

PLAN EXPORTADOR DE PIMENTÓN PARA LA MICROEMPRESA “LA QUINTA”
EN EL MUNICIPIO DE LA VICTORIA VALLE.



ISABEL CRISTINA REBELLÓN HIGINIO

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADEMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ZARZAL
2018

PLAN EXPORTADOR DE PIMENTÓN PARA LA MICROEMPRESA “LA QUINTA”
EN EL MUNICIPIO DE LA VICTORIA VALLE.



TRABAJO DIRIGIDO POR EL MAGISTER
OSCAR HUMBERTO GAVIRIA ARANA

UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADEMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
ZARZAL

2018

RESUMEN

Hoy en día el éxito de una empresa se basa en su capacidad de adaptación a los cambios es decir a globalización, es por esto que se ve la importancia de ser partícipe del comercio internacional.

Sin embargo la exportación y comercialización de un producto en países extranjero es todo un reto que debe asumir un empresario y que en ocasiones puede ir más allá de las ventas, un plan exportador es todo un proceso que involucra cada área de la empresa y conlleva un proceso de preparación y adecuación para llegar a una exportación exitosa y duradera.

La microempresa LA QUINTA ubicada en el municipio de La Victoria Valle, lleva 15 años en el mercado produciendo y comercializando pimentón a nivel local, es por esto que nace la iniciativa de comercializar sus productos a nivel internacional lo que puede generar un gran esfuerzo para una empresa nueva dentro de un mercado, global por ende se pretende diseñar un plan exportador que permita detectar sus principales fortalezas y debilidades; identificar de manera objetiva su país meta; evaluar y preparar los medios logísticos y de distribución de ganar competitividad, buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la existencia de la microempresa a largo plazo.

Todo con el fin de participar en mercados internacionales por medio de un producto de origen colombiano, con un alto nivel de calidad en cada uno de sus procesos que es realizado por campesinos en el departamento del valle del cauca, en el municipio de la victoria valle, donde por medio de la producción del pimentón se genera un impacto positivo en la región.

ABSTRACT

Nowadays, the success of a company is based on its capacity to adapt to changes, that is, to globalization. That is why it is important to be a participant in international trade.

However, the export and marketing of a product in foreign countries is a challenge that an entrepreneur must assume and that sometimes can go beyond sales, an export plan is a whole process that involves each area of the company and entails a process of preparation and adaptation to arrive at a successful and lasting export.

The LA QUINTA microenterprise located in the municipality of La Victoria Valle, has been producing and marketing paprika locally for 15 years, which is why the initiative to market its products internationally is born, which can generate a great effort for a new company within a global market, therefore it is intended to design an export plan export plan that allows detecting its main strengths and weaknesses; Objectively identify your target country; evaluate and prepare the logistics and distribution means of gaining competitiveness, seeking greater profitability in international markets and ensuring the existence of the microenterprise in the long term.

All in order to participate in international markets through a product of Colombian origin, with a high level of quality in each of its processes that is carried out by farmers in the department of Valle del Cauca, in the municipality of Valle Victoria , where through the production of paprika a positive impact is generated in the region.

Nota de aceptación

Fernando moreno
Coordinador programa de administración
de empresas.

Oscar Gaviria
Director trabajo de grado.

Jurado evaluador

Jurado evaluador

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	11
1. JUSTIFICACIÓN	15
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
2.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	22
3. OBJETIVOS	23
3.1 OBJETIVO GENERAL	23
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	23
4. MARCO REFERENCIAL	24
4.1 MARCO CONCEPTUAL	24
4.2 MARCO TEÓRICO	32
4.3 MARCO LEGAL	37
4.4 MARCO CONTEXTUAL	41
4.5 MARCO HISTÓRICO	47
5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	54
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	54
5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	54
5.3 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	55
5.4 FUENTES PRIMARIAS:	56
5.5 FUENTES SECUNDARIAS:	56
5.6 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	57
6. ESTADO DE ARTE	58
CAPITULO I	61
IDENTIFICAR UN PAÍS OBJETIVO QUE POSIBILITE EL PLAN EXPORTADOR.	61
CAPITULO II	69
IDENTIFICAR LAS EXIGENCIAS DE SALIDA DEL PIMENTÓN Y DE INGRESO AL PAÍS OBJETIVO.	69
NORMA TÉCNICA COLOMBIANA NTC 3634-1 REQUERIMIENTOS DE SALIDA DEL PIMENTÓN.	72
REQUERIMIENTOS DE ENTRADA EN CANADÁ.	81
CAPITULO III	86
PROCESO LOGÍSTICO MÁS CONVENIENTE PARA EL PROCESO DE EXPORTACIÓN DE PIMENTÓN	86
CAPITULO IV	96

