparar el material y acondicionamiento del stand con folletería, carteles, muestras de los alimentos y de las diferentes variedades y presentaciones del producto y también podría incluir vídeos de la empresa o del producto.

SECUENCIA DE EXPORTACIÓN

31 de octubre al 4 de noviembre de 2019: Participación en la Expopet Colombia.

20 de enero de 2020: Recepción de la solicitud de cotización.

Tras participar de la feria comercial para promocionar los productos en Colombia, la empresa recibe un mail procedente del Gerente de Compras de la importadora y distribuidora Gabrica S.A.S., con sede en la ciudad de Bogotá, y con oficinas comerciales en las principales ciudades de Colombia, solicitando la cotización de 1 contenedor de 20' de alimentos para perros adultos en presentaciones de 3kg y 9kg.

Ver Anexo 2: Solicitud de cotización del importador.

22 de enero de 2020: Envío de la oferta al importador extranjero.

Se incluye descripción de la mercadería, posición arancelaria, precio unitario, cantidad, INCOTERM, instrumento de pago, forma de pago, plazo de validez de la oferta y plazo de entrega.

Ver Anexo 3: Oferta cotización para enviar al potencial comprador del exterior.

27 de enero de 2020: Aceptación de la oferta por parte del cliente.

El importador devuelve un mail con la orden de compra firmada y conformada indicando aceptación.

28 de enero de 2020: Confección de la factura Proforma.

Una vez determinado el pedido de compra y recibida la solicitud por parte del importador en Colombia, en base a la misma, se confecciona la factura proforma que se envía al cliente para que revise y gestione el pago.

El medio de pago seleccionado es la ORDEN DE PAGO SIMPLE. Envío del 50% del pago anticipado por parte del importador como condición de la empresa exportadora. El otro 50% se deberá abonar contra entrega de la mercadería.

Ver Anexo 4: Factura proforma.

3 de febrero de 2020: Recepción de la orden de pago correspondiente al 50% del valor total de la operación.

7 de febrero de 2020:

- Liquidación de las divisas recibidas de acuerdo a lo establecido por el BCRA.

Mediante la Comunicación "A" 6770 del 01/09/2019, se implementó la obligación de ingresar y liquidar en el mercado de cambios los cobros de exportaciones de bienes correspondientes a permisos de embarque oficializados a partir del 02/09/2019 en un plazo de 180 días corridos.

Independientemente de los plazos máximos precedentes, los cobros de exportaciones deberán ser ingresadas y liquidadas en el mercado local de cambios dentro de los 5 días hábiles de la fecha de cobro.

La Comunicación "A" 6844 establece el régimen de seguimiento de las negociaciones de divisas por exportaciones de bienes (SECOEXPO). Este seguimiento comprende a todas las exportaciones de bienes cuya oficialización se haya concretado a partir del 02/09/2019 y que hayan obtenido el pertinente cumplimiento de embarque aduanero.

Por cada operación de exportación, el exportador deberá seleccionar una entidad como responsable de su seguimiento. La designación de la entidad será inicialmente efectuada por el exportador al momento de realizar la oficialización del permiso de embarque ante la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP).

En caso de que el exportador no hubiera realizado la nominación en ese momento, el mismo deberá presentarse ante la entidad que desea designar y acordar la asunción de dicha tarea por parte de ella. La entidad deberá informar la asunción al BCRA. Serán elegibles para el exportador, quedando obligadas a llevar a cabo las responsabilidades asociadas al presente seguimiento, todas las entidades financieras y casas de cambio salvo aquellas que hayan notificado al BCRA que han optado por no operar en comercio exterior.

- Reserva del buque y contenedor con la agencia marítima.

Los buques que transportan mercaderías en contenedores prestan un servicio regular, es decir, atienden rutas determinadas. Se debe reservar espacio con anticipación, acorde con la cantidad de contenedores que se les entregarán para su traslado. Por lo general, es el Freight Forwarder (Agente de cargas) quien se ocupa de reservar espacio en el buque.

- Preparación de la mercadería.

10 de febrero de 2020:

- Intervención SENASA.
- Confirmación de la reserva y aceptación de retiro de contenedor vacío. BOOKING y pago de GATE OUT. Firma y entrega de la Carta Garantía. Autorización de entrega del contenedor vacío.

CUT OFF: 25/02/2020 14.00 hs.

11 de febrero de 2020: Contrato de seguro internacional.

