

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**ESTUDIO DE MERCADO Y PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN  
C.I. AGUA DE LA PEÑA LTDA**

**Trabajo de Grado  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**Autores.**

**JORGE ENRIQUE RAMIREZ PINEDO**

**BOGOTÁ D.C.  
NOVIEMBRE DE 2017**

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO**



**ESTUDIO DE MERCADO Y PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN  
C.I. AGUA DE LA PEÑA LTDA**

**Trabajo de Grado**

**Autores.**

**JORGE ENRIQUE RAMIREZ PINEDO**

**Tutor.**

**RAFAEL ALEJANDRO PIÑEROS ESPINOSA**

**Programa**

**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**BOGOTÁ D.C.**

**Noviembre de 2017**

## TABLA DE CONTENIDO

Resumen .....	8
Abstract .....	9
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
<b>2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA MUNDIAL.....</b>	<b>13</b>
2.1. <b>Principales Exportadores. ....</b>	<b>16</b>
2.2. <b>Principales Importadores.....</b>	<b>24</b>
2.3. <b>Escenario Colombiano .....</b>	<b>38</b>
2.3.1. Exportaciones desde Colombia.....	39
2.3.2. Importaciones desde Colombia.....	43
<b>3. EVALUACIÓN DE LA EMPRESA “AGUA DE LA PEÑA”.....</b>	<b>44</b>
3.1. <b>Estudio de la Empresa (Factores Estratégicos).....</b>	<b>45</b>
3.1.1. La Empresa “Agua de la Peña”.....	46
3.2. <b>Datos Generales y Requisitos para la Exportación. ....</b>	<b>56</b>
3.3. <b>Evaluación de Potencial Exportador. ....</b>	<b>57</b>
3.4. <b>Evaluación de Intención Exportadora.....</b>	<b>65</b>
3.5. <b>Resultado para Exportación. ....</b>	<b>68</b>
<b>4. INTELIGENCIA DE MERCADOS.....</b>	<b>70</b>
4.1. <b>Países Seleccionados y Criterios de Selección.....</b>	<b>70</b>
4.1.1. Alemania.....	73
4.1.2. China.....	75
4.1.3. Estados Unidos de América.....	76
4.1.4. Reino Unido.....	77
4.1.5. Canadá.....	79
4.2. <b>Tamizado de Países.....</b>	<b>80</b>

4.3.	<b>Consideraciones para Exportar a Estados Unidos.....</b>	<b>83</b>
5.	<b>MONTAJE DEL MODELO DE NEGOCIO EXPORTADOR.....</b>	<b>86</b>
5.1.	<b>Proceso Logístico .....</b>	<b>87</b>
5.2.	<b>Modelo Financiero Lineal. ....</b>	<b>88</b>
6.	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>92</b>
7.	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>96</b>

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Exportaciones de Agua Envasada por País .....	22
Tabla 2 Importaciones de Agua Envasada por País .....	37
Tabla 3 Exportaciones de Agua desde Colombia .....	41
Tabla 4 Importaciones de Agua Envasada para Colombia.....	44
Tabla 5 Propiedades del Agua de la Peña.....	55
Tabla 6 Mezcla de Producto .....	55
Tabla 7 Partidas Arancelarias y Requisitos de Ley.....	57
Tabla 8 Resultados Potencial Exportador.....	59
Tabla 9 Resultados Potencial Exportador.....	61
Tabla 10 Resultados Potencial Exportador.....	62
Tabla 11 Resultados Potencial Exportador.....	63
Tabla 12 Puntaje Resultados Portencial Exportador .....	64
Tabla 13 Resultados y Puntaje Intención Exportadora.....	68
Tabla 14 Criterios de Evaluación de Países.....	71
Tabla 15 Análisis de Alemania .....	74
Tabla 16 Análisis de China.....	76
Tabla 17 Análisis de Estados Unidos .....	77
Tabla 18 Análisis de Reino Unido .....	79
Tabla 19 Análisis de Canadá.....	80
Tabla 20 Tamizado de Países.....	81
Tabla 21 Evaluación de Tamizado y Resultado.....	83
Tabla 22 Datos Generales de Medición.....	89
Tabla 23 Datos Generales de Medición.....	90
Tabla 24 Datos Generales de Medición.....	90
Tabla 25 Carga de Botellas.....	90
Tabla 26 Carga por Litros.....	91
Tabla 27 Costo de Produccion para llenar Contenedor .....	91
Tabla 28 Costos de Transporte Nacional.....	91
Tabla 29 Ejercicio Financiero .....	92

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Datos del Sector a Nivel Internacional.....	14
Ilustración 2 Panorama del Comercio Internacional de Agua Envasada .....	16
Ilustración 3 Datos de Comercio Internacional de Agua Envasada desde Colombia .....	39
Ilustración 4 Imagen Comercial Agua de la Peña.....	46
Ilustración 5 Fotografía Terreno Productor .....	47
Ilustración 6 Fotografía Aerea de la Planta .....	50
Ilustración 7 Fotografía de la Planta en su Proceso .....	50
Ilustración 8 Fotos del Nacimiento .....	53
Ilustración 9 Fotos del Filtro.....	53
Ilustración 10 Producto Final.....	53
Ilustración 11 Proceso de Filtrado.....	53
Ilustración 12 Contraste de Resultados Potencial vs Intención .....	69
Ilustración 13 País Resultado de Tamizado.....	83

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Concentración de Países Exportadores de Agua .....	23
Gráfico 2 Concentración Mundial de Países Importadores de Agua Envasada.....	38
Gráfico 3 Destino de las Exportaciones de Agua desde Colombia.....	42
Gráfico 4 Crecimiento de los destinos de Agua Envasada desde Colombia .....	43
Gráfico 5 Modelo del Prof. Buitrago para la Exportación.....	45
Gráfico 6 Portafolio de Productos.....	56
Gráfico 7 Proceso Logístico.....	87

## Resumen

Agua de la Peña, es una empresa nacional con más de 26 años de trayectoria, cuya distribución principalmente recae en la zona de Antioquia y el Eje Cafetero de Colombia. Tiene una planta de producción con un nacimiento natural de agua (Manantial), que le permite extraer Agua de alta pureza y mineral lo que de antemano le proporciona una ventaja competitiva.

Actualmente la planta solo trabaja al 15% de su capacidad, comercializando el producto exclusivamente en Colombia. Una oportunidad de negocio puede ser la exportación a otros países en donde el producto diferenciado es mejor apreciado por el consumidor promedio y en donde se puede llegar a lograr un beneficio adicional, además de maximizar la productividad.

El mercado resulta ser más pequeño de lo que se esperaba. Sin embargo, sobresalen las aguas minerales que tienen un nicho de mercado muy importante y registran importaciones sobresalientes a nivel mundial, con un buen precio por tonelada.

Entendiendo lo anterior la empresa decide aventurarse en el estudio de determinar si existe Potencial e Intención exportadora, lo cual resulta muy favorable, pues la empresa es sólida y anteriormente ya había emprendido procesos de exportación lo que facilita volver a hacerlo.

Al analizar el mercado internacional y tras el uso de una herramienta llamada “Tamizado”, se determina que el mejor país para exportar son los Estados Unidos de América, que se caracteriza por ser el importador más grande de este tipo de productos, además de tener uno de los mejores precios de compra por toneladas.

Habiendo realizado un estudio completo, se encontró que la utilidad de la empresa mensualmente puede ser maximizada hasta en 40.000.000 COP mensuales.



## Abstract

“Agua de la Peña” is a Colombian Company, situated in the Tamesis – Antioquia, with more than 26 of experience in the national Bottled Water Market. Their principal distribution zone it’s located in Antioquia and Eje Cafetero. The Company has a Factory which is established around to a natural source of Water, that provides a Mineral and 100% natural product. This is considerate a competitive advantage.

Actually, the Factory only works with a 15% of real capability of production. This fact makes that the owners, start to think in how to increase the operation. Because the national market is not enough to operate the factory in a full capacity. For those reasons the company has been thinking that a considerable exit to this trouble, could be to start an international exportation process.

The market turns out to be smaller than expected. However, the mineral waters that have a very important market niche stand out and record outstanding imports worldwide, with a good price per ton.

Understanding the above the company decides to venture into the study to determine if there is potential and export intention, which is very favorable, because the company is solid and previously had already started export processes which facilitates doing it again.

When analyzing the international market and after the use of a tool called "Sieving", it is determined that the best country to export is the United States of America, which is characterized as the largest importer of this type of products, in addition to have one of the best purchase prices per ton.

Having made a complete study, it was found that the utility of the company can be maximized monthly up to 40,000,000 COP per month.

## 1. INTRODUCCIÓN

Agua de la Peña, es una empresa que nace en el año 1991, que se ubica en Antioquia, en la región del Támesis, caracterizada principalmente por contar con una fuente hídrica natural, más conocida como manantial. Contando con estos terrenos los propietarios, emprendieron la idea de comercializar en envases el agua que allí tenían entendiendo lo que sería una ventaja y valor agregado a futuro que era la “naturalidad del agua”.

Así entonces se ha venido desarrollando Agua de la Peña, empresa que principalmente es reconocida en la ciudad de Medellín, el departamento de Antioquia y sus alrededores. Distinguiéndose por la calidad, pureza, y sabor del agua, que no tiene químicos ni conservantes, lo que garantiza su naturalidad y nutrición.

La empresa cuenta con una planta que solo está trabajando al 15% de la capacidad posible. Pues se considera que Colombia es un mercado en donde el Agua envasada, se encuentra monopolizada por las grandes empresas comercializadoras de bebidas Gaseosas, como lo son POSTOBON y COCA COLA. Por esta razón, ha sido difícil penetrar el mercado nacional, en donde competir especialmente con los precios y mecanismos de distribución son prácticamente inigualables, pues solo la logística industrial con la que ellos cuentan puede determinarlo de una forma tan eficiente.

En ese mismo orden de ideas, el consumidor colombiano, se ha acostumbrado a consumir el agua como un producto prácticamente sin diferenciación alguna, en donde las personas principalmente están motivadas por el factor precio, lo que inmediatamente limita a las marcas tradicionales de Agua como:

- Brisa (Coca-Cola)
- Cristal (Postobón)
- Cielo (Big Cola)
- Oasis (Postobón)

Las marcas anteriormente expuestas no garantizan un proceso natural, por ende, es más industrial. Esto en parte porque el consumidor colombiano, no exige dentro de sus preferencias con este producto altas condiciones de naturalidad y que sea “mineral” como en muchas partes denominan el agua.

En el año 2016 en Colombia se consumieron 946,6 millones de litros de agua envasada (Rodriguez & Diario La Republica, 2016). Es decir, casi 1.900 millones de botellas personales en todo el país. Es decir, un promedio de 20 litros de agua envasada por persona al año. Aun la producción de agua envasada está representada en un 90,6% por POSTOBÓN que cuenta con un 43,1% del mercado y COCA-COLA (FEMSA), que cuenta con un 47,5%.

Lo anterior deja claro que el espacio en el mercado colombiano para los productores pequeños como AGUA DE LA PEÑA, es muy reducido y se convierte en un desafío casi imposible competir con estas empresas, que cuentan con la posibilidad de hacer una distribución casi a cualquier rincón de la geografía nacional con su impecable sistema de distribución.

El 9,4% del mercado restante en el país, se distribuye entre una gran cantidad de competidores, que están buscando con marcas menos reconocidas como CIELO (Big Cola), hacerse a una porción importante del mercado, así como la gran cantidad de agua que se ha empezado a maquilar por grandes superficies y distribuidores minoristas como ÉXITO, D1 (Koba), ARA, JUSTO Y BUENO, y otra serie de tiendas de descuento, que incluso han puesto en apuros a COCA – COLA y POSTOBÓN, pues venden el Litro de Agua al consumidor final casi un 50% por debajo del precio que ellos lo comercializan.

Dentro de ese mercado mínimo, también se encuentran las “Aguas Premium” (Expresión para aquellas aguas que se consideran minerales, por provenir de una fuente Natural y contar con procesos de filtrado natural), como son denominadas todas aquellas que son importadas o que provienen de una fuente mineral natural como es el caso del producto que ofrece AGUA DE LA PEÑA.

Este mercado ha venido en aumento cada día más, incluso POSTOBON y COCA-COLA, se encuentran en este mercado y lo consideran muy importante. La primera, compró Agua Nacimiento, que le apostaba a ese consumidor que se preocupa por la “naturalidad” del agua envasada y tiene este producto situado como uno de alta gama.

Según un el Diario La República y Carlos Rodríguez el panorama del Agua se muestra de la siguiente manera:

*“En el caso de la Postobón, con 43,1% del mercado, su mayor exponente es Cristal, con 29,2% de participación. Jaime Alberto Gallo, director de la Unidad Estratégica de Aguas de Postobón, aseguró que la base para el liderazgo ha sido apalancarse “en diferentes canales, variedad de presentaciones y, por supuesto, en precio asequible a todas las personas, sin dejar de brindar valor al consumidor y sin dejar de ser innovadores”.*

*Gallo puso como ejemplo la división Premium con Agua de Nacimiento y Sierra Fría y resaltó que “son muchas” las oportunidades de crecimiento que tiene el segmento en general. “Detrás de marcas como Cristal, Oasis y Agua de Nacimiento, hay un respaldo de calidad, compromiso y tradición de Postobón”, agregó”. (Rodríguez & Diario La Republica, 2016)*

En ese sentido es importante que la fuente natural, de la cual se recoge AGUA DE LA PEÑA, hace que el producto cuente con las características de este segmento “Premium”, lo que le aporta una ventaja competitiva al producto frente a la gran mayoría que existe en el mercado nacional.

Colombia, por su hidrografía, que le permite explotar agua dulce y por las características del mercado, no es un gran importador de Agua Envasada, y lo que está trayendo corresponde a aquellas que son de alta calidad y consideradas como agua mineral tal como:

- EVIAN
- PERRIER
- AQUAFRESCA

A nivel mundial el panorama es muy interesante, pues es una industria que viene creciendo a razón de 10% o más durante los últimos años. Pues las personas han transformado su consumo de agua potable de lo tradicional a lo industrializado. Hoy en día las personas ya no hierben agua en casa o no utilizan algún filtro doméstico, por contrario tratan de comprar el producto envasado para consumo dentro de del hogar. Fuera de casa el panorama no es distinto, pues las personas han tomado la decisión de reemplazar muchas bebidas azucaradas simplemente por agua, por temas incluso de salud.

Entendiendo esa realidad del mercado, se ha decidido que AGUA DE LA PEÑA, emprenda un proceso de exportación del producto, pues sabiendo que hay la calidad y el producto para ubicarse en el segmento “PREMIUM”, entonces el mercado internacional adquiere un importante valor, porque si bien hay países como Colombia, que es muy poco lo que importan hay países que pueden llegar a importar grandes cantidades de agua, especialmente si proviene de fuentes hídricas naturales, como las colombianas.

Para AGUA DE LA PEÑA, es una oportunidad explorar el mercado internacional, entendiendo que de esta forma se puede aprovechar mejor la capacidad instalada de la planta de producción y es más fácil captar un público selecto en un país con mejor poder adquisitivo (PIB) y preferencia por el agua mineral natural,

## **2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA MUNDIAL.**

Al analizar la industria mundial de la producción de agua envasada, se puede encontrar que es una industria que crece año tras año y que en los últimos periodos ha multiplicado su consumo porque es tiene mejor percepción el consumo de la misma, que la de grifo o la de fuentes de acueducto.

Según una fuente externa consultada en la WEB, a través de un Blog:

*“Los resultados arrojan información interesante sobre el consumo de agua. Beber agua es un hábito diario para todos los encuestados, 6 de cada 10 participantes beben agua embotellada y 4 de cada 10 beben agua de grifo diariamente, incluyendo el agua de filtro y de fuentes. Reino Unido es el país con menor consumo de agua diaria 39% e Italia el país con mayor consumo con 81%.” (Market Research - Atlanta Research, 2017)*

Así entonces se puede ver que es una industria que tiene los siguientes datos, que se han decidido organizar en una ilustración de elaboración propia basada en fuentes oficiales y secundarias:



*Ilustración 1 Datos del Sector a Nivel Internacional / Nota: Ilustración creada por el autor de este estudio basada en datos que fueron extraídos de fuentes externas (Rodríguez & Diario La Republica, 2016) y (Hernandez & Prensa, 2016)*

A nivel de importaciones y exportaciones se pueden encontrar que la industria presenta un claro panorama en donde es posible evidenciar que los países más desarrollados, son aquellos que importan mayor cantidad de agua emvasada. Esto evidentemente muestra una correlación entre el

nivel de desarrollo y las preferencias por un producto con algún valor agregado, que supone un costo y precio más alto.

El valor agregado que tiene el agua envasada siempre está orientado hacia su naturalidad y origen. Como envasar ese tipo de agua, se vuelve escaso por su origen y sus características, entonces algunos países desarrollados importan dichos productos.

A nivel de exportación la industria se enfoca principalmente en Europa y la región de los Alpes, por lo que se entiende que la necesidad principal de los importadores es la calidad. Al venir el agua de fuentes naturales entonces eso muestra un diferencial o valor agregado que es muy apetecido, toda vez que los principales factores que motivan a los consumidores y hacen ver este producto como de lujo.

El producto que se exporta no se vende a un precio muy económico, pues se considera que es de lujo, al contar con las características de exclusividad proporcionadas por su fuente de origen y por su estándar de calidad.



*Ilustración 2: Panorama del Comercio Internacional de Agua Envasada / Nota: Ilustración realizada por el autor de este documento consolidando datos extraídos de forma manual de la plataforma TRADE MAP (International Trade Centre, 2017)*

## **2.1. Principales Exportadores.**

Como se enunciaba anteriormente los principales exportadores se encuentran ubicados en Europa, especialmente aquellos países que cuentan con fuentes hídricas naturales cercanas a los Alpes, que les permite obtener un agua de nacimiento, que cuenta con unas propiedades apetecidas en el mercado internacional en un segmento de lujo.

En todo el mundo se exportan más de 732 Millones de Toneladas de Agua. Sin embargo, la China es un país decisivo en este mercado, pues de las toneladas exportadas ellos exportan casi 700 millones de las mismas, dejando apenas 32 millones de toneladas.