ANÁLISIS FINANCIERO _____	96
PRIMERA ETAPA: INSUMOS. _____	97
SEGUNDA ETAPA: PROYECCIÓN FINANCIERA. _____	106
CONCLUSIONES _____	112
RECOMENDACIONES _____	114
WEBGRAFÍA _____	115

LISTADO DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 4 bandera de Colombia</i>	41
<i>Ilustración 5 Escudo de Colombia</i>	41
<i>Ilustración 6 Escudo del valle del cauca.</i>	43
<i>Ilustración 7 Mapa de Colombia resaltado el valle del cauca.</i>	43
<i>Ilustración 8 Bandera del valle del cauca.</i>	43
<i>Ilustración 9 Mapa la victoria valle.</i>	45
<i>Ilustración 10 Escudo del municipio de la victoria valle del cauca.</i>	45
<i>Ilustración 11 Bandera municipio de la victoria valle del cauca.</i>	45
<i>Ilustración 1 Exportaciones colombianas</i>	47
<i>Ilustración 2 Exportaciones según el país de destino.</i>	48
<i>Ilustración 3 Comportamiento de las exportaciones Colombianas.</i>	49
<i>Ilustración 12. Lista de países importadores del producto pimienta frescos o refrigerados.</i>	62
<i>Ilustración 13. Mapa de acceso marítimo y aéreo desde Colombia a Canadá.</i>	88
<i>Ilustración 14. Líneas navieras y consolidadores con oferta de servicios a Canadá.</i>	90

LISTADO DE TABLAS

<i>Tabla 1. Principales importadores de pimentón en el mundo.</i>	61
<i>Tabla 2. Matriz selección de selección del país objetivo.</i>	62
<i>Tabla 3. Cifras del comercio internacional de Canadá.</i>	64
<i>Tabla 4. Exportaciones colombianas</i>	87
<i>Tabla 5. Logistics Performance Index de Canadá.</i>	88
<i>Tabla 6. Frecuencias y tiempo de tránsito desde los puertos colombianos</i>	90
<i>Tabla 7. Aerolíneas prestadoras de servicio a Canadá</i>	92
<i>Tabla 8. Indicadores de exportación de Canadá.</i>	93
<i>Tabla 9. Indicadores de importación de Canadá.</i>	94
<i>Tabla 10 Criterios de proyección variables económico-financieras</i>	97
<i>Tabla 11 . Datos generales para el proyecto</i>	99
<i>Tabla 12 Matriz de costos</i>	100
<i>Tabla 13 Datos de inversión del proyecto</i>	105
<i>Tabla 14 Simulación crédito FINAGRO</i>	105
<i>Tabla 15 Cálculos anuales de ingresos y egresos</i>	107
<i>Tabla 16 Estado de resultados proyectado 2018-2022</i>	108
<i>Tabla 17 . Flujo de fondos/ caja libre proyectado 2018-2022</i>	109
<i>Tabla 18 Evaluación financiera del proyecto</i>	110

INTRODUCCIÓN

El tamaño de la empresa constituye un factor importante de la relación entre la productividad y la exportación. Entre las empresas exportadoras, las pymes suelen ser numéricamente importantes, pero representan solamente una pequeña proporción de las exportaciones totales de un país, y a menudo exportan solamente unos pocos productos a un grupo reducido de destinos. En gran medida, la relación entre la productividad, el tamaño y la experiencia de la exportación de una empresa explica la participación relativamente limitada de las pymes en el comercio internacional: las empresas más productivas no solo tienen mayor tamaño, sino que también tienen más facilidad para acceder a los mercados extranjeros y crecer aún más gracias a la exportación.

La menor productividad de las pymes se atribuye frecuentemente a su incapacidad para aprovechar las economías de escala, sus dificultades para acceder al crédito o a la inversión, su falta de conocimientos especializados y su informalidad. Adicionalmente otros obstáculos a la participación de las pymes en el comercio como los costos fijos de entrada a los mercados -como los relacionados con el acceso a la información sobre las redes de distribución extranjeras y con los reglamentos y normas aplicables en la frontera- son los principales obstáculos que impiden a las pymes dedicarse a actividades de exportación.