Debido a que se utiliza el Incoterm CIF, la empresa exportadora se ocupa de contratar el seguro para la carga no solo durante el trayecto de transporte comprendido desde la fábrica hasta la terminal de carga, sino también para el tramo internacional. El seguro debe ser de cobertura mínima, de al menos el 110% del valor FOB + flete internacional. La cláusula de seguro con cobertura mínima es la C (LAP- Free Particular Average), la cual cubre riesgos para

las mercaderías que se vinculen con hechos propios del modo de transporte. Sólo cubre daño o pérdida total de las mercaderías.

14 de febrero de 2020: Confección de la lista de empaque y factura comercial de exportación. Tramitación del certificado de origen.

- Packing List: en el cual se informa contenido, peso bruto y neto de la mercadería.

Ver Anexo 5: Lista de empaque (packing list).

- Factura E: De acuerdo con las exigencias de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) la empresa confecciona la Factura E (Exportación) de acuerdo a los detalles de la oferta.

Datos a incluir en la factura: Datos del exportador (razón social, domicilio legal, CUIT, etc); datos del importador (razón social, domicilio legal, etc); fecha y lugar de emisión; cantidad de unidades; unidad de medida; detalle de la mercadería; precio unitario de venta; precio total; moneda de venta; condición de venta; forma y plazo de pago; pesos bruto y neto; marcas, número de bultos y medio de transporte.

Ver Anexo 6: Factura comercial.

15 de febrero de 2020: Se entrega documentación al despachante de aduana para documentar la Destinación de Exportación para Consumo, ya que la mercadería permanecerá por tiempo indeterminado fuera del territorio aduanero de la República Argentina.

18 de febrero de 2020: El despachante confecciona la declaración jurada (EC01) en el formulario OM1993 en el SIM. Oficializa y arma el permiso de embarque incluyendo:

- ✓ Formulario OM- 1993-A SIM en estado oficializado.
- ✓ Sobre contenedor verde OM- 2133 SIM con la firma del declarante.
- ✓ Formulario OM-1993/2 SIM (hoja de valor de la mercadería): funciona como una declaración jurada y contiene información útil para que el Servicio Aduanero pueda controlar los valores comprometidos en la destinación de exportación, a efectos de determinar el valor imponible y el valor para reintegros de la mercadería que se exporta.

Sobre el valor imponible se calculan los derechos de exportación y sobre el valor para reintegros se calculan los reintegros a la exportación.

- ✓ Lista de empaque, con los siguientes datos: nombre del exportador o razón social, contenido de cada bulto, tipo y cantidad, peso de los bultos, número de destinación, manifestación de si se embarcan igual cantidad de unidades a la declarada bajo la fórmula.
- ✓ Factura comercial (electrónica "E"): Sólo si te la pide la Aduana o en caso de que la uses en reemplazo de la lista de empaque, siempre y cuando contenga la misma información que ésta debe incluir.
- ✓ Autorizaciones de terceros organismos involucrados: Certificado de Normas de Calidad del SENASA.

20 de febrero de 2020: El despachante de aduana se presenta en el área REGISTRO de la dependencia AFIP/DGA de Rosario con la destinación oficializada y la documentación exigida para el examen preliminar donde verificarán:

- ✓ La presencia real de la documentación exigida para la exportación (intervenciones de terceros organismos, autorizaciones por regímenes especiales, detalle de contenido, hoja de valor, hoja de ruta, etc).
- ✓ La coincidencia entre los datos de la declaración y los declarados en el sistema.
- ✓ La firma en el permiso de embarque (Formulario OM-1993A SIM) y en el sobre contenedor (OM-2133 SIM).

Si los controles resultan satisfactorios, el agente aduanero dejará asentada la presentación del permiso de embarque en el SIM y este asigna automáticamente el canal de selectividad: verde, naranja o rojo.

Según el canal asignado a la destinación de exportación, un agente aduanero con la función de guarda o de verificador realizará mínimos controles (contar, pesar y medir) en el caso de canal verde, controlará la documentación en el caso de canal naranja o controlará la documentación y la mercadería en el caso de canal rojo, asistiendo al lugar donde se realiza la carga en el transporte, en la fecha y hora que el despachante informó en el aviso de carga.

Posteriormente, el guarda o el verificador, según corresponda, registra el pre-cumplido de la operación consignando en las destinaciones las constancias (documentales y/o informáticas) sobre cantidad de unidades de mercadería realmente embarcada.