La siguiente tabla creada con información de TRADE MAP, ilustra cómo se configura el mercado internacional a nivel de los principales países exportadores ordenados por Valor Exportado, que, para todo fin, representa los intereses de este estudio, pues aquellos que venden



la tonelada más cara, serán los que se puedan comparar con el producto de Agua de la Peña (International Trade Centre, 2017)

**Tabla 1.**  
**Exportaciones de Agua Envasada por País**

<i>EXPORTADORE S</i>	<i>Valor exportado en 2016 (miles de USD)</i>	<i>Saldo comercial 2016 (miles de USD)</i>	<i>Cantidad exportada en 2016</i>	<i>Unidad de cantidad</i>	<i>Valor unitario (USD/unidad )</i>
<i>Mundo</i>	3.600.646	- 123.329	-	No medida	
<i>Francia</i>	906.531	786.815	4.045.249	Toneladas	224,00
<i>China</i>	673.849	604.677	699.260.306	Toneladas	0,96
<i>Italia</i>	545.263	532.881	3.044.690	Toneladas	179,00
<i>Bélgica</i>	240.511	- 47.116	743.335	Toneladas	324,00
<i>Estados Unidos de América</i>	132.138	- 463.784	373.380	Toneladas	354,00
<i>Alemania</i>	114.590	- 111.925	4.909.515	Toneladas	23,00
<i>Fiji</i>	102.520	102.275	327.994	Toneladas	313,00
<i>Georgia</i>	79.817	79.681	117.157	Toneladas	681,00
<i>Reino Unido</i>	70.293	- 115.808	141.939	Toneladas	495,00
<i>Turquía</i>	64.184	61.666	407.571	Toneladas	157,00
<i>Noruega</i>	54.640	52.880	120.473	Toneladas	454,00
<i>Emiratos Árabes Unidos</i>	42.627	- 10.670	200.235	Toneladas	213,00
<i>Luxemburgo</i>	34.690	- 8.877	94.998	Toneladas	365,00
<i>Malasia</i>	34.536	31.832	893.966	Toneladas	39,00
<i>México</i>	31.737	- 6.444		No medida	
<i>Países Bajos</i>	28.012	- 98.301	75.761	Toneladas	370,00
<i>República Checa</i>	24.745	8.008	8.651.705	Toneladas	2,86
<i>España</i>	22.775	867	99.476	Toneladas	229,00
<i>Canadá</i>	21.941	- 54.710	172.029	Toneladas	128,00
<i>Austria</i>	20.315	- 158	104.043	Toneladas	195,00

<b>Rusia,</b>	20.265	- 60.341	4.728.696	Toneladas	4,29
<b>Federación de</b>					
<b>Lituania</b>	18.265	1.086	57.836	Toneladas	316,00
<b>Serbia</b>	16.219	13.569	76.597	Toneladas	212,00
<b>Islandia</b>	15.933	15.771	29.154	Toneladas	547,00
<b>Portugal</b>	15.803	10.886	42.652	Toneladas	371,00
<b>Nueva Zelandia</b>	15.170	11.117	31.400	Toneladas	483,00
<b>Eslovenia</b>	14.829	9.456	1.496.402	Toneladas	9,91
<b>Polonia</b>	14.266	8.127	48.589	Toneladas	294,00
<b>Croacia</b>	14.112	3.640	645.418	Toneladas	22,00
<b>Dinamarca</b>	13.256	472	28.509	Toneladas	465,00
<b>Japón</b>	11.956	-	10.817	Toneladas	1.105,00
		199.115			
<b>Tailandia</b>	11.880	- 51	-	No medida	
<b>Grecia</b>	11.823	6.004	57.084	Toneladas	207,00
<b>Hungría</b>	10.755	7.248	87.331	Toneladas	123,00
<b>Indonesia</b>	9.671	6.425	64.023	Toneladas	151,00
<b>Eslovaquia</b>	8.937	- 13.973	56.089	Toneladas	159,00
<b>Sudafrica</b>	8.867	6.510	22.880	Toneladas	388,00
<b>Zona franca</b>	7.805	4.458	148.448	Toneladas	53,00
<b>Corea, República</b>	6.766	- 57.208	16.770	Toneladas	403,00
<b>de</b>					
<b>Australia</b>	6.425	- 33.008	23.726	Toneladas	271,00
<b>Armenia</b>	6.291	6.082	15.954	Toneladas	394,00
<b>Hong Kong,</b>	5.511	- 605.773	8.641	Toneladas	638,00
<b>China</b>					
<b>Rumania</b>	4.994	- 4.147	20.025	Toneladas	249,00
<b>Jordania</b>	4.644	3.016	24.888	Toneladas	187,00
<b>Taipei Chino</b>	4.465	- 16.589	12.888	Toneladas	346,00
<b>Kuwait</b>	4.406	- 28.604	23.220	Toneladas	190,00
<b>Suecia</b>	4.330	- 8.556	15.263	Toneladas	284,00
<b>Libano</b>	4.231	- 59	22.848	Toneladas	185,00
<b>Bahrein</b>	4.116	- 6.614	18.085	Toneladas	228,00
<b>Irlanda</b>	4.073	- 36.585	7.512	Toneladas	542,00
<b>Omán</b>	3.853	- 35.152	37.568	Toneladas	103,00
<b>Guatemala</b>	3.744	2.089	22.202	Toneladas	169,00
<b>Belarús</b>	3.288	- 6.075	20.239	Toneladas	162,00

<i>Trinidad y Tobago</i>	2.937	1.776	7.205	Toneladas	408,00
<i>Tanzanía,</i>	2.848	2.643	201	Toneladas	14.169,00
<i>República Unida de Egipto</i>	2.379	1.189		No medida	
<i>Albania</i>	2.071	- 308	6.602	Toneladas	314,00
<i>Letonia</i>	2.059	- 10.196	19.464	Toneladas	106,00
<i>Estonia</i>	2.025	- 4.884	9.334	Toneladas	217,00
<i>Bosnia y Herzegovina</i>	1.991	- 10.009	22.477	Toneladas	89,00
<i>Suiza</i>	1.865	- 82.564	612.100	Toneladas	3,05
<i>Singapur</i>	1.687	- 42.930	1.885	Metros cúbicos	895,00
<i>Ucrania</i>	1.628	- 19.757	6.330	Toneladas	257,00
<i>Camerún</i>	1.540	1.328	8.689	Toneladas	177,00
<i>Perú</i>	1.449	168	7.568	Toneladas	191,00
<i>Bulgaria</i>	1.344	- 1.407	28.145	Toneladas	48,00
<i>Finlandia</i>	1.211	- 4.380	3.349	Toneladas	362,00
<i>Uganda</i>	1.179	1.033	5.421	Toneladas	217,00
<i>Jamaica</i>	1.101	310	119.830	Toneladas	9,19
<i>Togo</i>	878	680	3.785	Toneladas	232,00
<i>Panamá</i>	834	- 10.341	861	Toneladas	969,00
<i>Costa Rica</i>	784	- 1.884	4.101	Toneladas	191,00
<i>Ruanda</i>	744	151		No medida	
<i>Guyana</i>	740	- 890	477	Toneladas	1.551,00
<i>Filipinas</i>	637	- 1.250	1.187	Toneladas	537,00
<i>Nicaragua</i>	605	- 340	2.561	Toneladas	236,00
<i>Ecuador</i>	549	479	1.130	Toneladas	486,00
<i>Kazajstán</i>	458	- 10.522	2.518	Toneladas	182,00
<i>Viet Nam</i>	451	- 2.374	-	No medida	
<i>Bhután</i>	391	358	355	Toneladas	1.101,00
<i>Marruecos</i>	386	- 1.839	1.241	Toneladas	311,00
<i>República Dominicana</i>	380	- 1.180	6.997	Toneladas	54,00
<i>Antigua y Barbuda</i>	358	- 419	1.446	Toneladas	248,00
<i>Vanuatu</i>	354	264	30	Toneladas	11.800,00

<i>Túnez</i>	335	315	1.647	Toneladas	203,00
<i>Macedônia, Ex</i>	329	- 2.828	1.597	Toneladas	206,00
<b>República Yugoslava</b>					
<i>de</i>					
<i>India</i>	313	- 864	678	Toneladas	462,00
<i>Montenegro</i>	308	- 9.318	768	Toneladas	401,00
<i>Azerbaiyán</i>	305	- 4.044	637	Toneladas	479,00
<i>Suriname</i>	267	266	712	Toneladas	375,00
<i>Ghana</i>	232	- 203	938	Toneladas	247,00
<i>Chile</i>	229	- 1.369	133	Toneladas	1.722,00
<i>Myanmar</i>	210	- 7.985	131	Toneladas	1.603,00
<i>Sri Lanka</i>	209	- 165	756	Toneladas	276,00
<i>Pakistán</i>	190	- 218	109	Toneladas	1.743,00
<i>Namibia</i>	177	- 2.122	971	Toneladas	182,00
<i>Uruguay</i>	172	138	148	Toneladas	1.162,00
<i>Santa Lucía</i>	162	- 643	488	Toneladas	332,00
<i>Colombia</i>	156	- 1.950	139	Toneladas	1.122,00
<i>Mauricio</i>	151	- 566	833	Toneladas	181,00
<i>Brasil</i>	150	- 778	768	Toneladas	195,00
<i>Israel</i>	148	- 15.188		No medida	
<i>Irán, República</i>	141	- 196	-	No medida	
<b>Islámica del</b>					
<i>Malta</i>	122	- 5.478	789	Toneladas	155,00
<i>Uzbekistán</i>	122	- 880	1.084	Toneladas	113,00
<i>Benín</i>	120	- 383	320	Toneladas	375,00
<i>Honduras</i>	105	- 1.570	453	Toneladas	232,00
<i>Etiopía</i>	99	92	235	Toneladas	421,00
<i>Andorra</i>	96	- 4.785	1.212	Toneladas	79,00
<i>San Vicente y las</i>	92	- 83	321	Toneladas	287,00
<b>Granadinas</b>					
<i>Senegal</i>	88	- 1.002	149	Toneladas	591,00
<i>Côte d'Ivoire</i>	80	- 1.397	151	Toneladas	530,00
<i>Kenya</i>	79	- 143	-	No medida	
<i>Kirguistán</i>	70	- 483	409	Toneladas	171,00
<i>Bangladesh</i>	69	- 153	-	No medida	
<i>Argelia</i>	68	- 103	233	Toneladas	292,00

<i>Estados Unidos</i>	62	- 1.809	-	No medida	
<i>Minor periferico Islas</i>					
<i>Corea, República</i>	58	- 77	209	Toneladas	278,00
<i>Popular Democrática</i>					
<i>de</i>					
<i>Botsuana</i>	47	- 2.290	204	Toneladas	230,00
<i>Argentina</i>	46	- 659	80	Toneladas	575,00
<i>Brunei</i>	37	- 1.038	181	Metros	204,00
<i>Darussalam</i>				cúbicos	
<i>Barbados</i>	30	- 4.188	40	Toneladas	750,00
<i>Moldova,</i>	30	- 4.236	125	Metros	240,00
<i>República de</i>				cúbicos	
<i>Papua Nueva</i>	29	- 3.572	1	Toneladas	29.000,00
<i>Guinea</i>					
<i>Paraguay</i>	27	- 39	84	Toneladas	321,00
<i>El Salvador</i>	25	- 4.120	148	Toneladas	169,00
<i>Zimbabwe</i>	24	- 635	30	Toneladas	800,00
<i>Chipre</i>	21	- 7.766	91	Toneladas	231,00
<i>Islas Marianas</i>	19	- 199	27	Toneladas	704,00
<i>del Norte</i>					
<i>Zambia</i>	19	- 123	86	Toneladas	221,00
<i>Iraq</i>	18	- 3.194	238	Toneladas	76,00
<i>Mozambique</i>	17	- 549	-	No medida	
<i>Libia Estado de</i>	17	- 3.876	47	Toneladas	362,00
<i>Burkina Faso</i>	17	- 30	462	Toneladas	37,00
<i>Arabia Saudita</i>	12	- 25.673	48	Toneladas	250,00
<i>Islas Salomon</i>	12	- 132	23	Toneladas	522,00
<i>Burundi</i>	12	4	16	Toneladas	750,00
<i>Bermudas</i>	11	- 3.742	69	Toneladas	159,00
<i>Madagascar</i>	11	- 151	13	Toneladas	846,00
<i>Mongolia</i>	11	- 394	26	Toneladas	423,00
<i>Lao, República</i>	11	- 468		No medida	
<i>Democrática Popular</i>					
<i>Angola</i>	8	- 1.732	-	Toneladas	
<i>Gabón</i>	8	- 819	-	Toneladas	
<i>Islas Feroe</i>	7	- 272	211	Toneladas	33,00
<i>Lesoto</i>	7	- 1.259	34	Toneladas	206,00

<i>Saint Kitts y Nevis</i>	7	- 240	10	Toneladas	700,00
<i>Malí</i>	6	- 41	9	Toneladas	667,00
<i>Cuba</i>	6	- 368	8	Toneladas	750,00
<i>Polinesia</i>	5	- 3.438	2	Toneladas	2.500,00
<i>Francesa</i>					
<i>Congo, República</i>	5	- 1.264	1	Toneladas	5.000,00
<i>Democrática del</i>					
<i>Nueva Caledonia</i>	5	- 3.765	9	Toneladas	556,00
<i>Curaçao</i>	5	- 1.510	5	Toneladas	1.000,00
<i>Aruba</i>	5	- 1.408	8	Toneladas	625,00
<i>Yemen</i>	5	- 189	-	No medida	
<i>República Árabe</i>	3	- 565	7	Toneladas	429,00
<i>Siria</i>					
<i>Turkmenistán</i>	3	- 2.904	3	Toneladas	1.000,00
<i>Bahamas</i>	3	- 4.542	2	Metros cúbicos	1.500,00
<i>Níger</i>	2	- 308	5	Toneladas	400,00
<i>Nepal</i>	2	- 212	-	Toneladas	
<i>Suazilandia</i>	2	- 682	2	Toneladas	1.000,00
<i>Samoa</i>	1	- 17	2	Metros cúbicos	500,00
<i>Liberia</i>	1	- 582	-	Toneladas	
<i>San Martín (parte</i>	1	- 2.320	-	Toneladas	
<i>Holandesa)</i>					
<i>San Pedro y</i>	1	- 183	-	Toneladas	
<i>Miquelón</i>					
<i>Seychelles</i>	1	- 480	-	Toneladas	
<i>Chad</i>	1	- 43	-	Toneladas	
<i>Islas Caimanes</i>	1	- 1.874	-	No medida	
<i>Granada</i>	1	- 59	1	Toneladas	1.000,00

Tabla 1: Exportaciones de Agua Envasada por País / Nota: Tabla compuesta con base en datos extraídos de TRADE MAP (International Trade Centre, 2017)

Como se puede evidenciar, a nivel mundial los principales exportadores son Francia, China, Italia, Bélgica y Estados Unidos. Queda claro que China no se mueve en el mismo segmento de agua que los demás países. Pues de los 732 millones de toneladas el país aporta 700 millones de

las mismas. Sin embargo, en precio es casi 223 veces menos que lo que se comercializa una tonelada de agua proveniente de Francia.

Mientras en Francia se exporta una tonelada de agua con valor de 224 dólares. En China la tonelada cuesta algo menos de 1 USD. Por supuesto, el agua de la China es de exportación para competir a precios muy bajos y ni siquiera debe contar con los niveles de tratamiento necesario, por ende, el destino de esta agua debe ser para un segmento muy popular en donde no interesa la calidad, sino que cumpla con el objetivo primordial que es suplir una necesidad básica.

El mercado se encuentra representado prácticamente con 25% para Francia, un 19% para China, 15% para Italia y 7% para Bélgica, de ahí para abajo los demás países representan menos del 4% y la gran mayoría representan 1% o menos.

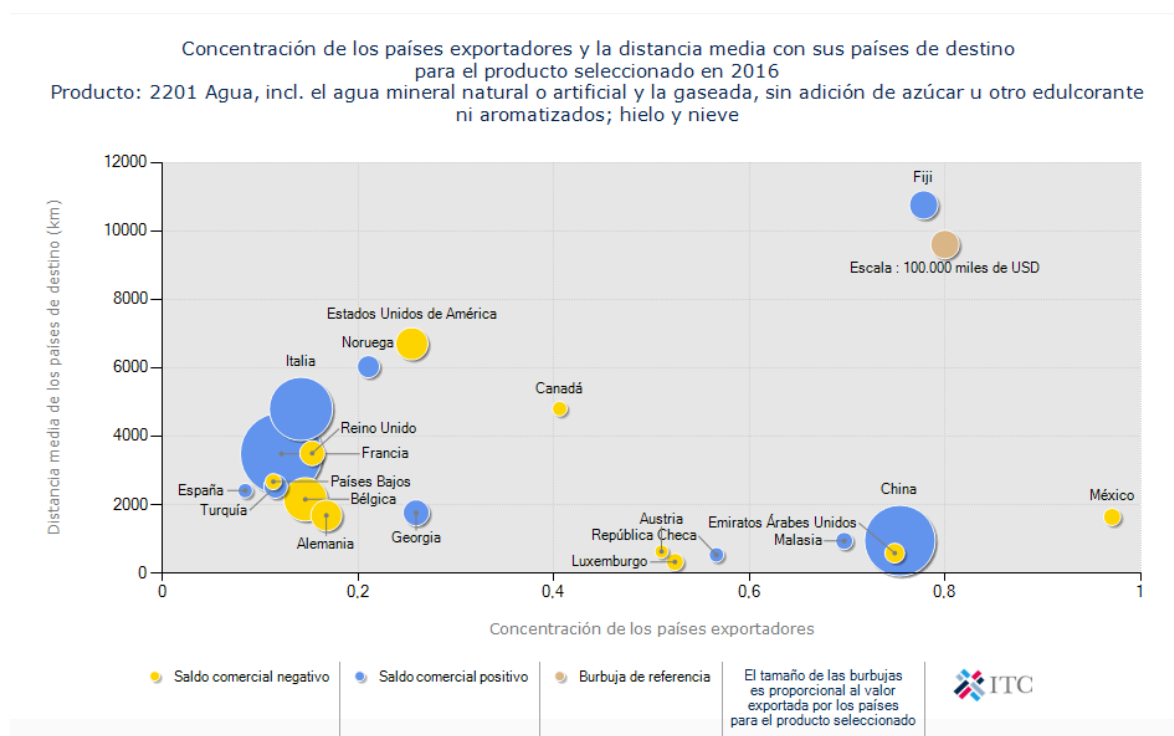


Gráfico 1 Concentración de Países Exportadores de Agua. Nota: Gráfico personalizado en la plataforma TRADE MAP, con la información provista por el autor y necesaria para este estudio. (International Trade Centre, 2017)

## 2.2. Principales Importadores.

Dentro de los países importadores se ve que hay una gran cantidad que coinciden con los exportadores. De hecho, la balanza comercial para algunos es negativa como en el caso de Estados Unidos, que manteniendo un 4% de las exportaciones mundiales, pasa a ser el segundo importador más grande de agua envasada en el mundo.

A nivel de importadores también se evidencia la misma brecha de Calidad de producto que existe entre unos países y otros pues se ve que prácticamente las Exportaciones de la China tienen un destino fijo y son ellos mismos.

Si el principal importador de agua es Hong Kong, que hace parte de la China. Entonces en ese sentido y al ser esta una isla, adquiere coherencia que por su sistema económico la China, provee la mayor cantidad de Agua Potable para Hong Kong, representada en 700 millones de toneladas.

Entonces descontando a la China que representa un alto valor en Dólares, podemos hablar que las importaciones registradas suman algo como 58 millones de toneladas. Esto representa entonces que aún existe un mercado muy importante para aquellos que quieran exportar y llegar a robarse un pedazo del “pastel”.

