Análisis de variables a través de la matriz de preselección de países para el posicionamiento del aceite de coco en el mercado internacional.

Analysis of variables through the pre-selection matrix of countries for the positioning of coconut oil in the international market.

Javier Alejandro Jiménez
Mónica Muñoz
Alejandra Chara

Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium –Unicatólica, Cali, Colombia

Resumen

El presente trabajo tiene como fin analizar aquellos mercados que puedan tener un interés o un impacto positivo en cuanto a la exportación del aceite de coco. Para ello se utiliza una matriz de preselección de países (MPP) la cual sirve para obtener la mejor información con la mayor claridad posible de acuerdo a los tres países seleccionados, el país con una mayor calificación de acuerdo a unos factores, variables e indicadores acordados en dicha matriz será el elegido como el país con la mejor capacidad para poder negociar el producto.

Abstract

The purpose of this paper is to analyze those markets that may have an interest or a positive impact on the export of coconut oil. For this purpose, a country preselection matrix (MPP) is used, which serves to obtain the best information as clearly as possible according to the three selected countries, the country with the highest rating according to factors, variables and indicators agreed in this matrix will be chosen as the country with the best capacity to negotiate the product.

I. INTRODUCCIÓN

De acuerdo a la investigación que se ha realizado y con base en un enfoque de profundidad respecto al mercado que existe actualmente con relación al aceite de coco, se llega a la conclusión de que hoy por hoy este producto se ha convertido en el oro blanco, debido a las grandes propiedades que ofrece y no sólo por su aporte alimenticio sino por la diversidad de su uso; se benefician quienes lo consumen o quienes se lo aplican, sin embargo es importante tener en la cuenta el cuidado que se requiere para su uso en la cocina pues al igual que el aceite convencional, no debe de utilizarse repetidas veces.

Actualmente Colombia es un país potencial para la exportación del coco por su alta productividad de palmas, lo que conlleva a analizar las variables para ser uno de los mayores exportadores a nivel mundial. Como se menciona en el Acuerdo de Competitividad del 2013 en de la Cadena nacional del coco, para el ese mismo año las zonas de cultivo y la producción del coco se encontraba por encima de promedio mundial. En el que los mayores valores se encuentran en los Departamentos donde se cultiva en zonas de bosque húmedo tropical, como Chocó, Valle, Cauca y Nariño. No obstante, por encima del promedio mundial se en encuentran la mayoría de departamentos. Cabe resaltar la gran importancia del potencial de cultivo y la producción, ya que sus rendimientos podrían ser aún mayores si existiera un mayor control de los problemas fitosanitarios, y una más clara política de investigación, desarrollo tecnológico, desarrollo comunitario y planificación de cultivos.

Es importante mencionar que a nivel científico también se ha ido desarrollando una propuesta en Canadá para disminuir el detrimento de las células y por ende evitar la consecuente enfermedad del Alzheimer, utilizando el coco y sus derivados para beneficios de la salud en estos aspectos.

Igualmente es importante analizar que el país que mayormente ha consumido a nivel mundial este producto es China con un 12% de participación en importaciones.

Su respectiva producción, para el desarrollo mundial, ha generado gremios y asociaciones que redundan en mejorar la calidad de vida de quienes participan en ese mercado.

Se pretende realizar un análisis de las variables presentadas en una Matriz de Preselección de países para posicionar la exportación de Coco desde Colombia.

II. ESTADO DEL ARTE

Hablando desde el concepto de la globalización, ver más allá de los límites de las fronteras se ha vuelto necesario para los países hoy en día. Es por ello que en los negocios internacionales la relación de las empresas con el mundo entero y esto es lo que nos lleva a ser cada vez más globalizados. Como para Adam Smith en su teoría de la ventaja absoluta, en el que resalta la importancia del libre comercio en el que se fortalece e incrementa la riqueza de las naciones.

Pero complementado con la teoría de la ventaja comparativa por David Ricardo a principios del siglo XIX, en el que se plantea que un país gana con el comercio, y que las fuerzas del mercado asignarán los recursos de una nación a aquellos sectores donde sea más productivo.

Ya que no se encuentran investigaciones sobre la exportación del Coco en Colombia, se basa en teorías de la importancia de los negocios internacionales para los países desde tiempo atrás. Por otro lado, los conceptos en cuanto a investigación en Colombia se ha fundamentado más en crear proyectos de mejora con relación a su cultivo, como por ejemplo con Fedepalma cuyo mayor enfoque ha sido exportar para mejorar las condiciones económicas del país y de sectores vulnerables por la violencia.