El cumplimiento de la operación se registra finalmente cuando la mercadería es puesta a bordo o egresa con destino al exterior. Reflejará la cantidad de unidades de comercialización o bultos realmente cargados y se podrá registrar conforme o con diferencia. En este último caso, y siempre que no se exceda la tolerancia máxima admitida, deberá registrar una declaración post-embarque para regularizar cantidades y montos finales de tu destinación.

Además, se debe informar ante la AFIP la entidad elegida para efectuar el seguimiento de las negociaciones de divisas por exportaciones de bienes (SECOEXPO), según lo establecido por el BCRA.

21 de febrero de 2020: Retiro de CNTR vacío. Firma del Formulario de Intercambio, el cual deja constancia del estado en el que se recibe el contenedor. Traslado del contenedor hacia la planta en Santa Fe.

El despachante realiza el aviso de carga a través del SIM.

22 de febrero de 2020: Consolidación de la mercadería en el contenedor y traslado hacia el puerto de Rosario.

24 de febrero de 2020: Arribo al puerto de Rosario: Aquí el guarda de rivera coloca sello "Puede Cargar" en el APCM al encargado del buque.

25 de febrero de 2020: Se procede a la carga del contenedor. Zarpe del buque.

La empresa marítima confecciona y envía el B/L o Conocimiento de embarque: se solicita a la compañía naviera encargada del transporte internacional de la mercadería el conocimiento de embarque una vez realizada la declaración y entrega del cumplimiento embarque.

Ver Anexo 7: Conocimiento de embarque

26 de febrero de 2020: Se envían al cliente todos los documentos necesarios vía courier (DHL) para que proceda al retiro de la mercadería en el puerto de destino.

Se solicita el pago de reintegros ante la DGA – AFIP presentando la documentación que acredita el embarque de la mercadería.

5 de marzo de 2020: la mercadería arriba a Colombia.

8 de marzo de 2020: se recibe el resto de la transferencia bancaria (el restante 50%) y se procede al ingreso y liquidación de divisas.

ANEXOS

ANEXO 1: Cálculo del costo de exportación, determinación de la cotización CIF. Cálculo cotización DDP y comparación con precios de competidores en el mercado colombiano.

Cotización EXW	Valor en US\$
Presentación Adulto 9 kg	
Costo de producción	\$12,85
Otros costos directos (MO) y Otros gastos directos	\$5,32
Utilidad 15%	\$2,73
Valor EXW unitario por bolsa	\$20,90

Presentación Adulto 3 kg	
Costo de producción	\$4,80
Otros costos directos (MO) y Otros gastos directos	\$1,95
Utilidad 15%	\$1,01
Valor EXW unitario por bolsa	\$6,75

Cálculo de Costo de exportación para 1 contenedor de 20' (pedido mínimo)

Conceptos	Valor en US\$	Observaciones
TCUM		
EXW 550 bolsas de 9 kg	\$11.492,53	
EXW 1440 bolsas de 3 kg	\$9.720,00	
Flete terrestre nacional (Empresa al Puerto de Rosario)	\$350,00	Según cotización Trans Modal
Certificado de origen	\$31,07	
Intervenciones SENASA	\$22,60	
Gastos terminal Puerto de Rosario		Tarifas Puerto de Rosario
Recepción Contenedor Lleno Dry/Reefer 20'	\$140,00	
Cargo Código PBIP	\$12,00	
Entrega Contenedor Vacío 20'/40'	\$25,00	
Total TCUM	\$21.793,20	
Reintegro	2%	Según CIVUCE
Honorarios Despachante de Aduana en origen	1% FOB	

Comisiones bancarias	0,175% FOB	Según cotización BNA
Derechos de exportación	+12% (Máx. \$3 por cada US\$ FOB)	Dec.793/18
FOB= TCUM + GIE FOB - R FOB		
FOB= \$21.793,20 + 0,01 FOB + 0,00175 FOB + 0,12 FOB - 0,02 FOB		
FOB= \$21.793,20 + 0,11175 FOB		
(1-0,11175) FOB = \$21.793,20		
FOB = \$21.793,20/0,88825	\$24.534,98	

Cálculo Derecho de Exportación Dto. 793/18

Valor imponible - Art. N° 1	
VI= FOB x Cf	Valor Imponible
Cf= 100/(100+ Alda)	Coeficiente de deducción de derechos
Alda = 12%	Alícuota Derecho de Exportación
VI= 24534,98 x 0,8928	
VI= 21904,83	
DEpL= Tp x TC	Derechos de Exportación determinados a efectos de comparar con L
Tp= VI x (Alda/100)	Total a pagar por derechos
TC BNA al 17/02/2020= \$63,25	Tipo de cambio vigente al día hábil anterior a la fecha de registro de la destinación de exportación
Tp= 21904,83 x 0,12	
Tp= 2628,58 USD	