Sin embargo, datos recientes indican que todos los costos del comercio dificultan más la participación en el comercio a las pymes que a las empresas de mayor tamaño. Como se evidencia la mayor parte de los obstáculos son internos de las empresas, ya que guardan relación con las técnicas de gestión, la capacidad de la mano de obra y las posibilidades de adoptar nuevas tecnologías, de innovar y, en última instancia, de aumentar la productividad.

La participación en el comercio puede aumentar la productividad de diversas maneras. La internacionalización ayuda a las pymes a adquirir conocimientos, desarrollarse y explotar las economías de escala, lo que refuerza el crecimiento y el empleo. La internacionalización también aumenta la probabilidad de supervivencia de las pymes, al diversificar sus mercados.

En consecuencia, al incursionar al mercado extranjero la calidad de los productos de las pymes puede mejorar mediante la participación en el comercio internacional. Asimismo, el acceso a insumos intermedios extranjeros puede aumentar la eficiencia de las empresas, ya que les permite utilizar una mayor diversidad de insumos de más calidad.

Por consiguiente, y aunque parezca difícil la tarea de salir a conquistar mercados y hacerlo de una forma eficiente y exitosa, que no genere efectos adversos o fracasos, es posible, mediante la herramienta estratégica plan exportador. Esta herramienta de gestión estratégica optimizará los recursos disponibles y las potenciales oportunidades, y permite enfrentar el proceso de internacionalización racionalizando el proceso y reduciendo el nivel de exposición y riesgo de la empresa, ya que cuanto más pequeña sea la organización más importante es elaborar un plan de exportación que garantice que *"la aventura de ganar mercados no se convierta de una inversión a un gasto"*.

Los planes exportadores le permite a pymes como la QUINTA de La Victoria Valle con su producto el pimentón a penetrar mercados extranjeros de una manera más segura, conociendo que requisitos y que normas se deben cumplir para realizar una adecuada exportación, debido a que se debe realizar investigación para identificar un país objetivo, además las exigencias de requerimientos del productos en ambas partes (países), definir el proceso logístico adecuado y conveniente, por ultimo determinar la viabilidad financiera del plan exportador. Para llevar a cabo estas acciones se empleara la metodología con tipo de estudio descriptivo donde se detallara los rasgos del mercado y las reglamentaciones para exportar pimentón, el método de investigación será cualitativo para identificar los diferentes aspectos a tener en cuenta en el plan exportador, con el fin de conocer si es viable una futura ampliación hacia nuevos mercados, el enfoque de investigación será combinado(cualitativo y cuantitativo), por ultimo las fuentes de investigación serán tanto primarias como secundarios con el objetivo de obtener información clave de exportación.

Por último, el plan de exportación debe ser flexible y adaptable, permitiendo su revisión a medida que se avanza en las acciones así como la incorporación de nuevos elementos de mayor complejidad. Su adopción como herramienta estratégica de gestión debe ir desarrollándose y evolucionando con el crecimiento.¹

¹ Tomado del sitio web:
<http://www.palermo.edu/cedex/pdf/cedexPymesyplandeexportacion.pdf>

1. JUSTIFICACIÓN

En un mundo globalizado, las empresas y empresarios deben cambiar su forma de pensar y entender que hoy en día el mercado es el mundo. Por esta razón es fundamental que las organizaciones conozcan claramente cómo se deben enfrentar los procesos de exportación, para que puedan elaborar proyectos hacia el mercado exterior, de tal forma que aprovechen el potencial que existe alrededor del mundo.

Por tal motivo expandirse hacia mercados internacionales es la meta de muchas empresas colombianas, entre ellas se encuentra la empresa la Quinta con su producto el pimentón. Esta empresa además de expandirse hacia otros países diversificando su mercado para no depender exclusivamente de la economía local, adquirir experiencia, e ir en la búsqueda de ventas en mayor volumen buscando más rentabilidad, ve esta herramienta como una oportunidad de afrontar la competencia internacional, la situación de la economía nacional y asegurar la existencia de la empresa a largo plazo.