Así como se realizó una tabla para los exportadores, también se construyó una con los importadores bajo los mismos criterios y con información proveniente de la misma plataforma TRADE MAP. (International Trade Centre, 2017)

### **Tabla 2.**

#### ***Importaciones de Agua Envasada por País***



<b>IMPORTADO RES</b>	<b>Valor importado en 2016 (miles de USD)</b>	<b>Saldo comercial 2016 (miles de USD)</b>	<b>Cantidad importada en 2016</b>	<b>Unidad de cantidad</b>	<b>Valor unitario (USD/unidad)</b>
<i>Mundo</i>	3.723.975	- 123.329	-	No medida	
<i>Hong Kong,</i>	611.284	- 605.773	627.922.027	Toneladas	1
<i>China</i>					
<i>Estados Unidos de América</i>	595.922	- 463.784	1.053.238	Toneladas	566
<i>Bélgica</i>	287.627	- 47.116	4.952.987	Toneladas	58
<i>Alemania</i>	226.515	- 111.925	1.335.926	Toneladas	170
<i>Japón</i>	211.071	-		Toneladas	
		199.115	418.405		504
<i>Reino Unido</i>	186.101	-		Toneladas	
		115.808	742.202		251
<i>Países Bajos</i>	126.313	-		Toneladas	
		98.301	5.453.442		23
<i>Francia</i>	119.716			Toneladas	
		786.815	4.895.729		24
<i>Suiza</i>	84.429	-		Toneladas	
		82.564	410.840		206
<i>Rusia,</i>	80.606	-		Toneladas	
<i>Federación de</i>		60.341	150.038		537
<i>Canadá</i>	76.651	-		Toneladas	
		54.710	125.149		612
<i>China</i>	69.172			Toneladas	
		604.677	192.862		359
<i>Corea,</i>	63.974	-		Toneladas	
<i>República de</i>		57.208	229.733		278
<i>Emiratos</i>	53.297	-		Toneladas	
<i>Árabes Unidos</i>		10.670	151.901		351
<i>Macao, China</i>	51.600	-		Toneladas	
		51.600	97.089.858		1

<i>Singapur</i>	44.617	-		Metros cúbicos	144
		42.930	309.474		
<i>Luxemburgo</i>	43.567	-		Toneladas	
		8.877	563.173		77
<i>Irlanda</i>	40.658	-		Toneladas	
		36.585	77.559		524
<i>Australia</i>	39.433	-		Toneladas	
		33.008	76.539		515
<i>Omán</i>	39.005	-		Toneladas	
		35.152	209.718		186
<i>México</i>	38.181	-		No medida	
		6.444			
<i>Kuwait</i>	33.010	-		Toneladas	
		28.604	212.838		155
<i>Arabia Saudita</i>	25.685	-		Toneladas	
		25.673	62.014		414
<i>Eslovaquia</i>	22.910	-		Toneladas	
		13.973	116.658		196
<i>España</i>	21.908			Toneladas	
		867	52.575		417
<i>Ucrania</i>	21.385	-		Toneladas	
		19.757	64.399		332
<i>Taipei Chino</i>	21.054	-		Toneladas	
		16.589	33.370		631
<i>Austria</i>	20.473	-		Toneladas	
		158	235.489		87
<i>Qatar</i>	18.431	-		Toneladas	
		18.431	46.647		395
<i>Lituania</i>	17.179			Toneladas	
		1.086	40.696		422
<i>República Checa</i>	16.737			Toneladas	
		8.008	81.677		205
<i>Israel</i>	15.336	-		No medida	
		15.188			
<i>Suecia</i>	12.886	-		Toneladas	
		8.556	84.982		152

<i>Dinamarca</i>	12.784			Toneladas	
		472	30.771		415
<i>Italia</i>	12.382			Toneladas	
		532.881	17.997		688
<i>Letonia</i>	12.255	-		Toneladas	
		10.196	42.063		291
<i>Bosnia y Herzegovina</i>	12.000	-		Toneladas	
		10.009	44.568		269
<i>Tailandia</i>	11.931	-		Metros cúbicos	1.063
		51	11.227		
<i>Panamá</i>	11.175	-		Toneladas	
		10.341	25.649		436
<i>Kazajstán</i>	10.980	-		Toneladas	
		10.522	4.639.184		2
<i>Bahrein</i>	10.730	-		Toneladas	
		6.614	33.471		321
<i>Croacia</i>	10.472			Toneladas	
		3.640	59.282		177
<i>Montenegro</i>	9.626	-		Toneladas	
		9.318	40.039		240
<i>Belarús</i>	9.363	-		Toneladas	
		6.075	34.510		271
<i>Rumania</i>	9.141	-		Toneladas	
		4.147	51.074		179
<i>Myanmar</i>	8.195	-		Toneladas	
		7.985	6.236		1.314
<i>Chipre</i>	7.787	-		Toneladas	
		7.766	28.030		278
<i>Estonia</i>	6.909	-		Toneladas	
		4.884	19.281		358
<i>Polonia</i>	6.139			Toneladas	
		8.127	4.838.570		1
<i>Timor-Leste</i>	6.139	-		No medida	
		6.139	-		
<i>Grecia</i>	5.819			Toneladas	
		6.004	8.713		668

<i>Malta</i>	5.600	-		Toneladas	
		5.478	21.056		266
<i>Finlandia</i>	5.591	-		Toneladas	
		4.380	20.301		275
<i>Eslovenia</i>	5.373			Toneladas	
		9.456	514.537		10
<i>Portugal</i>	4.917			Toneladas	
		10.886	10.132		485
<i>Andorra</i>	4.881	-		Toneladas	
		4.785	15.387		317
<i>Bahamas</i>	4.545	-		Metros	
		4.542	8.453	cúbicos	538
<i>Azerbaiyán</i>	4.349	-		No medida	
		4.044			
<i>Rancho de naves y aeronaves</i>	4.298	-		Toneladas	
		4.298	45.167		95
<i>Libano</i>	4.290	-		Toneladas	
		59	3.746		1.145
<i>Moldova, República de</i>	4.266	-		Toneladas	
		4.236	17.057		250
<i>Barbados</i>	4.218	-		Toneladas	
		4.188	7.700		548
<i>El Salvador</i>	4.145	-		Toneladas	
		4.120	20.982		198
<i>Nueva Zelandia</i>	4.053			Toneladas	
		11.117	11.005		368
<i>Libia Estado de</i>	3.893	-		Toneladas	
		3.876	13.573		287
<i>Nueva Caledonia</i>	3.770	-		Toneladas	
		3.765	7.282		518
<i>Bermudas</i>	3.753	-		Toneladas	
		3.742	9.468		396
<i>Papua Nueva Guinea</i>	3.601	-		No medida	
		3.572	-		
<i>Hungría</i>	3.507			Toneladas	
		7.248	14.397		244

<i>Camboya</i>	3.462	-		Toneladas	
		3.462	14.844		233
<i>Polinesia</i>	3.443	-		Toneladas	
<i>Francesa</i>		3.438	5.535		622
<i>Zona franca</i>	3.347			Toneladas	
		4.458	19.556		171
<i>Comoras</i>	3.317	-		No medida	
		3.317	-		
<i>Indonesia</i>	3.246			Toneladas	
		6.425	4.127		787
<i>Iraq</i>	3.212	-		No medida	
		3.194	-		
<i>Macedônia, Ex República Yugoslava de</i>	3.157	-		Toneladas	
		2.828	15.309		206
<i>Palestina, Estado de</i>	3.096	-		Toneladas	
		3.096	20.185		153
<i>Turkmenistán</i>	2.907	-		Toneladas	
		2.904	7.150		407
<i>Viet Nam</i>	2.825	-		No medida	
		2.374	-		
<i>Bulgaria</i>	2.751	-		Toneladas	
		1.407	4.266		645
<i>Malasia</i>	2.704			Toneladas	
		31.832	5.015		539
<i>Costa Rica</i>	2.668	-		Toneladas	
		1.884	7.339		364
<i>Serbia</i>	2.650			Toneladas	
		13.569	10.773		246
<i>Turquía</i>	2.518			Toneladas	
		61.666	4.166		604
<i>Albania</i>	2.379	-		Toneladas	
		308	9.865		241
<i>Sudafrica</i>	2.357			Toneladas	
		6.510	4.510		523
<i>Botsuana</i>	2.337	-		Toneladas	
		2.290	6.089		384

<i>San Martin</i>	2.321	-		Toneladas	
<i>(parte Holandesa)</i>		2.320	6.761		343
<i>Namibia</i>	2.299	-		Toneladas	
		2.122	5.222		440
<i>Marruecos</i>	2.225	-		Toneladas	
		1.839	6.051		368
<i>Colombia</i>	2.106	-		Toneladas	
		1.950	4.051		520
<i>Gibraltar</i>	2.088	-		Toneladas	
		2.088	8.071		259
<i>Filipinas</i>	1.887	-		Toneladas	
		1.250	4.087		462
<i>Islas</i>	1.875	-		Toneladas	
<i>Caimanes</i>		1.874	16.625		113
<i>Estados</i>	1.871	-		No medida	
<i>Unidos Minor</i>		1.809	-		
<i>periferico Islas</i>					
<i>Noruega</i>	1.760			Toneladas	
		52.880	6.702		263
<i>Angola</i>	1.740	-		Toneladas	
		1.732	4.728		368
<i>Islas Virgenes</i>	1.720	-		Toneladas	
<i>Británicas</i>		1.720	5.844		294
<i>República</i>	1.681	-		Toneladas	
<i>Centroafricana</i>		1.681	8.887		189
<i>Honduras</i>	1.675	-		Toneladas	
		1.570	4.563		367
<i>Guinea</i>	1.661	-		Toneladas	
<i>Ecuatorial</i>		1.661	5.810		286
<i>Guatemala</i>	1.655			Toneladas	
		2.089	4.712		351
<i>Guyana</i>	1.630	-		Toneladas	
		890	4.233		385
<i>Jordania</i>	1.628			Toneladas	
		3.016	3.117		522
<i>Chile</i>	1.598	-		Toneladas	
		1.369	1.492		1.071

<i>República Dominicana</i>	1.560	-		No medida	
<i>Curaçao</i>	1.515	-		Toneladas	
		1.510	6.119		248
<i>Côte d'Ivoire</i>	1.477	-		No medida	
		1.397	-		
<i>Aruba</i>	1.413	-		Toneladas	
		1.408	2.827		500
<i>Perú</i>	1.281			Toneladas	
		168	1.303		983
<i>Congo, República Democrática del</i>	1.269	-		No medida	
		1.264	-		
<i>Lesoto</i>	1.266	-		Toneladas	
		1.259	2.477		511
<i>Egipto</i>	1.190			No medida	
		1.189			
<i>India</i>	1.177	-		Toneladas	
		864	1.235		953
<i>Trinidad y Tobago</i>	1.161			No medida	
		1.776	-		
<i>Senegal</i>	1.090	-		Toneladas	
		1.002	2.953		369
<i>Brunei Darussalam</i>	1.075	-		Metros cúbicos	
		1.038	3.545		303
<i>Islas Turks y Caicos</i>	1.034	-		Toneladas	
		1.034	2.548		406
<i>Uzbekistán</i>	1.002	-		Toneladas	
		880	1.067		939
<i>Maldivas</i>	997	-		Toneladas	
		997	1.414		705
<i>Djibouti</i>	968	-		Toneladas	
		968	3.812		254
<i>Nicaragua</i>	945	-		Toneladas	
		340	5.772		164
<i>Brasil</i>	928	-		Toneladas	
		778	1.637		567

<i>Gabón</i>	827	-		Toneladas	
		819	2.890		286
<i>Santa Lucía</i>	805	-		Toneladas	
		643	627		1.284
<i>Jamaica</i>	791			Toneladas	
		310	1.461		541
<i>Guinea-Bissau</i>	780	-		Toneladas	
		780	4.600		170
<i>Antigua y Barbuda</i>	777	-		Toneladas	
		419	1.180		658
<i>Cabo Verde</i>	745	-		Toneladas	
		745	3.973		188
<i>Nauru</i>	723	-		No medida	
		723	-		
<i>Mauricio</i>	717	-		Toneladas	
		566	1.489		482
<i>Tayikistán</i>	710	-		Toneladas	
		710	1.276		556
<i>Argentina</i>	705	-		Toneladas	
		659	675		1.044
<i>Suazilandia</i>	684	-		Toneladas	
		682	1.246		549
<i>Kiribati</i>	667	-		Toneladas	
		667	734		909
<i>Zimbabwe</i>	659	-		Toneladas	
		635	1.289		511
<i>Ruanda</i>	593			No medida	
		151			
<i>Liberia</i>	583	-		Toneladas	
		582	28.398		21
<i>República Árabe Siria</i>	568	-		Toneladas	
		565	3.785		150
<i>Mozambique</i>	566	-		No medida	
		549	-		
<i>Kirguistán</i>	553	-		Toneladas	
		483	1.105		500



<i>Sao Tomé y Príncipe</i>	542	-		Toneladas	
<i>Islas Wallis y Fortuna</i>	516	-		Toneladas	
<i>Benin</i>	503	-		Toneladas	
<i>Seychelles</i>	481	-		Toneladas	
<i>Lao, República Democrática Popular</i>	479	-		No medida	
<i>Sierra Leona</i>	460	-		Toneladas	
<i>Ghana</i>	435	-		Toneladas	
<i>Anguila</i>	430	-		Toneladas	
<i>Haití</i>	419	-		Toneladas	
<i>Pakistán</i>	408	-		Toneladas	
<i>Bonaire, San Estaquio y Saba</i>	407	-		Toneladas	
<i>Mongolia</i>	405	-		Toneladas	
<i>Palau</i>	392	-		Toneladas	
<i>Cuba</i>	374	-		Toneladas	
<i>Sri Lanka</i>	374	-		Toneladas	
<i>Islas Marshall</i>	343	-		Toneladas	
<i>Irán, República Islámica del</i>	337	-		Toneladas	

<i>Níger</i>	310	-		Toneladas	
		308	1.409		220
<i>Groenlandia</i>	280	-		Toneladas	
		280	403		695
<i>Congo</i>	279	-		No medida	
		279	-		
<i>Islas Feroe</i>	279	-		Toneladas	
		272	517		540
<i>Sudán</i>	279	-		Toneladas	
		279	40.517		7
<i>Saint Kitts y Nevis</i>	247	-		No medida	
		240	-		
<i>Fiji</i>	245			Toneladas	
		102.275	171		1.433
<i>Bangladesh</i>	222	-		No medida	
		153	-		
<i>Kenya</i>	222	-		Toneladas	
		143	917		242
<i>Islas Marianas del Norte</i>	218	-		Toneladas	
		199	642		340
<i>Nepal</i>	214	-		No medida	
		212	-		
<i>Camerún</i>	212			Toneladas	
		1.328	293		724
<i>Armenia</i>	209			Toneladas	
		6.082	385		543
<i>Tanzanía, República Unida de</i>	205			Toneladas	
		2.643	226		907
<i>Togo</i>	198			Toneladas	
		680	644		307
<i>Yemen</i>	194	-		Toneladas	
		189	394		492
<i>San Pedro y Miquelón</i>	184	-		Toneladas	
		183	802		229
<i>San Vicente y las Granadinas</i>	175	-		Toneladas	
		83	149		1.174

<i>Argelia</i>	171	-		Toneladas	
		103	182		940
<i>Guinea</i>	165	-		Toneladas	
		165	416		397
<i>Islandia</i>	162			Toneladas	
		15.771	202		802
<i>Madagascar</i>	162	-		Toneladas	
		151	302		536
<i>Tonga</i>	156	-		No medida	
		156	-		
<i>Uganda</i>	146			Toneladas	
		1.033	243		601
<i>Islas Salomon</i>	144	-		No medida	
		132			
<i>Zambia</i>	142	-		Toneladas	
		123	262		542
<i>Georgia</i>	136			Toneladas	
		79.681	460		296
<i>Bolivia,</i>	135	-		Toneladas	
<i>Estado</i>		135	271		498
<i>Plurinacional de</i>					
<i>Corea,</i>	135	-		No medida	
<i>República Popular</i>		77	-		
<i>Democrática de</i>					
<i>Malawi</i>	132	-		Toneladas	
		132	259		510
<i>Somalia</i>	125	-		Toneladas	
		125	519		241
<i>Micronesia,</i>	122	-		Toneladas	
<i>Estados Federados</i>		122	413		295
<i>de</i>					
<i>Belice</i>	118	-		Toneladas	
		118	502		235
<i>Islas Cook</i>	118	-		No medida	
		118	-		
<i>Vanuatu</i>	90			No medida	
		264	-		

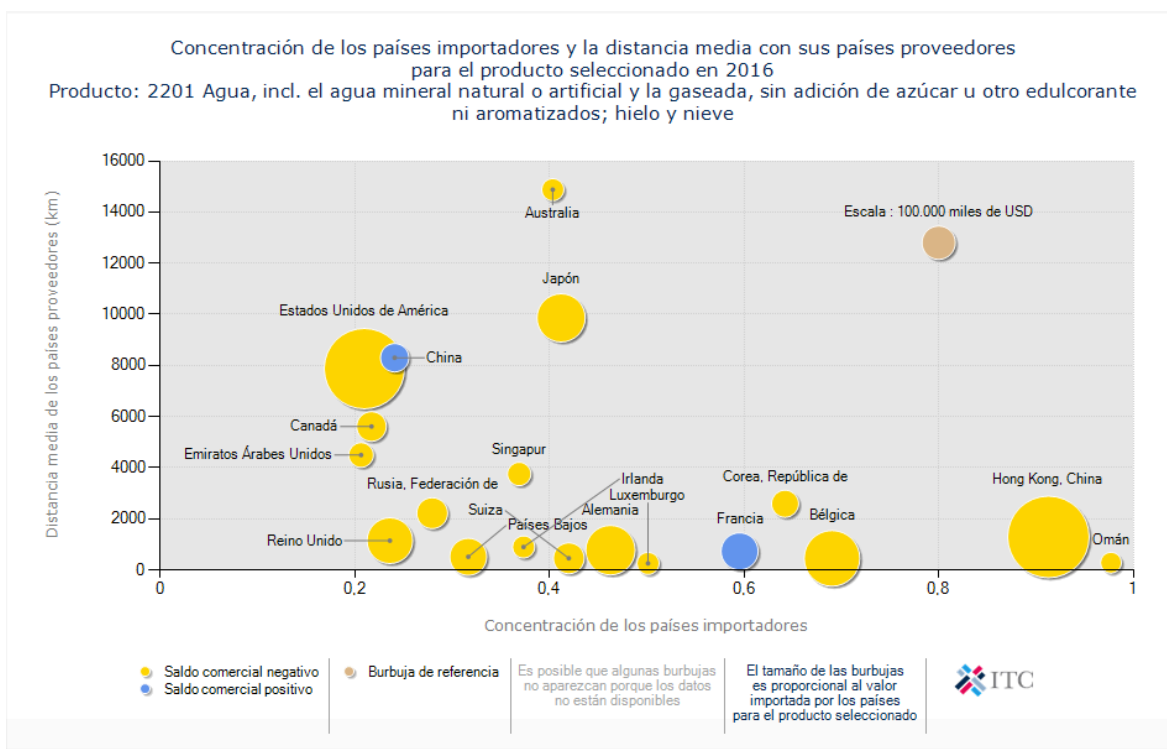
<i>Santa Helena</i>	79	-		Toneladas	
		79	191		414
<i>Ecuador</i>	70			Toneladas	
		479	96		729
<i>Gambia</i>	67	-		Toneladas	
		67	271		247
<i>Paraguay</i>	66	-		Toneladas	
		39	80		825
<i>Granada</i>	60	-		Toneladas	
		59	162		370
<i>Eritrea</i>	48	-		Toneladas	
		48	157		306
<i>Mali</i>	47	-		Toneladas	
		41	98		480
<i>Burkina Faso</i>	47	-		Toneladas	
		30	126		373
<i>Venezuela, República Bolivariana de</i>	45	-		Toneladas	
		45	232		194
<i>Tuvalu</i>	44	-		Toneladas	
		44	2.597		17
<i>Chad</i>	44	-		Toneladas	
		43	66		667
<i>Niue</i>	41	-		Toneladas	
		41	56		732
<i>Nigeria</i>	38	-		No medida	
		38	-		
<i>Uruguay</i>	34			Toneladas	
		138	38		895
<i>Bhután</i>	33			No medida	
		358	-		
<i>Dominica</i>	28	-		Toneladas	
		28	2.073		14
<i>Isla de Navidad</i>	24	-		No medida	
		24	-		
<i>Mauritania</i>	21	-		Toneladas	
		21	150		140

<i>Túnez</i>	20			Toneladas	
		315	18		1.111
<i>Samoa</i>	18	-		Metros	
		17	23	cúbicos	783
<i>Isla Norfolk</i>	18	-		Toneladas	
		18	41		439
<i>Islas (Malvinas) Falkland</i>	9	-		Toneladas	
		9	35		257
<i>Burundi</i>	8			Toneladas	
		4	13		615
<i>Etiopía</i>	7			Toneladas	
		92	3		2.333
<i>Islas Cocos (Keeling)</i>	4	-		Toneladas	
		4	6		667
<i>Tierras Australes y Antárticas Francesas</i>	2	-		Toneladas	
		2	7		286
<i>Montserrat</i>	2	-		Toneladas	
		2	3		667
<i>Suriname</i>	1			Toneladas	
		266	1		1.000

*Tabla 2 Importaciones de Agua Envasada por País Nota: Tabla compuesta con base en datos extraídos de TRADE MAP (International Trade Centre, 2017)*

Descontando China por las razones anteriormente expuestas, se evidencia que los mayores importadores de agua son los Estados Unidos, Bélgica, Alemania, Japón, todos comprando por encima de los 170 USD. (Exceptuando Bélgica que al parecer exporta agua de alta Calidad, pero importa la de menor precio y no tanta calidad).