DEpL = USD2628,58 x \$63,25	
DEpL= \$166.257,66	
Base de cálculo del límite - Art. N° 2	
L= VI x (1 + Alda/100) x Da	Valor Límite
Da	Moneda nacional a considerar por cada dólar estadounidense Art. 2 Dto 793/18
L = 21904,83 x 1,12 x \$3	
L= 73600,23	
De la comparación entre DEpL y L, se aplica L si es < a DEpL. Caso contrario se aplica Tp.	

FOB sin Derechos de exportación Dto 793/18	\$21.906,40	FOB - Tp
Derechos de exportación Dto. 793/18	1163,64	
FOB Puerto de Rosario	\$23.070,04	
Flete internacional y cargos Rosario - Barranquilla	\$1.400,00	Según cotización Trans Modal
CFR Puerto de Barranquilla	\$24.470,04	
Seguro internacional 0,469% mín. 70 USD	\$114,76	Según cotización Trans Modal
CIF Puerto de Barranquilla	\$24.584,80	
Gastos en terminal de destino (Puerto de Barranquilla)	\$300,00	
DAP Barranquilla	\$24.884,80	
Gastos aduaneros en destino	\$98,34	0,4% CIF
Derecho de Importación 20% CIF	\$0,00	Preferencia arancelaria ALADI 100%
DDP Barranquilla	\$24.983,14	

Cálculos varios

Valor CIF 550 Bolsas 9 kg	\$12.784,10
Unitario por bolsa	\$23,24

Valor CIF 1440 Bolsas 3 kg	\$11.063,16
Unitario por bolsa	\$7,68

Análisis del valor DDP unitario

DDP / 9351 kg de alimento = 2,67 dólares el kg.

Según los estudios de mercado la oferta de alimentos para perros está concentrada en la franja entre US\$ 6,8 y US\$ 34,4.

Teniendo en cuenta que este valor DDP no considera los márgenes de utilidad del distribuidor, los impuestos nacionales en Colombia y otros costos de transporte y comercialización, se podría considerar que se encuentra dentro de los rangos de precio del mercado colombiano.

ANEXO 2: Solicitud de cotización del importador

Solicitud de cotización Recibidos x

para mí ☆ ↶

Estimado Sr. Silvestre, buenos días,
 Mi nombre es Carlos García, Gerente de compras de la empresa Gabrica S.A.S.
 Hemos estado participando de la Feria Expopet en Bogotá la semana pasada donde he tenido el gusto de conocerlo a usted y a sus productos.
 En nuestra empresa estamos interesados en importar algunos de sus productos y es por eso que quería solicitarle por favor me envíe un presupuesto de 1 contenedor 20' con alimentos para perros adultos en las presentaciones de 3 y 9 kg.
 Esperamos la información para poder tomar una decisión al respecto.
 Saludos cordiales,

Carlos García
 Gerente de Compras
 Gabrica S.A.S.
 Calle 164 #15-29, Bogotá, Colombia
<http://gabrica.com.co/es-co/>

Haz clic aquí para [Responder](#) o para [Reenviar](#)

ANEXO 3: Oferta de cotización del exportador

COTIZACIÓN		N°: 0000817	
Productos Veterinarios Argentinos S.R.L Ruta 11 km 444, Santa Fe, Argentina. <u>E-mail:</u> ventas@pva.com.ar Tel: +54 0342 4856790		<u>Importador:</u> Gabrica S.A.S. Calle 164 #15-29, Bogotá, Colombia.	
Fecha: 22/01/2020 Producto/descripción: Alimentos para perros adultos.- Posición arancelaria: 23.09.10.90 Condición de venta: CIF Puerto de Barranquilla.- Forma de pago: Orden de pago 50% anticipada y 50% contra entrega de mercadería.- Plazo de entrega: 40 días desde la recepción del anticipo del 50%.- Envío de muestras: A vuestro cargo.- Mínima orden: 1 contenedor de 20'.- Validez de la oferta: 30 días desde su emisión.-			
Cantidad	Descripción de la mercadería	Valor unitario en US\$	Valor total en US\$
550	Bolsas 9 kg - 10 pallets con 55 bolsas cada uno.-	\$23,24	\$12.782
1440	Bolsas 3 kg - 10 pallets con 240 cajas c/u con 12 unidades por caja.-	\$7,68	\$11.059,20
		TOTAL	\$23.841,20