Para llevar a cabo este propósito se requiere realizar un plan exportador que muestre los requerimientos y procesos que se necesitan conocer para realizar una exportación y favorezcan el proceso de internacionalización de la empresa frente a la aceleración del comercio mundial, debido a la formulación de estrategias que es un factor clave para aprovechar las oportunidades comerciales, reducir los riesgos inherentes al proceso de la gestión de exportación y definir el mecanismo para el posicionamiento de la empresa frente a las barreras de entrada –salida de un mercado o segmento.

Adicionalmente, la concienciación y motivación debido a la existencia de reacciones diversas y en ocasiones adversas, cuando se hace referencia a la elaboración de un proyecto de exportación, lo primero que habría que aclarar que este no debe ser un obstáculo sino más bien una oportunidad, en la medida que le permitirá a la compañía comprender a la competencia por un lado, como también cuestionar su grado de preparación para pasar de los planes de negocios y estrategias funcionales a la gestión real de los recursos y planes de operación , entonces debe concientizarse y motivar al personal para la adopción del plan de exportación casi como parte de la cultura organizacional de la empresa, como una nueva forma de hacer negocios, mejorar el desempeño y lograr la competitividad internacional.

Una adecuada elaboración del plan exportador podrá evitar los errores más comunes al momento de exportar los cuales son: falta de evaluación de la capacidad de internacionalización, no considerar aspectos de las diferencias culturales, falta de investigación acerca del mercado, selección errada del socio comercial, falta de conocimiento de las barreras en los países importadores y en el exportador; no efectuar la investigación, registro y monitoreo de la marca, elaboración de contratos sin considerar la legislación y la práctica del país extranjero, extrema diversificación de los mercados, falta de conocimiento de las normas de defensa del consumidor, no contar con una estructura adecuada para gerenciar la exportación y falta de presencia en el mercado.

Los procesos de internacionalización entonces permiten diversificar riesgos frente a mercados internos inestables y amortiguar los efectos de problemas macroeconómicos; promueven la operación con economías a escala, de tal forma que se aprovechen mejor las instalaciones existentes y se tenga un nivel de producción que implique menores costos unitarios; son una fuente de crecimiento y consolidación de cualquier empresa si es que los mercados internos son extremadamente competitivos; posibilitan obtener precios más rentables debido a la mayor apreciación del producto y de los ingresos de la población en los mercados a los cuales se exporta; alargan el ciclo de vida de un producto; mejoran la programación de la producción; permiten equilibrarse respecto a la entrada de nuevos competidores en el mercado interno y mejoran la imagen en relación con proveedores, bancos y clientes.

Por último, se resalta que las exportaciones aportan al progreso y al incremento de la riqueza de un país como lo expresa Adam Smith que fue quien sentó las bases del argumento a favor del libre comercio al demostrar que el comercio entre países permite a cada uno aumentar su riqueza aprovechando el principio de la división del trabajo.

La idea inicial es que para que exista comercio entre dos países uno de ellos debe tener una ventaja absoluta en la producción de alguno de los bienes que se comercian, además del crecimiento en riqueza también genera empleo y mejora la calidad de vida de las personas, además aporta al mejoramiento y crecimiento de las empresas ya que incursionaran nuevos mercados aprovechando los beneficios que brindan los diferentes tratados de libre comercio de Colombia en otros países, el cual es un punto muy importante para poder realizar la exportación hacia un lugar determinado.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Colombia se encuentra en un destacado momento de la historia en materia de comercio internacional. En los últimos años ha venido obteniendo logros en cuanto a la internacionalización de su economía, mediante la participación en negociación de acuerdos internacionales, generando y promocionando la inversión extranjera con resultados positivos evidentes.²

No obstante las pymes colombianas no aprovechan esas oportunidades que ofrece el país, ya que a juzgar por un informe del tiempo “Colombia es un país conformado por un tejido empresarial de Pequeñas y Medianas Industrias (Pymes) el 73 % de esas compañías no realiza exportación alguna de sus productos, ni siquiera a los mercados vecinos. Por tamaño empresarial, las firmas más pequeñas son las que menos acceden al mercado internacional, y si se habla de nivel departamental en el valle el panorama preocupa, ya que el 96,2% de todas las empresas (incluyendo grandes y pequeñas) aún no se atreve a exportar.³

²Tomado del sitio web:
<http://www.andi.com.co/es/GAI/GuiInv/ActExt/ActComExt/Paginas/default.aspx>

³Tomado del sitio web:
<http://www.elpais.com.co/economia/73-de-las-pymes-del-pais-no-exporta-sus-productos.html>