El hecho que la mayoría de países importadores sean potencias mundiales, indica que el tipo de producto que están importando se caracteriza por una gran calidad y que se ubica en el segmento de lo “Premium”, además de los elevados costos por tonelada que ascienden casi a los 600 USD.



*Gráfico 2: Concentración Mundial de Países Importadores de Agua Envasada / Nota: Gráfico personalizado en la plataforma TRADE MAP, con la información provista por el autor y necesaria para este estudio. (International Trade Centre, 2017)*

El mercado es prominente en ciertos países y de esa forma es importante vislumbrar que para un producto como “AGUA DE LA PEÑA” existe un mercado que se puede explotar correctamente fuera del país y que puede ayudar a que se mejore la producción y comercialización del producto.

### 2.3. Escenario Colombiano

Colombia es un país cuya Balanza Comercial es negativa pues importa más Agua Envasada de la que exporta. Actualmente casi las exportaciones son nulas pues solo alcanzan 156.000 dólares

en el año 2016, aunque ha tenido otros años en donde la histórica repunta mucho mejor y ha alcanzado incluso a casi los 2.000.000 de Dólares.

Las importaciones por su parte son mucho mayores pues en el 2016, alcanzaron 2.150.000 dólares y la mayoría de ellas proviene de los Estados Unidos de América. Después le siguen los países europeos y cercanos a los Alpes como Francia, Italia y Bélgica., de donde se infiere provienen las aguas de lujo o Premium.



*Ilustración 3: Datos de Comercio Internacional de Agua Envasada desde Colombia / Nota: Gráfico creado por el autor de este estudio, basado en información externa de fuentes externas (International Trade Centre, 2017) (Ministerio Industria y Comercio - ProColombia, 2017)*

### **2.3.1. Exportaciones desde Colombia**

Comparando información de PROCOLOMBIA, con TRADE MAP, se puede evidenciar que la mayoría de exportaciones que se hacen desde el país se hacen hacia las Antillas Holandesas o Curaçao. Estas exportaciones son hechas por POSTOBÓN.

Aun así y para el tamaño de una empresa como POSTOBÓN, es muy pequeña la exportación que se hace con este país.

Cabe resaltar que hay una gran cantidad de exportaciones que se hacen a la misma Colombia, eso quiere decir que se llevan a alguna zona franca con algún propósito fin comercial, pero dichas unidades no salen del país y dentro de lo bajas que son las exportaciones, ellas representan un gran valor pues representan algo más de 38.000 dólares y a eso están pagando la Tonelada.

El agua que se ha exportado desde Colombia es agua corriente, no de nacimiento o natural como el producto que tiene Agua de la Peña.

Con el fin de conocer cómo funciona el mercado en Colombia y a donde se han hecho las exportaciones se construyó la siguiente tabla basada en dos plataformas consultadas como fuentes oficiales. (International Trade Centre, 2017) (Ministerio Industria y Comercio - ProColombia, 2017)

**Tabla 3.**  
***Exportaciones de Agua desde Colombia***

<i>Países de Exportación</i>	<i>Valor exportado en 2016 (miles de USD)</i>	<i>Saldo comercial en 2016 (miles de USD)</i>	<i>Participación de las exportaciones para Colombia (%)</i>	<i>Cantidad exportada en 2016</i>	<i>Unidad de medida</i>	<i>Valor unitario (USD/unidad)</i>
<b>Mundo</b>	<b>156</b>	<b>1.950</b>	<b>100</b>	<b>139</b>	<b>Toneladas</b>	<b>1.122</b>
<i>Curaçao</i>	85	85	55	98	Toneladas	867
<i>Colombia</i>	38	38	24	1	Toneladas	38.000
<i>Panamá</i>	13	13	8	26	Toneladas	500

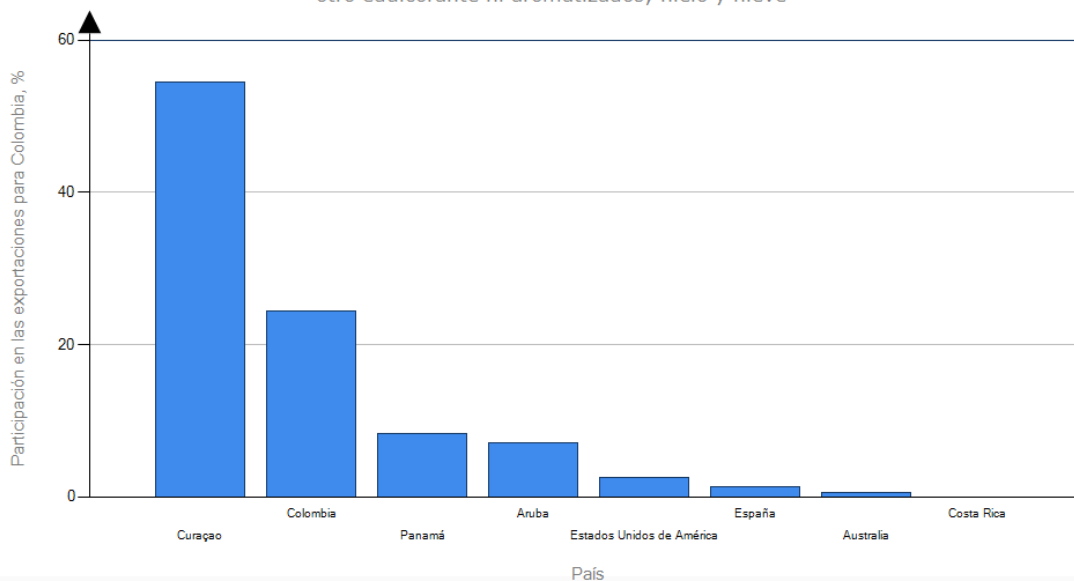


<i>Aruba</i>	11	11	7	10		1.100
					Toneladas	
<i>Estados Unidos de América</i>	4	- 1.211	3	-		
					Toneladas	
<i>España</i>	2	- 35	1	1		2.000
					Toneladas	
<i>Australia</i>	1	1	1	1		1.000
					Toneladas	
<i>Costa Rica</i>		- 1				
<i>Reino Unido</i>		- 11				
<i>Alemania</i>		- 17				
<i>México</i>		- 21				
<i>Jordania</i>		- 28				
<i>Islandia</i>		- 30				
<i>Noruega</i>		- 111				
<i>Francia</i>		- 300				
<i>Italia</i>		- 335				

*Tabla 3: Exportaciones de Agua desde Colombia / Nota: Tabla compuesta con base en datos extraídos de TRADE MAP (International Trade Centre, 2017) (Ministerio Industria y Comercio - ProColombia, 2017)*

En el siguiente gráfico se pueden evidenciar la proporción de los diferentes destinos de exportación desde Colombia.

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2016  
 Producto : 2201 Agua, incl. el agua mineral natural o artificial y la gaseada, sin adición de azúcar u otro edulcorante ni aromatizados; hielo y nieve



*Gráfico 3: Destino de las Exportaciones de Agua desde Colombia / Nota: Gráfico construido por el autor de este estudio en la Plataforma TRADE MAP (International Trade Centre, 2017)*

La evolución del mercado de exportaciones no ha sido favorable. Colombia ha perdido acceso a importantes países como Estados Unidos. La siguiente gráfica lo ilustra de manera correcta.

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Colombia en 2016  
 Producto : 2201 Agua, incl. el agua mineral natural o artificial y la gaseada, sin adición de azúcar u otro edulcorante ni aromatizados; hielo y nieve

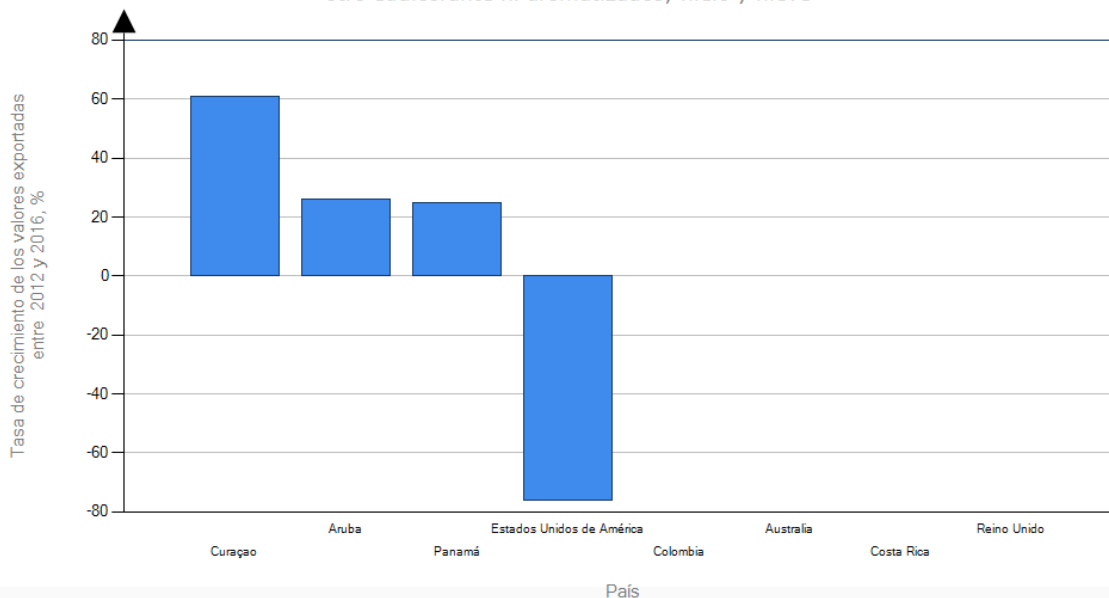


Gráfico 4: Crecimiento de los destinos de Agua Envasada desde Colombia / Nota: Gráfico construido por el autor de este estudio en la Plataforma TRADE MAP (International Trade Centre, 2017)

### 2.3.2. Importaciones desde Colombia.

Aunque para “Agua de la Peña”, y para este estudio en particular no es importante determinar las importaciones que se hacen a Colombia de agua envasada, pues lo fundamental en este caso es determinar los posibles mercados a los que se podría exportar el producto, se realizará un repaso por las mismas con el fin de inferir algunos datos importantes.

**Tabla 4.**

#### *Importaciones de Agua Envasada para Colombia*

<i>Importadores</i>	<i>Valor importado en 2016 (miles de USD)</i>	<i>Saldo comercial en 2016 (miles de USD)</i>	<i>Participación de las importaciones para Colombia (%)</i>	<i>Cantidad importada en 2016</i>	<i>Unidad de medida</i>	<i>Valor unitario (USD/unidad)</i>
<b>Mundo</b>	<b>2106</b>	<b>-1950</b>	<b>100</b>	<b>4051</b>	<b>Toneladas</b>	<b>520</b>
Estados Unidos de América	1215	-1211	57,7	3324	Toneladas	366
Italia	335	-335	15,9	330	Toneladas	1015
Francia	300	-300	14,2	230	Toneladas	1304
Noruega	111	-111	5,3	49	Toneladas	2265
España	37	-35	1,8	37	Toneladas	1000
Islandia	30	-30	1,4	22	Toneladas	1364
Jordania	28	-28	1,3	13	Toneladas	2154
México	21	-21	1	21	Toneladas	1000
Alemania	17	-17	0,8	17	Toneladas	1000
Reino Unido	11	-11	0,5	6	Toneladas	1833
Costa Rica	1	-1	0	0	Toneladas	
Curaçao		85				
Colombia		38				
Panamá		13				
Aruba		11				
Australia		1				

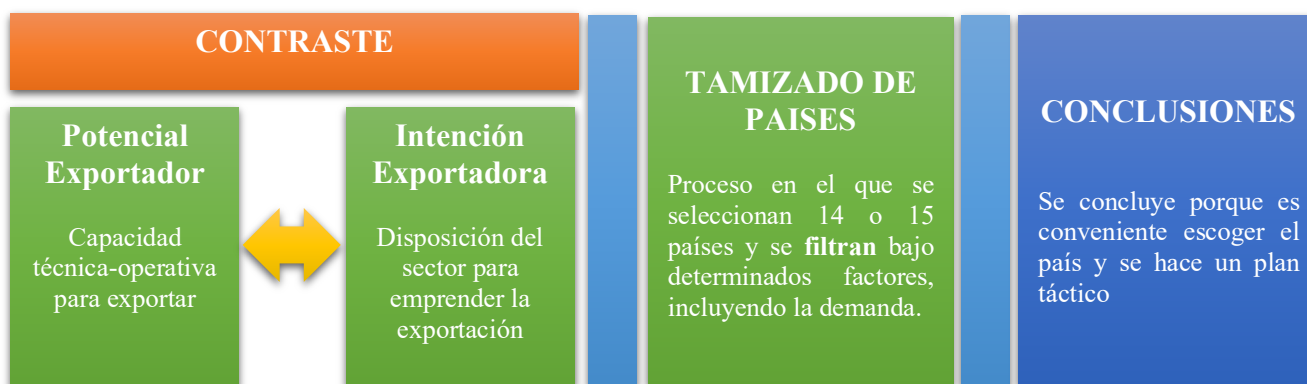
*Tabla 4 Importaciones de Agua Envasada para Colombia*

### 3. EVALUACIÓN DE LA EMPRESA “AGUA DE LA PEÑA”

Para poder establecer si es viable o no la posibilidad de exportar Agua Envasada desde la empresa, es necesario medir dos factores muy importantes que son el Potencial y la Intención exportadora.

Por una parte, la aplicación de una encuesta que mida potencial, se encargará de medir las capacidades que tiene la empresa para poder desplegar este proceso. En otra perspectiva se mide la intención, pues los empresarios, deben estar muy seguros de emprender el proceso, pues de lo contrario podría fracasar por no contar con el suficiente apoyo.

Para este estudio se utilizará una metodología consistente en 3 pasos que van relacionados entre sí



*Gráfico 5 Modelo del Prof. Buitrago para la Exportación / Nota: Gráfico contruido por el autor de este estudio con el fin de ilustrar la metodología propuesta y que se va a utilizar de ahora en adelante (Buitrago, Consultoría para estudio de mercado, 2017)*

Primero se realiza un contraste entre el potencial y la intención para saber si el país y sector están preparados o no para poder realizar la exportación, posteriormente se seleccionan países bajo criterio de consumo, economía, acuerdos, logística entre otros, se califican y se filtran obteniendo el resultado del mejor país para poder realizar la exportación.

### 3.1. Estudio de la Empresa (Factores Estratégicos)

Para determinar las capacidades operativas, técnicas y financieras de la empresa es necesario estudiarla toda en profundidad primero desde su descripción, hasta llegar a evaluar por medio de una encuesta de Potencial el puntaje de la empresa.

### 3.1.1. La Empresa “Agua de la Peña”



*Ilustración 4 Imagen Comercial Agua de la Peña (Agua de la Peña, 2014)*

#### **Misión:**

Producir y comercializar la mejor alternativa en agua natural mineral del país. C.I. Productos Agua de la Peña Ltda. está comprometida con el mejoramiento de la salud, pues gracias a las características fisicoquímicas del agua y la implantación de exigentes procesos tecnológicos y comerciales que involucran la continua especialización y capacitación de nuestro personal, brinda un producto de la mejor calidad, alcanzando rentabilidad y crecimiento, siempre enfocados hacia un compromiso social con su país y especialmente con Antioquia, generando empleo y progreso.

#### **Visión:**

C.I Productos Agua de la Peña Ltda., para el 2020, espera ser reconocida en el mercado nacional como la mejor empresa envasadora y comercializadora de AGUA MINERAL NATURAL, al tiempo que penetra y posiciona su marca en el mercado internacional, teniendo como fin ser reconocida en el ámbito global como una de las empresas con perspectivas más sólidas de rentabilidad, eficiencia y crecimiento.