III. METODOLOGIA

Se emplea un método cuantitativo y analítico, en el cual se revisarán cada uno de los datos encontrados sobre los países importadores y exportadores del Aceite de Coco a nivel mundial.

Para esto se analizan las variables encontradas en la Matriz de Selección de Países hallando como resultado el mejor país respecto a su calificación para la exportación del aceite de coco desde Colombia, la calificación de cada una de estas variables se darán puntajes ubicando 1 el más bajo (opción menos factible), 3 es (opción media), y 5 el más alto (opción más factible).

La información encontrada hasta el año 2016, que permitirá determinar el análisis de estas variables y finalmente la selección del país indicado para su exportación. Todos los datos encontrados de estadísticas a nivel mundial y de información real de cada uno de estos países principales arroja el resultado óptimo y eficiente de la negociación de este producto.

Partiendo puntualmente, y no necesariamente, en el área de consumo se determinó con base en la investigación un gran consumo de países orientales, implementando el aceite de coco no sólo a nivel de belleza sino también en su consumo, permitiendo encontrar de acuerdo a esos resultados que, Filipinas es de los principales exportadores y China es uno de los clientes potenciales para importarlo.

IV. RESULTADOS

La exportación del coco en el mundo ha estado liderada principalmente por países asiáticos, dentro de los cuales encontramos a Filipinas e Indonesia, liderando la producción a nivel mundial.

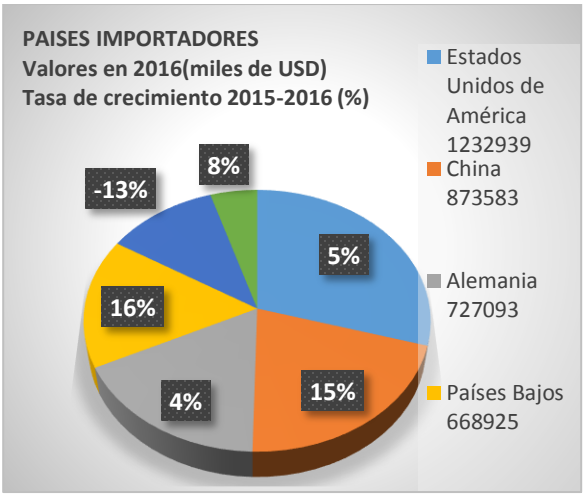
En Colombia la producción de coco se da principalmente en los departamentos de Nariño, Cauca, Antioquia, Córdoba y Valle del Cauca, sin embargo la mayor producción se da específicamente en Tumaco.

Para el año 2016 en Colombia la exportación del aceite de coco fue de 70.677 (miles de USD), situado en el noveno lugar a nivel mundial. Pero para este mismo año se ha venido disminuyendo la producción y aumentando las exportaciones del mismo al país. Es por eso que se realiza una Matriz de Selección de Países para identificar a que países específicamente se debe llegar para aumentar la exportación del producto en el País y ser un líder mundial en producción.

La Matriz de Selección de Países nos permite analizar las variables que nos llevaran a determinar cuál es el país indicado para iniciar la exportación del coco en Colombia, todo esto basándose en una calificación que nos determinará una probabilidad de éxito hacia el país ganador, y el más indicado para realizar las exportaciones.

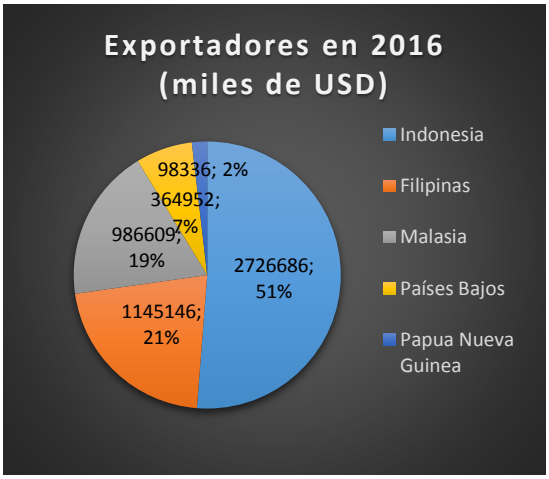
Para la selección del País a exportar se tuvieron en cuenta las variables más importantes que permitieran realizar una calificación y así definir el país más apropiado para la exportación del aceite de coco:

Grafica 1. Principales países importadores y crecimiento 2015-2016



Según estos datos suministrados por las estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas, se refleja que el mayor importador de aceite de coco en el mundo es Estados Unidos, pero si analizamos el crecimiento de la exportación hallamos que Países Bajos tiene tendencia al crecimiento. Sin embargo en los valores expresados encontramos que aunque la tendencia de Países Bajos es dada al crecimiento, los valores expresados en miles de USD son duplicados por el importador líder que en este caso sería Estados Unidos.