De acuerdo con Anif (Asociación Nacional de Instituciones Financieras) entre las razones que explican el pobre acceso de las Pymes colombianas a los mercados del mundo, figuran, por ejemplo, las deficiencias en infraestructura y logística, el bajo enfoque de los programas para motivar a las empresas a exportar y la alta concentración de recursos de financiación en unas pocas compañías .⁴

Una de las pymes colombianas que no aprovechan las oportunidades que ofrece la apertura de mercados es la microempresa “LA QUINTA” que lleva 15 años en el mercado y aún no se ha dado a la tarea de salir a conquistar mercados internacionales, debido a que no ha reflexionado acerca de las nuevas realidades del comercio internacional y cómo se plantean esos nuevos escenarios en relación a la oferta exportable de pimentón, probablemente perdiéndose de los beneficios de exportar.

Según el periódico el tiempo el pimentón es una de las hortalizas que empieza a tener una gran demanda en los mercados internacionales, debido a que la popularidad de esta verdura ha venido aumentando en los últimos años, especialmente por el sabor que le da a las comidas, por su alto valor nutritivo y la buena rentabilidad que ofrece al productor.

⁴ Tomado del sitio web:
<http://www.elpais.com.co/economia/73-de-las-pymes-del-pais-no-exporta-sus-productos.html>

2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es viable implementar un plan exportador de pimentón en la empresa “La Quinta” de la Victoria Valle?

2.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuál es el país objetivo para exportar pimentón?
- ¿Cuáles son las exigencias de salida del pimentón e ingreso al país objetivo?
- ¿Cuál es el proceso logístico más conveniente para exportar pimentón?
- ¿Cuál es el beneficio/costo de implementar un plan exportador?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar el plan exportador de pimentón para la empresa La Quinta en el municipio de la Victoria Valle.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar un país objetivo para la exportación.
- Identificar las exigencias de salida del pimentón y de ingreso al país objetivo.
- Definir el proceso logístico más conveniente para facilitar el proceso de exportación del producto.
- Determinar la viabilidad financiera del plan exportador de pimentón.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO CONCEPTUAL

Para la realización de un plan exportador es importante conocer las palabras claves que se encuentran involucradas con el proyecto, la cual nos proporciona un conocimiento teórico de lo que rodea el campo de la exportación. Las palabras son las siguientes:

EXPORTACIÓN

“La exportación es el medio más común del que sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economía de escala en la producción y para que puedan diversificar sus sedes de ventas.” (Daniels y Radebaug).

EL PLAN EXPORTADOR

Es un documento que menciona toda la estrategia comercial a desarrollar en un mercado específico, y el conjunto de todas las acciones a efectuar para vender los productos y servicios en el exterior.

Dentro del Plan Exportador, se incluye el Plan de Acción, que reúne todas las actividades de promoción requeridas para penetrar o consolidar sus mercados de exportación. Las empresas que participan del Plan Exportador son invitadas a ferias internacionales, show rooms, visitas a clientes potenciales, asesorías con expertos y otras actividades desarrolladas por PROCOLOMBIA.⁵

EXPORTACIONES DE BIENES

Es la salida de mercancías que consiste en las ventas, trueques, obsequios o donaciones entre el territorio económico de un país y el resto del mundo.

Para la investigación de exportaciones la definición es:

Salida de mercancías del territorio aduanero nacional cumpliendo las formalidades aduaneras (Todas las actuaciones o procedimientos que deben ser llevados a cabo por las personas interesadas y por la aduana a los efectos de cumplir con la legislación aduanera). También se considera exportación, la salida de mercancías a depósito franco. Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2017). Estatuto Aduanero. Decreto 390 de 2017. Art. 3.⁶

ADUANA

⁵Tomado del sitio web:
<http://www.procolombia.co/node/1141>

⁶ Tomado del sitio web:
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_dic17.pdf

Lugares de carácter privado habilitado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales para el almacenamiento, exhibición y venta de mercancías a viajeros que salgan o ingresen al territorio aduanero nacional. Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2017). Estatuto Aduanero. Decreto 390 de 2017. Art. 118⁷

VALOR FOB (FREE ON BOARD)

Corresponde al precio de venta de los bienes embarcados a otros países, puestos en el medio de transporte, sin incluir valor de seguro y fletes. Las valoraciones FOB incluyen el valor de transacción de los bienes y el valor de los servicios suministrados para entregar las mercancías en la frontera del país exportador.⁸