## Carta del Fundador – Historia de la Empresa:



*Ilustración 5 Fotografía Terreno Productor (Agua de la Peña, 2014)*

*“Alrededor de 1.988 tuve a bien fijarme en la hermosa topografía que ofrecen los alrededores de la vereda San Luís, ubicada en el municipio de Támesis, en el Suroeste Antioqueño. Buscando por allí una finca para recreo de mi familia, llegué a donde el propietario de un predio de más o menos 40 cuadras, la mitad sembrada con café, a quien logré comprarle unas diez cuadritas.*

*Cerrando dicha negociación, me acotó: “le entrego, aparte de la tierrita, dos joyas: una fuente de agua pura natural, y el vecindario, las 10 hijas del señor Londoño.” Así pues, con mucho entusiasmo, empecé a construir mi cabaña y a disfrutar de ese paraíso.*

*Un día de fiesta con invitados en mi finca: "Villa Mónica," se nos agotó la provisión de agua potable, teniendo necesidad de ir a conseguirla al pueblo. Ante esta situación, uno de mis amigos visitantes me dijo: "¿por qué no usas el Agua de la hermosa fuente que mana cerca de la cabaña?". Le respondí que, por desconfianza de su calidad, no lo hacía.*

*Creada la inquietud, tomé unas muestras del agua y las traje a Medellín, al laboratorio de los doctores Martha Luz Misas y Jorge Fergusson, para exámenes bacteriológicos y fisicoquímicos. No se tardaron los magníficos resultados: Agua Natural Mineral, libre de bacterias, con parámetros excelentes para la "Organización Mundial De La Salud, área de Aguas Potables."*

*Al recibir los resultados, el concepto del Dr. Fergusson fue: "esta calidad de aguas potables de fuentes naturales, son muy escasas en América". Así pues, dimos comienzo a la titánica labor de crear una empresa envasadora de agua natural, pura, y mineral.*

*Gracias a una sociedad que conformé con un amigo, pudimos empezar a levantar la primera planta física, con los tanques y condiciones pertinentes para el agua. Esta incipiente sociedad se llamó: "PEÑAGUA Ltda.", disuelta al poco tiempo, por algunas discrepancias con el socio.*

*Al Cabo de un mes, en el año de 1991, con un nuevo socio, constituimos una nueva sociedad a la que titulamos, "PRODUCTOS AGUA DE LA PEÑA LTDA". Con este socio, se adquirió la licencia de funcionamiento a nivel nacional.*

*Sin embargo y a pesar de los grandes esfuerzos, nuestras dificultades económicas, sumadas a la gran competencia en el mercado, no nos permitieron sostener la empresa, por lo que tomamos la difícil decisión de venderla a alguien que tuviera los medios para hacerlo.*

*Hoy día, C.I. Productos Agua de la Peña Ltda. pertenece a una familia que, gracias a sus grandes esfuerzos y sacrificios, ha logrado, no solamente posicionar la marca dentro de*



*nuestro país, sino atravesar las fronteras, llevándola a ser la principal exportadora de Agua Mineral Natural de Colombia para el mundo.*

*Todos estos exitosos resultados no hubieran sido posibles sin la ayuda de cada uno de los empleados, sus familias y la gente de la región con la que siempre estaremos agradecidos por colaborar con este lindo proyecto.*

*Atentamente,*

*Hernán Darío Lopera Vásquez.*

*FUNDADOR” (Agua de la Peña, 2014)*

### **Sobre la Empresa:**

C.I. Productos Agua de la Peña Ltda., es una empresa paisa, que fue creada en el año de 1991 con el fin de envasar, distribuir y comercializar AGUA MINERAL NATURAL.

Su moderna planta de producción se encuentra ubicada en el hermoso municipio de Támesis, al sur oeste del departamento de Antioquia. Dicha planta cuenta con maquinaria de tecnología de última generación y personal altamente capacitado, además de un moderno laboratorio para control físicoquímico y bacteriológico, lo que le permite entregar un producto que cumple con los más altos estándares de calidad exigidos por las normas colombianas e internacionales.



*Ilustración 6 Fotografía Aerea de la Planta (Agua de la Peña, 2014)*



*Ilustración 7 Fotografía de la Planta en su Proceso (Agua de la Peña, 2014)*

## **Ficha Técnica de la Empresa**

Situación de la empresa	ACTIVA
ICI	1700025107700000
Nit	8001222708
D-U-N-S®	881274455

Matrícula Mercantil	40141003-21
Razón Social	C I PRODUCTOS AGUA DE LA PENA LTDA
Razón Social Antigua	PRODUCTOS AGUA DE LA PENA LTDA
Dirección Actual	VEREDA SAN LUIS KM 4, TAMESIS, ANTIOQUIA
Domicilio anterior	, MEDELLIN, ANTIOQUIA
Teléfono	(4)8494956
Correo electrónico	<a href="mailto:info@aguadelapena.com">info@aguadelapena.com</a>
Código Forma Jurídica	SL
Forma Jurídica	SOCIEDAD LIMITADA
Fecha Constitución	22/02/1991
Fecha Inicio Actividad	22/02/1991
Fecha Vigencia	12/02/2021
Cámara Registro Inicial	C.C. MEDELLIN
Cámara Registro Actual	C.C. MEDELLIN
Empleados Fijos	7
Actividad CIU	C1104 - ELABORACION DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS PRODUCCION DE AGUAS MINERALES Y DE OTRAS AGUAS EMBOTELLADAS
Código Actividad	1104
Objeto Social	ELABORACION DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS, PRODUCCION DE AGUAS MINERALES Y DE OTRAS AGUAS EMBOTELLADAS
Cotiza en Bolsa	No
Fecha de Estado	30/07/2008

*Experiencia Internacional:*

Agua de la Peña, por su exquisita calidad, es una marca que puede competir en cualquier parte del mundo. Hoy nuestra marca se exporta para Panamá y las Islas del Caribe, con un promedio de seis contenedores mensuales, lo que equivale a 24 millones de litros vendidos en el año sólo en exportaciones. Proyectándose a mediano plazo para exportar hacia África y Asia. A nivel nacional, Agua de la Peña se distribuye a las regiones de Eje Cafetero, Costa Pacífica y Zona Andina.

*Características del Producto:*

El nacimiento de agua natural del que envasa la empresa C.I. PRODUCTOS AGUA DE LA PEÑA LTDA. se encuentra localizado en un escarpe rocoso a 1560 metros de altura sobre el nivel del mar en la cordillera Occidental, en el suroeste del departamento de Antioquia, al norte del área urbana del municipio de Támesis.

La zona donde se halla el nacimiento se encuentra dentro de una formación vegetal muy húmeda, caracterizada principalmente por el exceso de lluvias sobre la capacidad de evaporación y absorción por el suelo. Tal cantidad de lluvia permite que los suelos de la planicie, que hace las veces de zona de recarga se encuentren en estado de saturación de agua gran parte del año y, en consecuencia, se filtre la misma a través del sustrato rocoso.

Una vez el agua infiltrada alcanza en profundidad el macizo rocoso, que se encuentra fracturado por los esfuerzos a que ha estado sometido durante millones de años, viaja a través de la fractura, que se convierten en un filtro natural donde incorpora durante su recorrido todos los minerales que la enriquecen.



*Ilustración 8 Fotos del Nacimiento (Agua de la Peña, 2014)*



*Ilustración 9 Fotos del Filtro (Agua de la Peña, 2014)*



*Ilustración 11 Proceso de Filtrado (Agua de la Peña, 2014)*



*Ilustración 10 Producto Final (Agua de la Peña, 2014)*

*“Las cualidades del agua mineral natural, AGUA DE LA PEÑA, se presentan raras veces en Colombia, debido a su natural recorrido por una cordillera de origen volcánico, con gran cantidad de minerales, que lógicamente la hacen un producto ausente de cualquier tipo de bacterias”, según los expertos en aguas. (Agua de la Peña, 2014)*

*Tipos de Agua Mineral:*

AGUA DE MINERALIZACION MUY DEBIL: atraviesan granito y basalto. Residuo seco de hasta 50 mg/l

AGUAS DE MINERALIZACIÓN DÉBIL: se filtran por arena compacta. Están recomendadas para la elaboración de alimentos infantiles y para personas con problemas de riñón. Residuo seco de hasta 500 mg/l

AGUAS DE MINERALIZACIÓN FUERTE: tienen un elevado contenido en calcio y magnesio, se filtran por piedra calcárea y presentan un sabor duro y terroso. Son recomendadas para personas con deficiencias significativas en determinados minerales. Residuo seco superior a 1500 mg/l

*Producto de Agua de la Peña:*

El agua producida y envasada, por nuestra compañía, es agua mineral natural, de mineralización débil, baja en sodio.

Propiedades Físico – Químicas

Bacteriológicamente pura.

Tiene su origen en un yacimiento subterráneo.

Brota de un manantial en un punto de alumbramiento natural.

Aguas Oligometalicas o de Mineralización Débil. (mas 50 mg/l hasta 500 mg/l de residuo seco)

Aguas Hiposódicas diuréticas - Baja en sodio (hasta 20 mg/l de sodio)

Exquisita palatividad

Con el fin de ilustrar la ventaja competitiva que existe para la empresa, se ha construido una tabla basado en los estudios que presenta la empresa. (Agua de la Peña, 2014)

**Tabla 5.**  
***Propiedades del Agua de la Peña***

***Propiedades del Producto AGUA DE LA PEÑA***

<i>PH</i>	6,58
<i>ALCALINIDAD TOTAL</i>	80
<i>DUREZA TOTAL</i>	86
<i>HIERRO TOTAL</i>	0,058
<i>SULFATOS</i>	0,0
<i>CLORUROS</i>	7,0
<i>POTASIO</i>	0,80
<i>SODIO</i>	7,9
<i>TURBIEDAD</i>	0,05
<i>SÓLIDOS TOTALES</i>	170
<i>COLOR</i>	2

*Tabla 5 Propiedades del Agua de la Peña / Tabla construida con información proveniente de la empresa. (Agua de la Peña, 2014)*

Así mismo es importante organizar en una tabla como se encuentra el portafolio de producto de la empresa, que básicamente está delimitado por las presentaciones en tamaño del agua. (Agua de la Peña, 2014)

**Tabla 6.**  
***Mezcla de Producto***

<b>Vaso 260 cc</b>	<b>Botella PET 600 cc</b>
<b>Bolsa 350 cc</b>	Botella PET 1.500 cc
<b>Botella PET 300 cc</b>	Garrafa 3.000 cc
<b>Botella PET 500 cc</b>	Garrafa 5.000 cc

*Tabla 6 Mezcla de Producto – Información extraída de la empresa (Agua de la Peña, 2014)*



Gráfico 6 Portafolio de Productos (Agua de la Peña, 2014)

### 3.2. Datos Generales y Requisitos para la Exportación.

Antes de emprender una exportación se debe contar con una serie de requisitos, que garantizan que el proceso sea exitoso. Es necesario conocer desde la partida arancelaria, hasta los diferentes requerimientos de ley para poder hacer todo el procedimiento.

Con el fin de relacionar de forma ordenada la información arancelaria, consultada en la sección aduanera de la DIAN, se construyó la siguiente tabla (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, 2017).

**Tabla 7.**

***Partidas Arancelarias y Requisitos de Ley***

Partida Arancelaria:	<p><b>El producto se encuentra dentro de:</b></p> <p><b>SECCIÓN IV:</b></p> <p><b>Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados</b></p> <p><b>Capítulo 22:</b></p>
----------------------	---



	<p><b>Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre</b></p> <p>Partida 2201:</p> <p><b>Agua, incluidas el agua mineral natural o artificial y la gaseada, sin adición de azúcar u otro edulcorante ni aromatizada; hielo y nieve.</b></p> <p>Sub Partida 2201.10.</p> <p><b>Agua Mineral y Gaseada</b></p>
Requerimientos Cumplidos por la Empresa:	<p>La empresa cuenta con las certificaciones correctas para poder emprender el proceso de exportación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ICA</li> <li>- INVIMA</li> </ul>

*Tabla 7 Partidas Arancelarias y Requisitos de Ley / Nota: Basado en: (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, 2017)*

### **3.3. Evaluación de Potencial Exportador.**

La encuesta de potencial exportador es un mecanismo diseñado para evaluar diferentes variables con una ponderación de acuerdo con su clasificación, para identificar que tan preparado está el sector para exportar. Entre más sólido en los aspectos de producción, financieros, de mercadeo, preparación, cobertura nacional, entre otros, entonces mejor potencial tendrá la empresa.

Los resultados de la encuesta fueron arrojados con base en la calificación que se le dio a cada una de las variables, después de haber investigado todos los factores internos y externos de la empresa.

Con base en esto y en el estudio de mercado nacional, se establecieron las diferentes calificaciones por variable.

Para ta fin se evaluaran en la siguiente tabla el comportamiento de expansión que tiene la empresa y se calificará:

**Tabla 8.**  
***Resultados Portencial Exportador – Comportamiento de Expansión***

<b>Comportamiento Expansión (35%)</b>				
<b>VARIABLES</b>	<b>Indicadores de medición</b>	<b>Calif.</b>		<b>Descripción</b>
<b>* Cobertura de mercado</b>	Número de Ciudades atendidas	3,5	3,65	Agua de la Peña, cubre toda la región de Antioquia y el Eje Cafetero en Colombia. Aunque maquila para marcas a nivel nacional solo tiene cobertura en pocas ciudades principales.
	% Ventas NO Locales	3,8		En este aspecto la calificación mejora, pues la empresa ha realizado exportaciones de agua a Panamá, lo que ya le dá una solidez en el proceso. Adicionalmente con este porcentaje y con lo que hace fuera de su región de Antioquia, puede llegar al 35% de la venta bruta.
<b>* Variación de tamaño</b>	Var. Vol. Ventas	4	3,3	En los últimos años la empresa ha mostrado crecimientos que oscilan entre el 10% y el 15%, lo que indica que las ventas han crecido ostensiblemente.
	Var. Tamaño Activos	2,5		No existen grandes cambios en activos.
	Var. No. Empleados (Fijos vs. Temporales)	3,5		Aunque solo cuenta con 7 empleados de planta, los empleados temporales han crecido bastante en los últimos años.
<b>* Estructura de propiedad (Concentración de la toma de decisiones)</b>	Variación en el No. De Socios	3,8	3,1	Los socios de la empresa siguen siendo los mismos. En el criterio esto genera solidez. Pues la empresa puede tomar decisiones autónomas.
	Estructura Familiar	2,5		La empresa tiene un componente familiar alto. Se entiende que cuando esto ocurre, las posibilidades de crecimiento se limitan un poco.

Se tiene una Junta Directiva	3.0	La empresa cuenta con una Junta Directiva familiar. Hay ventaja en la medida que es importante que exista como organismo para la toma de decisiones, pero al ser familiar, las personas pueden estar sesgadas por su relación.
<b>Puntaje Comportamiento de Expansión</b>	<b>3.35</b>	

*Tabla 8: Resultados Potencial Exportador – Comportamiento de Expansión – Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

Posterior a ello se evalúan Habilidades Competitivas, para lo cual se ha empleado la siguiente tabla que es similar a la anterior.

**Tabla 9.**  
***Resultados Potencial Exportador – Habilidades Competitivas***

<b>Habilidades Competitivas (35%)</b>				
<b>Variabes</b>	<b>Indicadores de medición</b>	<b>Calif.</b>		<b>Descripción</b>
<b>* Innovación</b>	Amplitud de líneas actuales y Concentración Ventas en una sola línea	2	2	Por el tipo de producto es difícil diversificar y tener varias líneas de producto. En este caso estas líneas se dan por el tipo de envase y empaque.
	No. Nuevos productos al año	1	.8	Son pocas las innovaciones que se dan en el año. Realmente la innovación se dá probando envases que preserven la calidad del Agua.
	Departamento de Desarrollo de producto	2	.0	Existe un departamento de Calidad, pero no de desarrollo de nuevos productos. Pues aunque la empresa podría diversificar con agua saborizada, gasificada o de otro tipo, no le interesa incurrir en este aspecto.
	Autoevaluación Empresa (Innovación en Procesos)	3	.2	El departamento de Calidad, ha desarrollado mejoras de procesos al momento de envasar, mejorando los tiempos en respuesta y el proceso como tal
	Autoevaluación Empresa (Diseño y Originalidad)	3	.0	La originalidad en un producto como el agua es difícil. Sin embargo, cuenta con una imagen que es Marca Registrada, y sus empaques se diferencian del resto de empresas.

<b>* Canales</b>	Variedad de Canales	3	3	La empresa cuenta con canales de distribución limitados. Realmente la venta se maneja únicamente en minoristas de la región y en algunos negocios de nicho como restaurantes. Podría ser mejor la variedad de Canales.
		.0	.0	
<b>* Disponibilidad de recursos</b>	Existencia de un departamento de Mercadeo	3	3	Como tal no existe un departamento de mercadeo, que planee la operación desde Producto, Promoción, Plaza y Precio. Sin embargo, para todo efecto hay un departamento comercial y las decisiones de fondo son tomadas en conjunto con la Gerencia.
	Personal Calificado en mercadeo	2		El Gerente Comercial hace las veces de profesional en Mercadeo. Aporta sus conocimientos a la marca.
	Formación en aspectos de Comercio Exterior	4		La empresa ya ha realizado exportaciones. Por lo tanto, todo el recurso humano y familiar de la compañía conoce los procesos de Comercio Exterior.
	Disponibilidad en recursos financieros (Comparar con Variación en Activos)	3		La empresa está sana financieramente y sus dueños cuentan con el musculo financiero necesario para poder emprender los proyectos necesarios.
		.5		
		.0		
		.8		
<b>* Calidad</b>	Certificación	4	3	La empresa cuenta con las certificaciones de INVIMA, que permiten la comercialización correcta de alimentos y bebidas a nivel nacional y homologada a nivel internaciones. Podría haber certificación IQ NET
		.2	.94	
	Encuesta de Satisfacción	3		La empresa se ocupa por hacer seguimiento esporadico con sus clientes institucionales para medir la calidad de su producto. Como tal no hay un programa de monitoreo de satisfacción.
		.4		
	% Devoluciones	4		Las devoluciones en la empresa son minimas y casi nunca obedecen a Calidad del agua
		.2		
	Evaluación Empresa (Producto)	4		El producto tiene una gran ventaja competitiva, asociada a la fuente de recolección del Agua, que le permite ser absolutamente mineral y ubicarse en los más altos estándares mundiales.
		.5		
	Evaluación Empresa (Servicio)	3		La Gerencia Comercial de la empresa se encarga de proveer un buen servicio a los principales clientes. Podría haber mayor atención en este aspecto.
		.4		

<b>* Conocimiento mercado</b>	Evaluación Empresa (Conocimiento)	4	4	La empresa conoce correctamente el mercado y sobretodo las preferencias del Cliente en materia de Calidad y segmento, De ahí se han derivado decisiones importantes como la exportación.
<b>* Productividad</b>	Evaluación Empresa (Productividad)	3 .8	3 .8	La productividad es buena la empresa puede producir 24.600 litros mensuales. Aunque podría ser mejor, la productividad es optima y se puede operar la empresa las 24 horas del día
<b>* Tecnología</b>	Evaluación Empresa (Tecnología)	3 .5	3 .5	La empresa cuenta con el desarrollo tecnológico necesario. Sin embargo, aun los procesos no son totalmente automatizados y cuentan con una gran necesidad de capital humano para el envase del agua.
<b>Puntaje Habilidades Competitivas</b>		3		
		.43		

*Tabla 9 Resultados Potencial Exportador – Habilidades Competitivas Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

La percepción de barreras es importante, pues demuestra que tanto riesgo está en capacidad de asumir la empresa para emprender el proceso, por está razón se evalúa en una matriz similar a los anteriores ítems.

**Tabla 10.**  
***Resultados Portencial Exportador – Percepción Barreras***

<b>Percepción de barreras (20%)</b>				
<b>Variabes</b>	<b>Indicadores de medición</b>	<b>Calif.</b>		<b>Descripción</b>
<b>INTERNAS</b>				
<b>* Desconocimien to de mercado</b>	Necesidades de información de mercados	2 .8	2 .8	No hay una necesidad clara de conocer individualmente los mercados que pueden acceder. Son pocos los estudios de mercado que se realizan con el fin de poder acceder a nuevos mercados consumidores de Agua.
<b>* Falta planeación estratégica</b>	Falta de plan estratégico (metas, escenarios, planes contingencia)	2 .3	2 .3	La empresa carece de planeación estrategica, que le permita ser un competidor agresivo. Sin embargo, existe cierta planeación financiera que le permite conocer aspectos basicos para su sostenimiento.