Grafica 2. Principales países exportadores 2016



Como inicialmente se indicaba la exportación del coco ha sido liderada por Indonesia con el 51% sobre el total de las importaciones mundiales y en segundo lugar Filipinas con el 21% de las exportaciones.

Tabla 1. Aranceles aplicados de los principales importadores.

Importadores	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%)
Estados Unidos de América	0
China	10,2
Alemania	3,4
Corea, República de	1,8
Japón	1,7
Bélgica	3,4
Canadá	2,6
Rusia, Federación de	1,1

Por otro lado se analizan la información encontrada sobre el arancel impuesto por los principales importadores del aceite de coco encontrando como ventaja para el ingreso del producto hacia los Estados Unidos puesto que no hay arancel impuesto por este gobierno para el ingreso de tan importante producto Colombiano.

V. CONCLUSIÓN

Colombia es uno de los principales productores de aceite de coco, debido a que cuenta con alta productividad de la palma. En Colombia existen plantaciones cerca de 15.000 hectáreas, producidas por más de 10.000 familias de pequeños agricultores, en regiones como Tumaco en el Departamento de Nariño, y Timbiquí en el Departamento del Cauca, la producción supera las 20 toneladas por hectárea, mientras el promedio mundial apenas llega a 5 toneladas por hectárea, las principales exportadores sobre el aceite de coco son Indonesia, Filipinas y Malasia.

Las exportaciones en cuanto al sector del aceite de coco y sus derivados de Colombia hacia países de la unión europea en el año 2016 generaron una representación de $97 millones

de dólares lo que genera tan solo un crecimiento del 1% en cuanto al año anterior.

Los principales países y que generan mayor ganancia a la hora de exportar el aceite de coco son países asiáticos como Indonesia en donde el aceite de coco representa el 41% (2,36 miles de millones de dólares) de todas sus exportaciones, evidenciando la relevancia económica que tiene este sector para el país, Filipinas genera ganancias de 1,16 miles de millones de dólares con una representación del 20% en cuanto a todas la exportaciones, lo que lo hace un país viable para exportar.

En este artículo y teniendo en cuenta que se utilizó el buscador Trade Map, que es una herramienta la cual muestra toda la información arancelaria que tienen los demás países a la hora de exportar un producto en especial, en este caso se escogió los países de Estados Unidos, China y Canadá como principal destino a la hora de exportar el aceite de coco. De acuerdo a la información que arrojó la matriz de preselección de países (MPP), Estados Unidos es el país más factible a la hora de exportar el producto, puesto que Colombia tiene un tratado de libre comercio con este país se hace más fácil negociar, también algo positivo que se encuentra es su alta capacidad de población que tiene este país y esto hace que el producto pueda ser fácilmente aceptado en el mercado.

De igual manera y como se mencionó anteriormente Colombia tiene con Estados Unidos un tratado de libre comercio y por solo este hecho Colombia tiene beneficios a la hora de negociar y es que se manejan aranceles muy bajos para este tipo de productos como son el aceite de coco.

VI. REFERENCIAS

Cesar Augusto Quintana Jiménez (2012). Proyectos de cooperación internacional

Acuerdo de Competitividad del 2013 Cadena nacional del coco

Ventaja absoluta de Adam Smith, 1723-1790.

Ventaja comparativa, David Ricardo, finales del siglo XIX

Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas http://www.trademap.org

http://www.eltiempo.com/economia/sectores/coco-llega-a-mas-hogares-colombianos-34775

https://sioc.minagricultura.gov.co/Coco/Documentos/004%20-%20Documentos%20Competitividad%20Cadena/004%20-%20D.C.%20-%202013%20Acuerdo%20de%20Competitividad%20Coco.pdf

Negocios Internacionales: Fundamentos y Estrategias, Editorial: Editorial Universidad del Norte, Ecoe ediciones 2011