ANEXO 4: Factura Proforma

Productos Veterinarios Argentinos S.R.L Ruta 11 km 444, Santa Fe, Argentina. E-mail: ventas@pva.com.ar Tel: +54 0342 4856790			
FACTURA PROFORMA			
FECHA: 28/01/2020 VÁLIDO HASTA: 28/02/2020 NÚMERO: 000- 00000015 Destinatario: Gabrica S.A.S. Calle 164 #15-29, Bogotá, Colombia.			
Cantidad	Descripción	Precio unitario	Precio total
1440	Bolsas de alimentos para perros adultos 3 kg. en cajas de 12 unidades cada una.	\$7,68	\$11.059,20
550	Bolsas de alimentos para perros adultos 9 kg.	\$23,24	\$12.782,00
TOTAL EN USD			\$23.841,20
<u>TÉRMINOS Y CONDICIONES DE VENTA:</u> CIF Puerto de Barranquilla <u>CONDICIONES DE PAGO:</u> Transferencia bancaria del 50% por anticipado y 50% restante contra entrega de mercadería. El producto se recibirá dentro de los 40 días de recibido el anticipo del 50%.			

ANEXO 5: Packing list

PACKING LIST				Referencia: 0000073	
Exportador: Productos Veterinarios Argentinos S.R.L. Ruta 11 km 444, CP: 3000, Santa Fe, Argentina. E-mail: ventas@pva.com.ar Tel: +54 0342 4856790					
Fecha: 14/02/2020 Destino: Gabrica S.A.S. Calle 164 #15-29, Bogotá, Colombia. Factura comercial de referencia N°: 0001-0000000015					
PALLE T N°	CONTENIDO	UNIDADES	PESO NETO	PESO BRUTO	MEDIDAS
10	Bolsas de alimentos para perros adultos 3 kg. en cajas de 12 unidades cada una.	1.440	3974,40 Kg	4520,00 Kg	1,20 x 1 x 1,02
10	Bolsas de alimentos para perros adultos 9 kg.	550	4444,00 Kg	5150,00 Kg	1,20 x 1 x 1,36
TOTALES		1.990	8.418 Kg	9670,00 Kg	

ANEXO 6: Factura comercial – Factura E

ORIGINAL				
Productos Veterinarios Argentinos S.R.L Razón Social: Productos Veterinarios Argentinos S.R.L. Domicilio comercial: Ruta 11 km 444, Santa Fe, Argentina. Condición frente al IVA: IVA Responsable inscripto		E	FACTURA DE EXPORTACIÓN	
			Comp. Nro: 0001-0000002015 Fecha de emisión: 14/02/2020 CUIT: 30-16327389-5 Ingresos Brutos: 951-321778-5 Fecha de inicio de actividades: 29/10/2003 IVA EXENTO OPERACIÓN DE EXPORTACIÓN	
Señor(es): Gabrica S.A.S		Domicilio: Calle 164 #15-29, Bogotá, Colombia.		
CUIT país:				
ID impositivo:				
Divisa: USD - Dólar Estadounidense				
Destino del comprobante: Colombia				
Forma de pago: Transferencia 50% anticipada y 50% contra recepción mercadería			Incoterms: CIF Barranquilla	
Ítem	Detalle	Cant.	Precio Unitario (USD)	Total por ítem (USD)
1688041	Bolsas de alimentos para perros adultos 3 kg. en cajas de 12 unidades cada una.	1440 unid.	7,68	11.059,20
1688042	Bolsas de alimentos para perros adultos 9 kg. <i>NCM: 23.09.10.90</i>	550 unid.	23,24	12.782,00
Tipo de cambio: 63,25			<u>Divisa:</u> USD - Dólar Estadounidense	
			Importe total: USD 23.841,20	
País de origen: Argentina - País de procedencia: Argentina - País de Adquisición: Argentina				
Gross Weight: 9670 kg.				
Net Weight: 8418,4 kg.				
 Comprobante Autorizado		Pág. 1/1		CAE N°: 67484862261583 Fecha de Vto. De CAE: 28/02/2020
<small>Esta Administración Federal no se responsabiliza por los datos ingresados en el detalle de la operación</small>				
 2332176203411000367484862061583201712074				