<b>* Diferenciación productos.</b>	Diferenciación en el producto, precio, promoción y distribución según mercados	4 .8	4 .8	Contar con el nacimiento del agua y tener un agua mineral certificada, le genera una diversificación sobre las demás aguas tratadas que ocupan el 90% del mercado. La calidad por esto es muy alta.
<b>* Conocimiento aspectos legales.</b>	Conocimiento de los aspectos legales de los contratos internacionales	4 .0	4 .0	La empresa Agua de la Peña, se mueve correctamente en el marco legal, tanto nacional como internacional, pues ya ha hecho exportaciones. Por esta razón ha podido realizar procesos de expansión satisfactorios.
<b>* Análisis información de mercados</b>	Análisis de la información de mercados	3 .5	3 .5	Aunque la empresa no recolecta por sus propios medios la información. Ha sabido leer las situaciones del mercado, lo que la ha llevado a emprender procesos de exportación de agua y atacar mercados distintos como las maquilas – cliente institucional.
<b>EXTERNAS</b>				
<b>* Barreras tarifarias.</b>	Barreras tarifarias en el país	3 .5	3 .5	Colombia ha desarrollado diferentes acuerdos comerciales de 0% arancel, lo cual facilita el acceso a mercados internacionales, principalmente en América.
<b>* Infraestructura externa.</b>	Infraestructura externa	1 .5	1 .5	La infraestructura del país no es eficiente para el transporte de mercancías, resulta muy costoso llegar hasta los puertos, para este caso es conveniente estar cerca a los puertos. Antioquia se caracteriza por tener las carreteras más complicadas de la región.
<b>* Acceso al crédito</b>	Acceso al crédito (financiar operación internacional)	3 .9	3 .9	La empresa y sus propietarios cuentan con el suficiente respaldo para poder acceder al crédito para apalancar la operación de exportación.
<b>Puntaje Percepción de Barreras</b>		3 .28		

*Tabla 10: Resultados Potencial Exportador – Percepción de Barreras - Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

En última instancia se evalúa el perfil del empresario, pues de la preparación y experiencia del mismo, también depende el proceso. Se realiza la evaluación en una tabla similar a las demás que se han visto anteriormente y que se encuentra a continuación:

**Tabla 11.**  
**Resultados Potencial Exportador – Perfil del Empresario**

Perfil del Empresario (10%)					
Variables	Indicadores de medición	Calif.		Descripción	
<b>* Nivel de estudios</b>	Año de estudios total	4.0	4.0	El empresario cuenta con un nivel de estudios y cultural alto, que le han permitido direccionar muy bien la empresa y contar con las ventajas competitivas a su favor. Sin embargo, no todo el personal es calificado, se encuentra también con una parte empírica.	
	<b>* Percepción de la actividad internacional-riesgo, crecimiento, impacto costos</b>	Son las que más contribuirán al crecimiento de la empresa	4,6	4.33	El empresario demanda un proceso de internacionalización, toda vez, que entiende que el producto tiene las características para poder triunfar en el mercado internacional y que es necesario para maximizar ingresos de la compañía.
	Disminuirán los costos operacionales de la empresa	4,2		En este momento la capacidad de la planta se encuentra sub utilizada, por esta razón es necesario maximizar la producción y buscar otro mercado, pues esto bajará los costos fijos que son bastante altos.	
	Son de alto riesgo	4,2		Esta empresa no considera la exportación como alto riesgo pues ya ha hecho los ejercicios necesarios para poder exportar anteriormente y lo ha logrado con bastante éxito. Por lo tanto el riesgo para esta empresa ya disminuye ostensiblemente.	
<b>Puntaje Perfil del Empresario</b>			<b>4.16</b>		

*Tabla 11: Resultados Potencial Exportador – Perfil del Empresario - Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

Finalmente en la última tabla se incluyen los promedios de cada una de las categorías y se ponderan con los porcentajes de equivalencia.

**Tabla 12.**  
***Resultados Potencial Exportador – Resultado Final***

<b>Comportamiento de Expansión</b>	<b>35%</b>	<b>3.35</b>
<b>Habilidades Competitivas</b>	<b>35%</b>	<b>3.43</b>
<b>Percepción de Barreras</b>	<b>20%</b>	<b>3.28</b>
<b>Perfil del Empresario</b>	<b>10%</b>	<b>4.16</b>
	<b>Total</b>	<b>3.445</b>

*Tabla 12 Puntaje Resultados Potencial Exportador – Resultado Final Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

Según el Profesor Luis Alberto Buitrago, quien proporciona el modelo de la encuesta de Potencial Exportador, el puntaje de la encuesta debe ser de 1 a 5. Una nota que es aceptable y que determina que la empresa cuenta con lo necesario en cuanto a infraestructura y productividad es superior a 3.0. (Buitrago, Consultoría para estudio de mercado, 2017)

En este caso para Agua de la Peña, se puede evidenciar con un puntaje de 3.445, que la empresa si bien no es la más grande, cuenta con las características necesarias para poder emprender un proceso de exportación.

Es muy importante en esta medición de potencial la trayectoria de más de 26 años que tiene la empresa, así como que hace algunos años se haya constituido como C.I Agua de la Peña LTDA, lo que indica que ante cámara de comercio y los organismos de control nacionales la empresa se encuentra inscrita como una COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL. La empresa ha emprendido procesos de exportación anteriormente, eso quiere decir que logra cumplir con todas las normas técnicas y requisitos mínimos para realizar el proceso.

Lo anterior muestra una ventaja muy marcada en el proceso. Y por eso la empresa aprueba tranquilamente la evaluación de potencial exportador.



El tener una ventaja competitiva que el nacimiento de AGUA DE LA PEÑA se encuentre apenas entre el 2,5% de las aguas del mundo, que cuentan con la característica y diferencial estratégico de ser MINERALES, lo que las cataloga en un segmento Premium que tiene un precio de venta en el mercado internacional de hasta 600 dólares (por tonelada)

### 3.4. Evaluación de Intención Exportadora

Según los expertos en mercadeo internacional, como los profesores Luis Alberto Buitrago y Andrés Castro, ningún proceso exportador puede triunfar si el empresario no tiene la disposición para hacerlo, pues en este caso es tan importante la voluntad, como la capacidad para hacerlo.

En ese sentido, también se ha decidido implementar la encuesta de Intención Exportadora a la empresa, en donde se reflejará si es posible emprender un nuevo proceso de exportación en aras de buscar un mercado más amplio que permita explotar mejor la capacidad instalada con la que cuenta AGUA DE LA PEÑA.

La percepción generalmente es que es complicado exportar y si esa imagen está en el imaginario colectivo de quien piensa hacerlo, es muy difícil sacar adelante el proyecto con éxito.

De la misma forma que hay una encuesta para potencial, para intención también existe teniendo en cuenta factores más cualitativos y psicológicos. En ese sentido, se hace la calificación en una tabla similar a las que se usaron en potencial y que se encuentra a continuación:

**Tabla 13.**

#### *Resultados y Puntaje Intención Exportadora*

Variables	Indicadores de medición	Calificación	Observaciones
<b>1. Motivaciones para salir a exportar</b>	* Motivaciones proactivas	4.1	A la empresa le motiva que tras entender que tiene un producto con una
	Planeación Estratégica	3.5	

---

Economías de Escala	4.0
---------------------	-----

ventaja competitiva como lo es el Agua Mineral, entonces entendiendo esa rareza y diferencial en el mercado Colombiano puede haber cierta planeación estratégica ideal para poder exportar el producto a mercados donde sea más valorado.

---

Se entiende que al explotar un mercado nuevo, la demanda del producto incrementará y esto permitirá que se utilice el 100% de la capacidad productiva de la planta, lo que optimizará los costos y permitira el manejo de economias a escala.

---

Diversificación Riesgos	4.0
-------------------------	-----

---

El empresario entiende que al exportar Agua, no solo depende del mercado regional que tiene cubierto en este momento sino que pone expectativas en otro nicho.

---

Contactos en el exterior	4.2
--------------------------	-----

---

Al haber exportando anteriormente, el empresario ya cuenta con contactos en el exterior y de esa forma puede desarrollar este mercado mejor. La empresa no teme de crear nuevos contactos, pues ya conocer como es el proceso para emprender.

---

Decisión de expansión la empresa	4.8
----------------------------------	-----

---

Hay una decision marcada pues es necesario expandir la empresa. Se entiende que con el consumidor colombiano es difícil cambiar la mentalidad de consumo de los tradicionales productores a uno nuevo, así como que tampoco es importante para el cliente promedio si el agua es mineral natural o no.

---

* Motivaciones reactivas	3.9
--------------------------	-----

---

Situación coyuntural del mercado doméstico	3.8
--	-----

---

El mercado domestico está muy competido, por lo que se hace difícil entrar a rivalizar con las empresas de gran trayectoria y en un mercado que no tienen en cuenta las propiedades del agua y no distingue entre ellas.

---

	Oportunidades Mercado	4.0		Se ve una clara oportunidad de mercado en países que pagan muy bien el agua mineral como Estados Unidos, Mexico, y Europa en general. En estos países la demanda de agua mineral es grande y puede haber espacio en el mercado.
	Oportunidades Acuerdos	3.5		El empresario percibe altos costos al exportar. Pero sin embargo, conoce de los acuerdos comerciales que tiene Colombia en el exterior y que eventualmente eso puede acortar la brecha.
	Pedido no buscado	4.3		Anteriormente se han hecho exportaciones, con cierto éxito, por lo tanto ya no sería raro si se incursionara en este mercado.
<b>2. Asignación de recursos para su preparación</b>	Investigación de mercados internacionales	2.8	<b>2.86</b>	Anteriormente a este, la empresa no había realizado ningún estudio de mercado internacional. Sin embargo, el haber hecho exportaciones empíricamente
	Innovaciones	2		El empresario entiende que debe hacer mejoras en el producto pero no como tal innovar para exportar su producto fuera del país.
	Expansión de la empresa	3.8		El empresario entiende que debe expandir la empresa en temas de Talento Humano, especialmente en la parte comercial con el fin que haya un buen despliegue de la marca fuera del país.
<b>3. Perspectivas sobre la actividad internacional definidas</b>	La empresa tiene perspectivas definidas para los próximos tres años	3.0	<b>3.0</b>	Para la empresa no es el mercado principal, sino una forma de expandir y aprovechar mejor la capacidades de la planta. No todas las apuestas están enfocadas en esta operación
<b>4. Percepción de Riesgo de la Actividad Internacional</b>	Son de alto riesgo	4.2	<b>4.2</b>	Para el productor las actividades a nivel internacional no son de alto riesgo, pues ya se hicieron exportaciones anteriormente
<b>Puntaje intención exportadora</b>			<b>3.515</b>	

*Tabla 13 Resultados y Puntaje Intención Exportadora - Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

Los resultados de esta encuesta se dan por la aplicación de las calificaciones, con base en las entrevistas en profundidad realizadas a miembros del equipo directivo de la empresa AGUA DE LA PEÑA. Con base en eso se determinó que tanta disposición tiene la empresa por involucrarse de nuevo en mercados internacionales.

El resultado es favorable, la empresa obtiene un 3.515 / 5.0, que demuestra que se han superado los miedos que genera emprender un proceso como este. Adicionalmente también se puede evidenciar que hay conocimiento del proceso de exportación y apertura de mercados internacionales, por lo que eso también favorece la intención de la empresa y propietarios.

El aspecto a trabajar es tal vez la asignación de recursos para la preparación. Es decir, la inversión en estudios e innovaciones que permitan hacer el proceso más profesional y menos empírico.

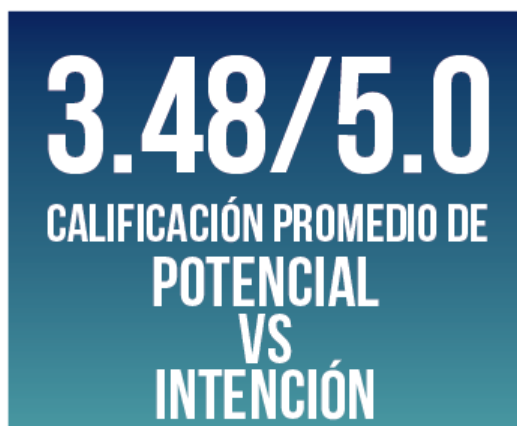
### **3.5. Resultado para Exportación.**

Al contrastar Potencial con Intención, se encuentra que la empresa tiene un panorama apto para poder emprender un proceso de exportación.

A la empresa no debe preocuparle el Potencial, pues su capacidad instalada, su trayectoria en el mercado y la calidad del producto, determinan que cuenta con las condiciones necesarias para poder comercializar el producto fuera del país.

Tampoco debe preocupar la Intención, toda vez, que la empresa ha hecho exportaciones anteriormente y las barreras psicológicas que puede tener el empresario en este momento son casi inexistentes.

La siguiente ilustración se hizo para mostrar el resultado del potencial vs intención que determina el puntaje final y la posibilidad para emprender el proceso de exportación



*Ilustración 12 Contraste de Resultados Potencial vs Intención / Nota: La ilustración fue realizada por el autor de este estudio, con el fin*

En el resultado es claro ver como la empresa obtiene un 3.48 / 5.0, puntaje que supera el promedio e indica varias conclusiones preliminares:

- a) La empresa por su solidez en tiempo transcurrido, en infraestructura, en equipos, musculo financiero y en curva de experiencia, cuenta con el potencial y las características necesarias para exportar.
- b) El haber hecho exportaciones anteriormente a países como Panamá, le da a la empresa una experiencia grande a nivel de intención y de potencial. Empezar un segundo proceso de exportación es menos traumático que el primero.
- c) Esta empresa cuenta con calificaciones superiores a 3,4 por separado en intención y en potencial. Ello significa que ninguna complementa a la otra, sino que es un proceso que puede salir adelante con menor índice de riesgo.
- d) Que la empresa cuente con una calificación de 3.48, denota que es una pequeña empresa, que carece de la estructura, logística y solidez de una gran fábrica, pero que cuenta con los factores necesarios para lograr una exportación exitosa.

#### 4. INTELIGENCIA DE MERCADOS.

En este punto habiendo ya determinado que es viable para la empresa exportar, ahora se hace necesario determinar cuál es el mejor destino (País) para emprender la exportación. Para eso se realizará un proceso denominado como Tamizado de Países, en donde con base en unos criterios y variables se califica el desempeño de esos destinos y se elige el mejor escenario.

En el proceso se seleccionarán 5 países previamente, basados en el *Consumo de Agua Envasada Importada y de Origen Mineral*.

##### 4.1. Países Seleccionados y Criterios de Selección.

Dentro de los países seleccionados se tuvo en cuenta el precio al que pagan la Tonelada de Agua. En el caso de esta selección se tuvo en cuenta que estos países pagaran la tonelada de Agua Mineral Envasada por encima de los 170 USD, oscilando hasta los 600 USD.

Los países seleccionados son:

- a) Alemania
- b) China
- c) Estados Unidos
- d) Reino Unido
- e) Canadá

La siguiente tabla muestra los criterios de evaluación que se utilizará para cada país (Buitrago, Consultoría para estudio de mercado, 2017; DIAN, 2017). Esta ponderación fue hecha especialmente para este estudio dándole la importancia a los criterios según el producto a exportar.

**Tabla 14.**  
***Resultados Potencial Exportador – Comportamiento de Expansión***

<b>Criterios de Evaluación</b>	
Población	<b>8%</b>
Idioma	<b>1%</b>
Moneda	<b>1%</b>
PIB Per Cápita (2015)	<b>6%</b>
Inflación %	<b>5%</b>
Arancel desde Colombia	<b>10%</b>
Precio Tonelada USD 2016 (Partida 2201)	<b>6%</b>
Exportaciones desde Colombia en USD (Millones USD)	<b>4%</b>
Importaciones de AGUA ENV. TON. (2016)	<b>25%</b>
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (valor)	<b>7%</b>
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (Ton.)	<b>10%</b>
Promedio Crecimiento 2012-2015 (Valor)	<b>7%</b>
Promedio Crecimiento 2012-2015 (Toneladas)	<b>10%</b>
	<b>100%</b>

*Tabla 14 Criterios de Evaluación de Países - Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

Para este estudio se establecieron los siguientes criterios:

#### Población

Número total de personas que habitan en el país que se consideran como el mercado potencial para llegar, para el estudio tiene una importancia del 8%.

#### Idioma

Idioma oficial del país, se considera como el idioma necesario para la negociación sin embargo este puede ser diferente al oficial, se asigna un 1% de importancia.

#### Moneda

Moneda oficial del país, sin embargo, no necesariamente es la moneda de comercialización, se asigna un 1%.

#### PIB Per Cápita

Indicador que se utiliza para estimar la riqueza de un país, se estima que tiene una relación directa con la calidad de vida de sus habitantes, se asignó un 6%.

#### Inflación %

Variación en los precios de los bienes y servicios en un año, sirve para medir la pérdida de poder adquisitivo, se asignó un 5%.

#### Arancel desde Colombia

Tasa arancelaria acordada para las relaciones de comercio entre Colombia y el país estudiado, se asignó una calificación del 10%.

#### Precio Tonelada USD 2015 (Partida 0204)

Precio promedio en dólares de cada tonelada importada por cada uno de los países de estudio en el año 2015. Se asignó un 6%.

#### Exportaciones desde Colombia en USD (Millones USD)

Valor de las exportaciones totales desde Colombia hacia el país de estudio, permite identificar si existen procesos logísticos para la exportación de productos. Su porcentaje asignado es 4%.

#### Importaciones de Agua TONELADAS (2015)

Cantidad de toneladas importadas de agua envasada, permite identificar la demanda de agua mineral. Su porcentaje de importancia en la evaluación es del 25%.



#### Crecimiento Importaciones 2014 - 2015 (valor)

Mide el porcentaje de crecimiento en valor de las importaciones de agua envasada hechas durante el último año, permite conocer comportamiento actual. Se asignó un 7%.

#### Crecimiento Importaciones 2014 - 2015 (Ton.)

Mide el crecimiento porcentual de la cantidad de toneladas importadas de agua envasada. Por el país de estudio, permite medir el comportamiento actual por unidades. Se asignó un 10%.

#### Promedio Crecimiento 2012-2016 (Valor)

Se toman los crecimientos año a año desde el 2011 hasta el 2015 y se promedian para conocer el comportamiento histórico de las importaciones en valor, con el fin de identificar comportamiento de la demanda histórica en valor. Se asignó un 7%.

#### Promedio Crecimiento 2012-2016 (Toneladas)

Se toman los crecimientos año a año de toneladas importadas desde el año 2011 hasta el 2015 y se promedian para conocer el comportamiento histórico de las importaciones en toneladas, con el fin de identificar comportamiento de la demanda histórica en toneladas. Se asignó un 10%.

### 4.1.1. Alemania.

La siguiente tabla representa todos los valores que tiene Alemania como país y que también muestra sus datos con el producto a exportar que es el agua mineral. (International Trade Centre, 2017). Los demás datos provienen de fuentes distintas.