BALANZA COMERCIAL

⁷ Tomado del sitio web:
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_dic17.pdf

⁸ Tomado del sitio web:
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_dic17.pdf

Diferencia entre las exportaciones e importaciones de bienes. Cuando el valor de las importaciones excede el valor de las exportaciones se dice que la balanza comercial está en déficit; cuando ocurre lo contrario, se dice que la balanza comercial está en superávit. OCDE. Glosario. Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos. (1989). Balanza comercial.⁹

MEDIO DE TRANSPORTE

Cualquier nave, aeronave, vagón de ferrocarril o vehículo de transporte por carretera, incluidos los remolques y semirremolques, cuando están incorporados a un tractor o a otro vehículo automóvil. Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2016). Estatuto Aduanero. Decreto 390 de 2016. Art. 3.¹⁰

ARANCEL.

⁹ Tomado del sitio web:
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/comercio_exterior/Glosario-exportaciones-importaciones.pdf

¹⁰ Tomado del sitio web:
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/comercio_exterior/Glosario-exportaciones-importaciones.pdf

El texto donde se encuentran relacionadas todos los derechos de aduana, convertido generalmente en una ley, se llama arancel. Es la nomenclatura oficial de mercaderías clasificadas con la determinación de los gravámenes que deben causarse con motivo de la importación y/o la exportación. La nomenclatura tarifaria o arancel contiene la enumeración de todos los productos que son susceptibles de ser importados o exportados. La clasificación se efectúa por grupos de productos., pero de forma que puedan intercalar posteriormente artículos nuevos. Cada mercancía se designa primero por un número y después con su denominación. Comúnmente los aranceles se aplican a las importaciones, para proteger los negocios, la agricultura y la mano de obra de la nación contra la competencia extranjera en todo el mercado. En algunos países el objetivo primario de un arancel consiste en aumentar las rentas o en aplicar represalias por las políticas restrictivas de comercio de otras naciones. (Osorio Arcila, Cristóbal. Diccionario de comercio internacional, ECOE Ediciones, 2006).

PROCOLOMBIA

PROCOLOMBIA es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energético y la imagen del país. A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios.¹¹

TRADE MAP

Proporciona en forma de tablas, gráficos y mapas - indicadores de desempeño exportador, de demanda internacional, de mercados alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras. Trade Map cubre 220 países y territorios y 5300 productos del Sistema Armonizado. Los flujos comerciales mensuales, trimestrales y anuales están disponibles desde el nivel más agregado hasta el nivel de línea arancelaria.¹²

FINAGRO

¹¹ Tomado del sitio web:
<http://www.procolombia.co/procolombia/que-es-procolombia>

¹² Tomado del sitio web:
<http://www.trademap.org/Index.aspx>

El Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (FINAGRO) es el banco de segundo piso del sector agrícola, pecuario y pesquero colombiano y, además, principal proveedor de crédito para los productores que desarrollan actividades, directa e indirectamente, en el sector agropecuario en las fases de producción, transformación y comercialización.

BARRERAS NO ARANCELARIAS.

Se denomina así todo método distinto al de los aranceles o impuestos aduanales, para desalentar las importaciones de un país. Como ejemplo de estas prácticas tenemos; a) cuotas de importación, b) prohibición absoluta de importar ciertos bienes, c) licencias previas para comprar ciertos bienes, d) bienes que sólo pueden ser importados por el gobierno y e) exigencias de permisos sanitarios.¹³

INCOTERMS

Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato.

¹³ Tomado del sitio web:
<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-992056>

El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional.

Los Incoterms determinan:

- El alcance del precio.
- En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercadería.
- Quién contrata y paga el transporte
- Quién contrata y paga el seguro
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.

4.2 MARCO TEÓRICO

La importancia de sustentar la teoría con la práctica, lo proporciona un marco teórico donde se citen diferentes autores para que amplíe el tema a tratar en el desarrollo del trabajo.

Implicaciones del comercio internacional desde la teoría de **Adam Smith y David Ricardo**.

La actividad comercial ha estado, a lo largo de los siglos vinculada a la actividad humana con el objetivo de satisfacer las necesidades del ser humano, llevando a una sociedad de intercambio mutuo denominado comercio.