ANEXO 7: Conocimiento de embarque – Bill of Lading

BILL OF LADING			
Shipper / Exporter: Productos Veterinarios Argentinos S.R.L. Ruta 11 km 444, CP: 3000, Santa Fe, Argentina. CUIT: 30-16327389-5		Ref. N. 0-21435	B/L N. 1473048
Consignee: Gabrica S.A.S. Calle 164 #15-29, Bogotá, Colombia.		TRANSMODAL WORLDWIDE LOGISTICS	
Notify Address: El mismo		For Delivery please apply to:	
Vessel / Voyage: MSC Chelsea			
Port of loading: Rosario	Port of discharge: Barranquilla	Place of receipt: Puerto de Barranquilla	Place of delivery: Santa Fe
PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER			
Marks and Numbers	Description of Packages and goods	Gross Weight	Measurement
1 x 20' FCL/ FCL CTNR MSCU 113821-1 Precinto: AX3579400	Said to contain: Alimentos para perros adultos: 10 pallets de 1,20 x 1 m de base con 5 bolsas de 9 kg cada uno de base por 11 filas (55 bolsas por pallet) = 550 bolsas de 9 kg. 10 pallets con 6 cajas con 12 unidades de bolsas de 3 kg por 2 filas (12 cajas por pallet)= 144 bolsas de 3 kg. Clean on board	9670 Kg.	
Freight and Charges			
Freight and charges	USD 1400	Received from the Shipper herein mentioned the goods or the containers or other articles of transport or packages said to contain the goods mentioned herein, in apparent external goods order and condition in so far as ascertainable by reasonable means of checking, to be transported by the next available ship to the place of discharge or so near thereunto as the ship may safely get and discharge and leaving again always afloat, and there delivered or transshipped on payment of freight and charge, all on the terms to continue on back hereof:	
TOTAL	USD 1400		
FREIGHT PREPAID			
Number of Original B / L's: 3		Place and Date of B/L issue: Rosario, 25/02/2020.-	
		Signature	

FUENTES

- ❖ Asociación Nacional de Comercio Exterior (ANALDEX), 2020. Informe de Comercio Exterior Colombiano enero-diciembre 2019.
- ❖ Asociación Nacional de Empresario de Colombia ANDI: www.andi.com.co
- ❖ Banco Central de la República Argentina. Comunicación “A” 6770 del 01/09/2019 y Comunicación “A” 6882 del 31/01/2020.
- ❖ Banco de la República Colombia <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/exportaciones>
- ❖ Bloch, Roberto, 2015. Transporte Internacional de Mercaderías. Guía Práctica S.A. y Ediciones IARA S.A.
- ❖ Central de Información VUCE Argentina: <https://ci.vuce.gob.ar/>
- ❖ Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) <https://www.dane.gov.co/>
- ❖ Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN: <http://www.dian.gov.co/>
- ❖ ICEX, 2020. Guía de Negocios Colombia. Elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Bogotá.
- ❖ Instituto Colombiano Agropecuario: www.ica.gov.co
- ❖ Ministerio de Comercio exterior y Turismo de Perú, 2016. Plan de desarrollo de mercado Colombia.
- ❖ Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: <http://www.mincit.gov.co>
- ❖ Observatorio de desarrollo económico de Bogotá, 2019. La Economía alrededor de las mascotas en Bogotá. <http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/comercio-al-por-menor-industria-servicios/la-economia-alrededor-de-las-mascotas-en-bogota>
- ❖ Organización Mundial de Comercio www.wto.org
- ❖ PROCHILE, 2017, Estudio de Mercado Alimentos para mascotas en Colombia.
- ❖ PROCHILE, 2018. Cómo hacer negocios con Colombia.
- ❖ PROCOLOMBIA, 2019. Guía Legal para hacer Negocios en Colombia.
- ❖ Puerto de Barranquilla: www.puertodebarranquilla.com
- ❖ Trademap: <https://www.trademap.org/>

Artículos

América Retail, 2019. Colombia: Así está el mercado de comida para mascotas en el país <https://www.america-retail.com/colombia/colombia-asi-esta-el-mercado-de-comida-para-mascotas-en-el-pais/>

La República, 2020. El mercado de alimentos y productos de mascotas moverá \$4,3 billones en 2020.
<https://www.larepublica.co/empresas/mercado-de-alimentos-y-productos-de-mascotas-movera-43-billones-en-2020-en-colombia-3014644>