**Tabla 15.**  
*Análisis Alemania*

Alemania	
Continente	Europa
Superficie Total	357.022

Capital	Berlín
Ciudad más poblada	Berlín
Población	80.970.732
Idioma	Alemán
Moneda	Euro
PIB Total (Millones)	USD 3.868.291,00
PIB Per Cápita (2015)	USD 47.773,90
Inflación %	0,20
Arancel desde Colombia	28,13%
Importaciones (Miles de USD)	1.214.955.667
Exportaciones (Miles de USD)	1.498.157.778
Exportaciones desde Colombia en USD (Millones USD)	USD 495,74
Exportaciones desde Colombia Marítimo (Millones USD)	479,46
Exportaciones desde Colombia Aéreo (Millones USD)	16,28
Importaciones de AGUA (miles de USD) 2016	224.615,00
Importaciones de AGUA (miles de USD) 2015	226.515,00
Crecimiento Importaciones 2016 - 2016 (valor)	0,846%
Importaciones de AGUA TONELADAS (2016)	1.335.916
Importaciones de AGUA TONELADAS (2015)	1.330.215
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (Ton.)	0,43%
Promedio Crecimiento 2012-2016 (Valor)	-4,62%
Promedio Crecimiento 2012-2016 (Toneladas)	-1,03%
Precio Tonelada USD 2016 (Partida 2201)	170 USD
Países desde donde se importa AGUA 2016	Francia, Italia, Belgica, Países Bajos, Republica Checa.

*Tabla 15 Análisis de Alemania - Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

Alemania es uno de los países que mejor repunta en importaciones por Tonelada de Agua Mineral. En este país es en el que peor (de los seleccionados) se paga el agua envasada mineral, pues registra un precio de 170USD por tonelada. El país cuenta con buenos indicadores económicos y demográficos que le permiten ser un buen mercado objetivo.

#### 4.1.2. China.

La siguiente tabla representa todos los valores que tiene China como país y que también muestra sus datos con el producto a exportar que es el agua mineral. (International Trade Centre, 2017). Los demás datos provienen de fuentes distintas.

**Tabla 16.**  
*Análisis China*

China	
Continente	Asia
Superficie Total	9.596.961
Capital	Pekín
Ciudad más poblada	Shanghái
Población	1.364.270.000
Idioma	Mandarín
Moneda	Renminbi
PIB Total (Millones)	USD 10.354.831,00
PIB Per Cápita (2015)	USD 7.590,00
Inflación %	1,40
Arancel desde Colombia	14,53%
Importaciones (Miles de USD)	1.958.021.301
Exportaciones (Miles de USD)	2.342.343.011
Exportaciones desde Colombia en USD (Millones USD)	USD 2.263,00
Exportaciones desde Colombia Marítimo (Millones USD)	2260
Exportaciones desde Colombia Aéreo (Millones USD)	3,56
Importaciones de AGUA (miles de USD) 2016	69.172,00
Importaciones de AGUA (miles de USD) 2015	60.466,00
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (valor)	14,39%
Importaciones de AGUA TONELADAS (2016)	192.862
Importaciones de AGUA TONELADAS (2015)	168.968
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (Ton.)	14,12%

Promedio Crecimiento 2012-2016 (Valor)	24,36%
Promedio Crecimiento 2012-2016 (Toneladas)	40,59%
Precio Tonelada USD 2016 (Partida 2201)	359 USD
Países desde donde se importa AGUA 2016	Francia, Italia, Austria, Turquía y Dinamarca

*Tabla 16 Análisis de China - Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

Aunque China se configura como el mayor exportador de Agua Envasada, lo hace con un producto de calidad inferior y no de un origen natural, sino más bien tratada y la mayoría de sus exportaciones de Agua, las hace a Hong Kong, con quien tiene un arreglo para vender el agua a menos de 1 Dólar por Tonelada. Mientras que ellos son uno de los países que mejor la compra pues paga la tonelada a 359 USD. Por supuesto, el agua que compra es mineral y es un mercado que viene en ascenso pues de todos los países seleccionados es el que mejor índice de crecimiento muestra en su demanda.

#### **4.1.3. Estados Unidos de América.**

La siguiente tabla representa todos los valores que tiene Estados Unidos como país y que también muestra sus datos con el producto a exportar que es el agua mineral. (International Trade Centre, 2017). Los demás datos provienen de fuentes distintas.

**Tabla 17.**  
*Análisis Estados Unidos de América*

Estados Unidos	
Continente	América
Superficie Total	9.371.174
Capital	Washington
Ciudad más poblada	New York
Población	318.857.056
Idioma	Inglés
Moneda	Dólar Estadunidense

PIB Total (Millones)	USD 17.419.000,00
PIB Per Cápita (2015)	USD 54.629,50
Inflación %	0,10
Arancel desde Colombia	0,00%
Importaciones (Miles de USD)	2.346.040.540
Exportaciones (Miles de USD)	1.619.742.864
Exportaciones desde Colombia en USD (Millones USD)	USD 5.079,00
Exportaciones desde Colombia Marítimo (Millones USD)	3977
Exportaciones desde Colombia Aéreo (Millones USD)	1102
Importaciones de AGUA (miles de USD) 2016	595.922,00
Importaciones de AGUA (miles de USD) 2015	552.463,00
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (valor)	7,86%
Importaciones de AGUA TONELADAS (2016)	1.053.238
Importaciones de AGUA TONELADAS (2015)	882.640
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (Ton.)	19,32%
Promedio Crecimiento 2012-2016 (Valor)	6,98%
Promedio Crecimiento 2012-2016 (Toneladas)	17,79%
Precio Tonelada USD 2016 (Partida 2201)	566 USD
Países desde donde se importa AGUA 2016	Italia, Francia, Fiji, México

*Tabla 17 Análisis de Estados Unidos - Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

Estados Unidos, paga muy bien la tonelada de Agua Mineral, aproximadamente 566 USD por tonelada, lo que lo pone como el segundo mejor en el mundo y adicionalmente descontando a Hong Kong, es el mayor importador de Agua Envasada en el mundo. Los datos que tiene de PIB Per Cápita y su gran densidad poblacional hacen que sea un destino atractivo en donde la gente siempre está pendiente de consumir productos novedosos.

#### **4.1.4. Reino Unido**

La siguiente tabla representa todos los valores que tiene Reino Unido como país y que también muestra sus datos con el producto a exportar que es el agua mineral. (International Trade Centre, 2017). Los demás datos provienen de fuentes distintas.

**Tabla 18.**  
***Análisis Reino Unido***

Reino Unido	
Continente	Europa
Superficie Total	243.610
Capital	Londres
Ciudad más poblada	Londres
Población	64.559.135
Idioma	Inglés
Moneda	Libra Esterlina - Euro
PIB Total (Millones)	USD 2.988.893,00
PIB Per Cápita (2015)	USD 46.297,00
Inflación %	0,10
Arancel desde Colombia	28,13%
Importaciones (Miles de USD)	694.344.323
Exportaciones (Miles de USD)	511.145.443
Exportaciones desde Colombia en USD (Millones USD)	USD 1.090,00
Exportaciones desde Colombia Marítimo (Millones USD)	1040
Exportaciones desde Colombia Aéreo (Millones USD)	50
Importaciones de AGUA (miles de USD) 2016	186.101,00
Importaciones de AGUA (miles de USD) 2015	215.509,00
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (valor)	-21,27%
Importaciones de AGUA TONELADAS (2016)	742.202
Importaciones de AGUA TONELADAS (2015)	741.197
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (Ton.)	0,1356%
Promedio Crecimiento 2012-2016 (Valor)	45,27%
Promedio Crecimiento 2012-2016 (Toneladas)	9,46%
Precio Tonelada USD 2016 (Partida 2201)	251 USD

Países desde donde se importa AGUA 2016

Belgica, Francia, Italia y Turquía

*Tabla 18 Análisis de Reino Unido - Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

Reino Unido fue seleccionado porque cuenta con uno de los esquemas más sólidos en economía y porque es de los países que mejor paga el agua con 251 USD por tonelada. Adicionalmente ha mostrado decrecimiento en el último año, pero el promedio de los últimos 5 años favorece bastante pues muestra un aumento del 45% en promedio. Por la rivalidad existente con Francia, exportar allí un producto sustituto puede ser una oportunidad interesante.

#### 4.1.5. Canadá

La siguiente tabla representa todos los valores que tiene Canadá como país y que también muestra sus datos con el producto a exportar que es el agua mineral. (International Trade Centre, 2017). Los demás datos provienen de fuentes distintas.

**Tabla 19.**  
*Análisis Canadá*

Canadá	
Continente	América
Superficie Total	9.984.670
Capital	Ottawa
Ciudad más poblada	Toronto
Población	35.543.658
Idioma	Inglés y francés
Moneda	Dólar Canadiense
PIB Total (Millones)	USD 1.785.386,00
PIB Per Cápita (2015)	USD 50.230,80
Inflación %	1,10
Arancel desde Colombia	0,00%
Importaciones (Miles de USD)	463.029.337
Exportaciones (Miles de USD)	473.556.513

Exportaciones desde Colombia en USD (Millones USD)	USD 417,02
Exportaciones desde Colombia Marítimo (Millones USD)	359,2
Exportaciones desde Colombia Aéreo (Millones USD)	57,82
Importaciones de AGUA (miles de USD) 2016	76.651,00
Importaciones de AGUA (miles de USD) 2015	73.050,00
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (valor)	4,92%
Importaciones de AGUA TONELADAS (2016)	125.149
Importaciones de AGUA TONELADAS (2015)	127.437
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (Ton.)	-1,79%
Promedio Crecimiento 2012-2016 (Valor)	-0,61%
Promedio Crecimiento 2012-2016 (Toneladas)	1,20%
Precio Tonelada USD 2016 (Partida 2201)	612 USD
Países desde donde se importa AGUA 2016	Francia, Italia, Estados Unidos y Bélgica

*Tabla 19 Análisis de Canadá - Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

Canadá es el país que mejor paga la tonelada de agua mineral con un precio de 612 USD por tonelada. El país muestra una demanda estable durante los últimos 5 años, por lo que puede ser un buen destino, toda vez que, si bien la demanda en Toneladas no es muy alta, pero la rentabilidad es muy buena y los acuerdos comerciales que tiene Colombia con este país favorecen aún más la operación.

#### **4.2. Tamizado de Países.**

De acuerdo con la matriz de información de países según los criterios de evaluación se obtuvieron los siguientes resultados de evaluación por países como se observa en la siguiente tabla:



**Tabla 20.**  
***Tamizado de Países***

Criterio	Ponderación	Alemania	China	Estados Unidos	Reino Unido	Canadá
Población	<b>8%</b>	3	1	2	4	5
Idioma	<b>1%</b>	3	5	1	1	1
Moneda	<b>1%</b>	1	4	1	1	2
PIB Per Cápita (2015)	<b>6%</b>	3	5	1	4	2
Inflación %	<b>5%</b>	1	3	1	1	3
Arancel desde Colombia	<b>10%</b>	5	3	1	5	1
Precio Tonelada USD 2016 (Partida 2201)	<b>6%</b>	5	3	2	4	1
Exportaciones desde Colombia en USD (Millones USD)	<b>4%</b>	4	2	1	3	5
Importaciones de AGUA ENV. TON. (2016)	<b>25%</b>	1	4	2	3	5
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (valor)	<b>7%</b>	4	1	2	5	3
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (Ton.)	<b>10%</b>	3	2	1	4	5
Promedio Crecimiento 2012-2015 (Valor)	<b>7%</b>	5	2	3	1	4
Promedio Crecimiento 2012-2015 (Toneladas)	<b>10%</b>	5	1	2	3	4
	<b>100%</b>					

*Tabla 20 Tamizado de Países - Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

La metodología para calificar esta tabla se realizó calificando de 1 a 5, porque es el número de países seleccionados, pudiendo en algunos casos repetir una puntuación en un mismo criterio. En la mayoría de variables se clasificó cual puntuaba mejor. En este caso la mejor calificación es 1 y la peor es 5.

Posteriormente se hace el cálculo de la puntuación con la ponderación porcentual de la importancia que tiene la variable y se hace en una tabla similar que se encuentra a continuación:

**Tabla 21.**  
***Evaluación de Resultdo y Tamizado***

criterio	Ponderación	Alemania	China	Estados Unidos	Reino Unido	Canadá
Población	<b>8%</b>	0,2	0,1	0,2	0,3	0,4
Idioma	<b>1%</b>	0,03	0,05	0,01	0,01	0,01
Moneda	<b>1%</b>	0,01	0,04	0,01	0,01	0,02
PIB Per Cápita (2015)	<b>6%</b>	0,2	0,3	0,1	0,2	0,1
Inflación %	<b>5%</b>	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2
Arancel desde Colombia	<b>10%</b>	0,5	0,3	0,1	0,5	0,1
Precio Tonelada USD 2016 (Partida 2201)	<b>6%</b>	0,3	0,2	0,1	0,2	0,1
Exportaciones desde Colombia en USD (Millones USD)	<b>4%</b>	0,2	0,1	0	0,1	0,2
Importaciones de AGUA ENV. TON. (2016)	<b>25%</b>	0,3	1	0,5	0,8	1,3
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (valor)	<b>7%</b>	0,3	0,1	0,1	0,4	0,2
Crecimiento Importaciones 2015 - 2016 (Ton.)	<b>10%</b>	0,3	0,2	0,1	0,4	0,5
Promedio Crecimiento 2012-2015 (Valor)	<b>7%</b>	0,4	0,1	0,2	0,1	0,3
Promedio Crecimiento 2012-2015 (Toneladas)	<b>10%</b>	0,5	0,1	0,2	0,3	0,4
	<b>100%</b>					
	RESULTADO	3,2	2,7	1,7	3,4	3,7

---

Tercer Lugar	Segundo Lugar	Primer Lugar	Cuarto Lugar	Quinto Lugar
--------------	---------------	--------------	--------------	--------------

---

*Tabla 21 Evaluación de Tamizado y Resultado - Tabla realizada por el Autor del Estudio (Ramírez, 2017)*

Al sumar los resultados, el país seleccionado será a aquel que tenga el puntaje más bajo de todos. En este caso el mejor país en la mayoría de criterios fue Estados Unidos.

PAÍS SELECCIONADO: ESTADOS UNIDOS

*Ilustración 13 País Resultado de Tamizado / Nota: Ilustración realizada por el autor de esta publicación*

### **4.3. Consideraciones para Exportar a Estados Unidos**

Estados Unidos, es el socio comercial más grande que tiene Colombia, no es una sorpresa que en la evaluación hayan resultado muchos criterios a favor de este país. Uno de los aspectos principales a tener en cuenta es la carga arancelaria que para este producto y después del TLC, es del 0%.

Otro de los aspectos a tener en cuenta con Estados Unidos, es que tiene el segundo mejor precio de compra para Agua Mineral por tonelada. Es importante también establecer la cercanía geográfica que tiene con Colombia, pues al estar en el mismo continente, y compartir el Atlántico, las exportaciones se pueden facilitar desde el puerto de Cartagena hasta Miami.

A nivel demográfico, es una buena plaza, pues la diversidad cultural, permite que haya gustos y mercado casi para cualquier tipo de producto. Teniendo en cuenta que viven más de 400 millones de personas en diferentes territorios.

Cuando de Agua Mineral se habla, se puede decir que Estados Unidos, representa el mayor consumo en el mundo de este tipo de agua. Aunque este producto tiene un origen europeo, ha sido en Estados Unidos en donde se ha difundido el auge de consumir agua con un valor agregado o al menos lo más natural posible.

Sin embargo, la reglamentación para alimentos en Estados Unidos, no es fácil, está la FDA (Food and Drug Administration), que es bastante rigurosa, pues se encarga de ejercer un control estricto, para que las personas no sufran inconvenientes en su salud con algún producto.

Para exportar y comercializar Agua a los Estados Unidos, no es necesario tener muchos requisitos. Con las certificaciones que cuenta por el INVIMA y por el ICA, se puede homologar este proceso. Aun así, es importante tener algunas recomendaciones en cuenta proporcionadas por la FDA.

A continuación se detalla un artículo de la autoridad de alimentos y drogas en los Estados Unidos (U.S. Food & Drug Administration, 2017), que dice lo siguiente:

***“La FDA Regula la Seguridad del Agua Envasada - Incluidas el Agua Saborizada y el Agua con Nutrientes Agregados***

***La Administración de Drogas y Alimentos (FDA) y la Agencia de Protección Medioambiental (EPA) son las responsables de controlar la seguridad del agua potable. La EPA regula el agua potable de la red pública (agua corriente), mientras que la FDA regula el agua potable envasada.***

La FDA ha establecido *Prácticas Corrientes de Buena Fabricación (CGMP, por sus siglas en inglés)* específicamente para el agua envasada. Dichas prácticas exigen que los productores de agua en botellas:

- *Procesen, envasen, mantengan y transporten el agua en condiciones sanitarias;*
- *Protejan las fuentes de obtención de agua contra bacterias, productos químicos y otros agentes contaminantes;*
- *Cumplan procesos de control de calidad para garantizar la seguridad bacteriológica y química del agua;*
- *Tomen muestras y sometan a pruebas tanto el agua en sus fuentes de obtención como el producto final, para detectar contaminantes.*

La FDA vigila e inspecciona las plantas de procesamiento de agua envasada y los productos finales, siguiendo su programa de seguridad alimentaria. Cuando la FDA hace una inspección a las plantas, la agencia verifica que el agua producida en la planta y también el abastecimiento de agua para operaciones se obtengan de una fuente aprobada; controla los procedimientos de limpieza y desinfección; vigila las operaciones de envase; y determina si las empresas analizan el agua en sus fuentes de obtención y el agua como producto final para detectar agentes contaminantes.

**Los estadounidenses gustan del agua envasada.** Según la Asociación Internacional de la Industria de Agua Embotellada, en 2005 el agua en botella era la **segunda bebida más popular en los EE. UU.**, con un consumo de más de 7,5 millones de galones entre los estadounidenses, es decir, **un promedio de 26 galones por persona**. En la actualidad, solamente las bebidas carbonatadas sin alcohol se venden más que el agua embotellada.

### **Definición de "Agua Envasada"**

De conformidad con las reglas de etiquetado exigidas por la FDA, en la definición de agua envasada se incluyen los productos con las siguientes etiquetas:

- *Agua embotellada*
- *Agua para beber*
- *Agua artesiana*
- *Agua mineral*
- *Agua con gas embotellada*
- *Agua de manantial*
- *Agua purificada*
- *Destilada*
- *sin minerales*
- *sin iones*
- *por ósmosis inversa*

*El agua con efervescencia agregada, la soda (o agua mineral con gas), el agua tónica y el agua "seltzer", siempre han sido reguladas por la FDA como bebidas sin alcohol.*

#### ***Agua Saborizada y Agua con Nutrientes Agregados***

*En tiendas y en menús de restaurantes han comenzado a aparecer nuevos tipos de aguas saborizadas y/o con nutrientes agregados. En algunos casos se trata simplemente de agua con saborizantes; en otros, el agua puede contener además nutrientes tales como vitaminas, electrolitos como sodio y potasio, y aminoácidos. Los ingredientes de estas aguas saborizadas y con nutrientes agregados deben cumplir los requisitos para el agua embotellada, si el término "agua" aparece en la etiqueta; por ejemplo, en un producto que se llame Agua de manantial con sabor a bayas. Además, los saborizantes y nutrientes agregados de estas bebidas deben cumplir todos los requisitos correspondientes de la FDA sobre seguridad y estar identificados en la lista de ingredientes de la etiqueta." (U.S. Food & Drug Administration, 2017)*

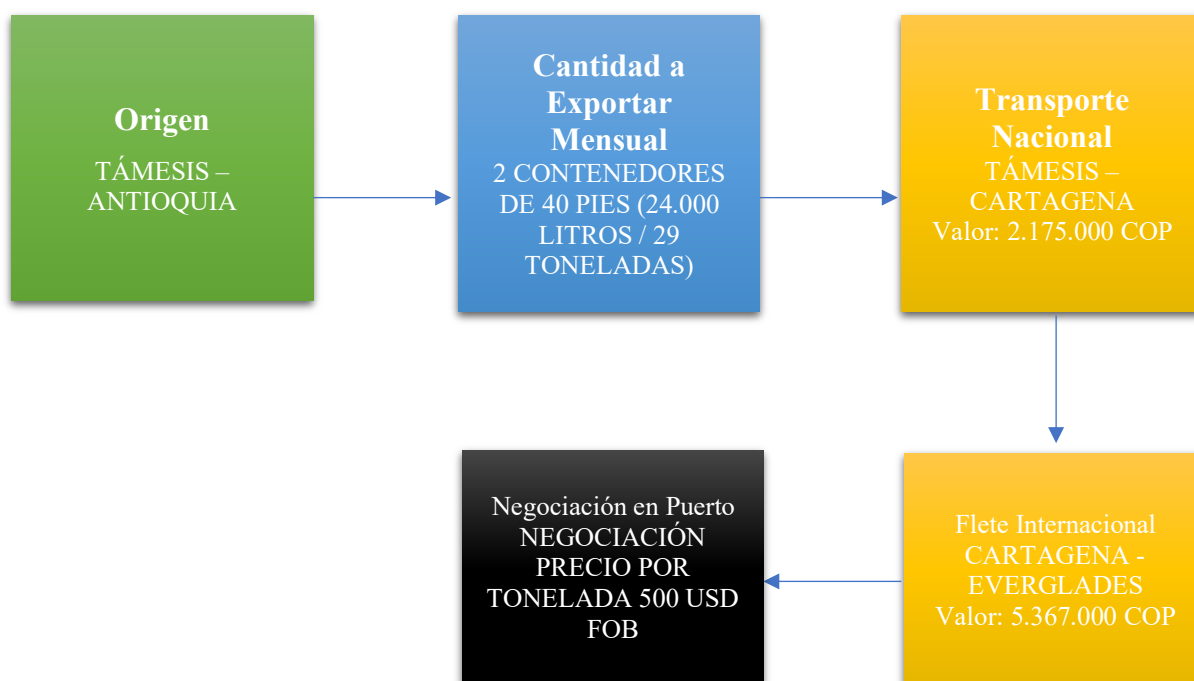
## **5. MONTAJE DEL MODELO DE NEGOCIO EXPORTADOR**

Para finalizar habiendo determinado ya que existe un mercado mundial para la exportación de agua mineral, que además la empresa AGUA DE LA PEÑA cuenta con la intención y el potencial

para poder exportar, y que el mejor país para hacerlo es Estados Unidos. Sabiendo esto entonces es necesario revisar en última instancia los costos, precios, y cantidades para exportar de acuerdo con la producción con el fin de cumplir los objetivos del plan que son maximizar la operación de la planta.

### 5.1. Proceso Logístico

En primer lugar, es necesario determinar cómo funcionaría el negocio. Para tal fin se ha desarrollado un gráfico que ilustra como sería el proceso.



*Gráfico 7 Proceso Logístico / Nota: Gráfico realizado por el autor de este estudio para ilustrar como sería el proceso logístico*

El proceso para esta transacción es sencillo. La idea es que la empresa maneje toda la negociación en Puerto, con el fin que pueda enfocarse en la producción, más no en la comercialización. La capacidad de la planta da para llenar 2 contenedores al mes con 24.000 litros o 29 toneladas que es el máximo permitido a nivel mundial.

El transporte nacional, es bien costoso, se hará desde la región del Támesis en Antioquia, lo que representa un costo de \$2.175.000 COP. Esto es una de las barreras por la pobre infraestructura con la que cuenta Colombia. El destino nacional, será el puerto de Cartagena que es el más cercano con acceso al Atlántico para exportar a Estados Unidos.

El destino será el Puerto de Everglades, en Fort Lauderdale, Florida, que aún se considera como Miami y que tiene costos más económicos de transporte. El costo de transportar el Contenedor desde Cartagena hasta este punto, es de \$1.789 USD, es decir unos \$5.367.000 COP.

La negociación se realizará en puerto en donde se podrá obtener un precio de venta de 500 USD FOB. Se manejará este precio, porque está debajo del promedio general que existe en los Estados Unidos que es de 566 USD. Es decir, un 12% por debajo del precio de venta promedio.

## 5.2. Modelo Financiero Lineal.

Se ha decidido implementar un modelo financiero Lineal, con el fin de poder determinar qué tan rentable será para la empresa y que tanto se maximizarán las ganancias con esta operación. Para ello se ha decidido tener en cuenta las siguientes tablas:

**Tabla 22.**  
***Datos Generales de Medición***

VALOR DEL DÓLAR EN COP			
Moneda Origen		Pesos	
1	USD	3000	COP



## ARANCEL COLOMBIA - USA

Clase	Tasa		
Arancel para Exportación Agua	%	0	%
<b>PRECIO DE NEGOCIACIÓN EN PUERTO (FOB)</b>			
Item	Precio		
1 tonelada de Agua	TON	500	USD
1 litro de Agua	TON	0,5	USD
<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE PLANTA</b>			
Cantidad / Unidad	Periodo		
	Litro		
65000	s	1	mes

## COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de Producción incluyen Costo Variable y Fijo, es decir tiene en cuenta también empleados y servicios. Esto con el fin que la utilidad finalmente sea neta.

Producto / Envase	Valor		
Envase de 1000	MI	\$ 620	Pesos
Envase de 300	MI	\$ 380	Pesos
Envase de 600	MI	\$ 430	Pesos

## CAPACIDAD DE CARGA TRANSPORTE

Medio de Transporte	Capacidad		
Container de 40	Pies	29.000	Kilos
Container de 40	Pies	76	M3

## PESO POR BOTELLA

Producto / Envase	Peso		
Envase de 1000	MI	1,20	kg
Envase de 300	MI	0,40	kg
Envase de 600	MI	0,75	kg

*Tabla 22 Datos Generales de Medición / Información extraída de la fuente oficial (Agua de la Peña, 2014)*

### Tabla 23.

#### *Datos Generales de Medición*

#### **COSTO POR TONELADA TRANSPORTE INTERNO - MEDELLÍN A CARTAGENA**

Contenedor de 40	Valor
------------------	-------

Costo por tonelada TON \$ 75.000 Pesos

*Tabla 23 Datos Generales de Medición*

**Tabla 24.**

***Datos Generales de Medición***

COSTO TOTAL TRANSPORTE EXTERNO - CARTAGENA - MIAMI

Contenedor de 40	Valor		
Costo Total	\$	1.789	USD
Costo Total en Pesos	\$	5.367.000	Pesos

*Tabla 24 Datos Generales de Medición*

**Tabla 25.**

***Capacidad de Carga Botellas***

CAPACIDAD DE CARGA POR BOTELLA EN CONTENEDOR

Tipo de Envase	Capacidad		
Envase de 1000	MI	24.167	Botellas
Envase de 300	MI	72.500	Botellas
Envase de 600	MI	38.667	Botellas

*Tabla 25 Capacidad de Carga Botellas*

Para esta operación se determinó de acuerdo con el peso y con el espacio ocupado cuantas botellas de cada presentación cabrían dentro de un contenedor de 40 pies.

**Tabla 26.**

***Capacidad de Carga Botellas***

CAPACIDAD DE CARGA POR LITROS EN CONTENEDOR

Tipo de Envase	Capacidad		
Envase de 1000	MI	24.167	Litros
Envase de 300	MI	21.750	Litros
Envase de 600	MI	23.200	Litros

*Tabla 26 Capacidad de Carga por Litros*

En este caso se tuvo en cuenta la capacidad que dan en litros de agua según el empaque. Como se puede ver el envase de 300cc, es el que más espacio ocupa y menos litros permite llevar. Si la negociación se hace por tonelada no hay problema, toda vez, que el contenedor siempre va a llevar una carga de 29 toneladas. Cabe anotar que cada botella plástica tiene más peso y al manejar 3 veces la cantidad de botellas se disminuye la capacidad de carga en litros.

**Tabla 27.**

***Costo de Producción para llenar Contenedor***

COSTO DE PRODUCCIÓN POR CONTENEDOR				
Tipo de Envase	Capacidad			
Envase de 1000	MI	\$	14.983.333	Pesos
Envase de 300	MI	\$	27.550.000	Pesos
Envase de 600	MI	\$	16.626.667	Pesos

*Tabla 27 Costo de Produccion para llenar Contenedor*

De acuerdo con los costos expresados anteriormente se extrajeron los costos para llenar un contenedor por el número de botellas de cada envase que caben dentro del mismo. En ese sentido es menos rentable llenar el contenedor con la Botella de 300 ML que es la de mayor costo para la empresa. Sin embargo, según la negociación también se podría llegar a un mejor precio en puerto para este envase.

**Tabla 28.**

***Costos de Transporte Nacional***

COSTO TOTAL TRANSPORTE INTERNO - MEDELLÍN A CARTAGENA	
Contenedor de 40	Valor
Costo Total	\$ 2.175.000

*Tabla 28 Costos de Transporte Nacional*

Un Container desde Antioquia, tiene un costo de 75.000 pesos, por tonelada cargada. Al explotar la máxima cantidad que son 29 toneladas, este es el valor resultante. En la siguiente tabla se encuentra todo el ejercicio financiero:

**Tabla 29.**  
***Ejercicio Financiero***  
**EJERCICIO FINANCIERO**

COSTO TOTAL DE PONER UN CONTENEDOR EN MIAMI			
Envase de 1000	MI	\$ 14.983.333	Pesos
Costo de Transporte Nacional		\$ 2.175.000	Pesos
Costo de Transporte Internacional		\$ 5.367.000	Pesos
Otros Costos Asociados		\$ 2.000.000	Pesos
Arancel		\$ -	
Costo Total		\$ 24.525.333	
INGRESO POR VENTA EN PUERTO FOB			
Ingreso por Container de 40 pies		\$ 14.500	USD
Ingreso en Pesos por Container		\$ 43.500.000	Pesos
Ingreso Total		\$ 43.500.000	
UTILIDAD DEL EJERCICIO			
Utilidad Bruta por Container		\$ 18.974.667	Pesos
Numero de Containers al Mes		2	Unidades
Utilidad Mensual Total		\$ 37.949.333	Pesos

*Tabla 29 Ejercicio Financiero*

Se realiza el ejercicio financiero asumiendo que se exportarán botellas de 1 litro, porque son las más rentables para la operación. De esta manera, la empresa puede lograr un beneficio de casi 38 millones mensuales adicionales y puede maximizar la operación de la planta.

## 6. CONCLUSIONES.

Con base en los hallazgos encontrados en este estudio, entonces es necesario dividir por sectores o áreas las conclusiones que se han podido evidenciar.

#### **A nivel de Mercado Local.**

1) El mercado local se encuentra hacinado, es un mercado en donde existe poca diferenciación del producto en la mente del consumidor por más que el producto como tal si tenga una diferenciación. Son pocas las personas dentro de los 48 millones de habitantes que tiene el país que entienden que el agua tiene distintos orígenes y que sus propiedades físico químicas cambian de acuerdo con esto. Que además de tener unas características imperceptibles, hay valor agregado y es muy valiosa el agua mineral y considerada como un producto Premium.

2) El factor precio es decisivo para la compra a nivel nacional y es difícil hacerse un lugar en el mercado, pues la gente muchas veces prefiere una marca tradicional que averiguar por la calidad del producto. Siendo que Agua de la Peña tiene mejor producto que otras marcas tradicionales, las personas prefieren seguir hatadas a esas marcas porque han generado una trayectoria que le genera confianza al consumidor final.

#### **A nivel de Industria Mundial.**

1) La industria mundial de la exportación e importación de Agua, es pequeña, realmente el agua que realmente pesa en las importaciones es la mineral. Esta agua cuenta con unas características muy especiales pues su lugar de origen y su nivel de pureza generalmente es muy raro de conseguir por las fuentes de nacimiento. Esta agua es considerada un producto de lujo o Premium, que no todas las personas consumen.

2) En ninguno de los países que se consideran exportadores natos de este tipo de producto, hay una representación importante de esta partida arancelaria en el PIB, por lo tanto, no es una actividad de la que dependa algún país como tal. Sin embargo, países europeos como Francia, Italia y Bélgica, que se encuentran cerca de los Alpes y de fuentes muy naturales de nacimiento, son fuertes en la producción y en la exportación de agua mineral envasada para el resto del mundo.

3) China aparece como el principal exportador de Agua Envasada, pero con un comportamiento anormal, porque vende 700 millones de toneladas, a razón de 1 dólar por cada tonelada. Después de hacer una investigación, se encontró que el socio comercial que compra toda esa Agua, es Hong Kong, que en esencia es parte de China. Esto se da porque hay un acuerdo entre ambos para lograr esto. Por lo tanto, se descuenta a este país de este estudio, porque no hace parte del mercado de agua mineral, que es donde se mueve Agua de la Peña.

4) Los precios del agua mineral oscilan en todo el mundo. Sin embargo, se puede encontrar que hay países que llegan a pagar más de 600USD por tonelada de agua lo que representa algo más de 0,6USD por litro cuya producción puede oscilar entre los 10 y 20 centavos de dólar en algunos lugares del mundo como Colombia.

#### **A nivel de Empresa (Potencial e Intención)**

1) Agua de la Peña, es una empresa que se ha mantenido en el mercado durante más de 26 años. Cuenta con una ventaja competitiva, y es que el nacimiento del cual se extrae el agua, es 100% natural, lo que representa un diferencial frente a las demás aguas tratadas que existen en el mercado nacional.

2) Al tener un producto mineral certificado, es posible involucrarse en mercados internacionales donde el Agua Mineral tiene cabida y siendo que no es un mercado muy grande, puede generar beneficios por la comercialización de la misma fuera del país.

3) La empresa se ha consolidado en este tiempo y cuenta con buen potencial exportador que le permite emprender fácilmente el proceso de comercializar a nivel internacional sin tener que invertir adicionalmente.

4) Anteriormente ha habido exportación a otros países, por lo tanto, la intención ya se encuentra y la empresa y sus dueños, perciben pocas barreras psicológicas, lo que los lleva a entender que es un proceso no muy engorroso y que puede resultar beneficioso.

5) Es recomendable que la empresa evalúe su marca y la adecue para poder llegar a los mercados internacionales con impacto.

*A nivel de País de Destino*

- 1) El País seleccionado después de la evaluación es Estados Unidos. Es uno de los países que mejor paga la tonelada de agua mineral y es el importador más grande de todo el mundo de agua mineral. Esto indica de por sí que existe una gran preferencia por el producto, explicada en parte por la diversidad demográfica con la que cuenta este territorio.
- 2) Estados Unidos es el mayor socio comercial que existe para Colombia y en ese sentido es muy favorable el TLC, en donde la carga arancelaria es 0%, por lo tanto, es beneficioso realizar exportaciones sin ningún tipo de carga impositiva.
- 3) El mercado es apto para el producto y se puede ubicar en tiendas de nicho en donde si bien no hay mucha cantidad de rotación, puede ser permanente.

*A nivel de Modelo de Negocio*

- 1) La exportación se debe hacer con negociación FOB, eso quiere decir que sea puesta en puerto, que el precio se pague puesta la carga en el muelle. Pues financieramente no da para que el negocio emprenda un esquema logístico en los Estados Unidos.
- 2) La capacidad de exportación son 2 contenedores mensuales, lo que genera un beneficio cercano a los 40 millones de pesos mensual, adicional a lo que la empresa hace por el mercado nacional.
- 3) El mejor envase para exportar es el de 1 litro, pues es una medida estándar y además es el más rentable de todos los empaques. Para comercializar otros envases es mejor que se renegocien los precios, pues al pagar por tonelada no es rentable vender la carga.

## 7. BIBLIOGRAFÍA.

- Agua de la Peña. (2014). Imagen Corporativa y Documentos Gráficos. *Imagen Corporativa y Documentos Gráficos*. Tamesis, Antioquia, Colombia.
- Arancelnet. (Octubre de 2017). *Arancelnet*. Obtenido de <http://arancelnet.com/>
- Auza, Guelly. (2014). El negocio del agua embotellada en Colombia. *Paper*.
- Buitrago, L. A. (10 de 2017). Entrevista sobre modelo exportador. (J. E. Ramirez, Entrevistador)
- Buitrago, L. A. (Octubre de 2017). Consultoría para estudio de mercado. (J. E. Ramirez, Entrevistador)
- Castro, Andrés Mauricio. (2009). *Manual de Exportaciones - La Exportación en Colombia*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- DIAN, D. d. (Septiembre de 2017). Entrevista sobre procesos aduaneros y aranceles. (J. E. Ramirez, Entrevistador)
- Diaz, Carlos Federico (2013). *Regimenes de Comercio Exterior y Desarrollo Economico Colombiano*. Bogotá: Universidad Externado.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN. (10 de 2017). *DIAN*. Obtenido de MUISCA - DIAN - Arancel: <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefMenuConsultas.faces>
- Fernandez, Carlos. (s.f.). *Salud - El Tiempo.com*. Obtenido de El Tiempo.
- Gómez, Constanza. (12 de Julio de 2011). *Portafolio*. Obtenido de Portafolio; Economía y Negocios: <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/agua-nacimiento-le-apuesta-nicho-gourmet-125918>
- Hernandez, K., & Prensa, D. L. (08 de Febrero de 2016). *Consumo de Agua Embotellada Crece*. Obtenido de La Prensa.
- International Trade Centre. (10 de 11 de 2017). *Trade Map*. Obtenido de Trade Map: <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Market Research - Atlanta Research. (21 de Febrero de 2017). *Atlanta Search*. Obtenido de Blog Atlanta Search: <https://blog.atlantiasearch.com/consumo-de-agua-habitos/>



Ministerio Industria y Comercio - ProColombia. (Noviembre de 2017). *ProColombia*. Obtenido de Bacex - ProColombia: <http://servicios.mincit.gov.co/bacex/login.php>

ProColombia. (09 de 2017). Entrevista sobre Exportación de Agua Mineral. (J. R., Entrevistador)

Rodriguez, Carlos., & Diario La Republica. (16 de Junio de 2016). *Diario La República*.

Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/cristal-brisa-y-manantial-las-marcas-que-dominan-el-mercado-del-agua-en-botella-2390206>

U.S. Food & Drug Administration. (10 de 2017). *U.S. Food & Drug Administration*. Obtenido

de FDA:

<https://www.fda.gov/food/foodborneillnesscontaminants/buystoreservesafefood/ucm210586.htm>