La teoría del comercio internacional ha sido creada con el afán de responder a varias interrogantes que son mutuamente dependientes: ¿Cuáles son las causas del comercio?, es decir ¿por qué los países comercian? y ¿cuáles son los efectos del comercio internacional? Para poder dar respuesta a estas interrogantes es necesario reconocer que el comercio ha estado en constante evolución histórica desde la época del feudalismo, mercantilismo, la revolución industrial, hasta la globalización y la era tecnológica del siglo XXI. Sin embargo como menciona Paul Krugman y Maurice Obstfeld (2006: 24) “Incluso si el comercio internacional ha experimentado importantes cambios, los principios fundamentales descubiertos por los economistas en el amanecer de la economía global siguen siendo aplicables”.

Una de las teorías tradicionales del comercio se enfoca en las diferencias entre países siendo Adam Smith y después **David Ricardo** quienes investigaron las causas del comercio internacional tratando de demostrar los beneficios del libre comercio.

Adam Smith (1994) sostenía que cada país podría especializarse en la producción de bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta, es decir elaborar de mejor manera y con mayor eficiencia productos, a la vez se podría importar aquellos bienes en lo que tuviera una desventaja absoluta. Posteriormente David Ricardo (1950: 71) introduce un nuevo concepto “costo relativo” es decir el coste de un bien medido en términos del otro bien, colocando al trabajo como el factor principal para medir estos costes entre países. Estableciendo la posibilidad de comercio mutuamente benéfico, sin embargo varios de los supuestos planteados no son completamente verdaderos.

La competencia perfecta es otro de los supuestos en donde la presencia de fallos de mercado desmienten el supuesto, en la realidad no se da la competencia perfecta, los agentes no son precios aceptantes y la presencia de monopolios compiten por el poder de mercado. Debido a lo anterior el supuesto de pleno empleo (todos los factores de producción se ocupan), solo es visto de manera teórica.

En la ventaja comparativa de David Ricardo (1950: 98) se emplea una teoría de valor trabajo, es decir el valor relativo de un bien está basado únicamente en su contenido de trabajo relativo (costo relativo), sin embargo existen otros costos que determinan el precio mínimo que una empresa puede imponer a su producto entre ellos son los costos fijos y los costos variables.

En síntesis la teoría tradicional del comercio (ventaja absoluta de Adam Smith y ventaja comparativa de Ricardo), se explica las causas del comercio en función de las diferencias entre países; diferencias de tecnología y dotación de factores que pueden llevar a un país a una especialización de un bien en específico.

Sin embargo **Paul Krugman** (2006: 5) menciona una explicación del comercio:

Los lazos entre los patrones del comercio y la interacción de las dotaciones relativas de recursos nacionales como el capital, el trabajo y la tierra por un lado y el uso relativo de esos factores en la producción de los diferentes productos.

Es por ello que los patrones de comercio internacional es decir que vende que a quien, son preguntas que deberíamos hacernos. Factores como el clima o el recurso naturales pueden llegar a explicar la matriz productiva de un país, incluso a través de esta vía se puede llegar a explicar el rápido crecimiento de las exportaciones de bienes manufacturados provenientes de países con bajos salarios.

En conclusión el estudio del comercio internacional es de suma importancia debido a que permite una mayor movilidad de los factores de producción entre países en donde cada país se especializa en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor sus recursos productivos y elevar el nivel de vida de sus trabajadores. Por lo que Hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no sean producidos.¹⁴

¹⁴ Tomado del sitio web:
<http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/242-comercio-internacional-adam-smith-david-ricardo>

4.3 MARCO LEGAL

Como primera norma y la de más poder en el país está la Constitución política de Colombia de 1991, la cual establece unas normas generales a las cuales debe someterse el país con el fin de tener un control y una reglamentación en cuanto a los procesos de comercio exterior, es por esto que se crea la ley 7 de 1991 en la cual se establecen el ministerio de comercio exterior como la entidad encargada de dirigir ,coordinar ,ejecutar y vigilar los diferentes procesos de comercio exterior ;además de entidades como el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica.¹⁵

LEY 6 DE 1971: por la cual se expide la ley marco de aduanas , mediante la cual se estipulan las normas generales a las cuales deberá sujetarse el gobierno para modificar aranceles , tarifas y demás procesos del régimen de aduanero.

¹⁵ Tomado del sitio web:
<http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=48525&name=Manual%20de%20Normas.pdf&prefijo=file>

LEY 7 DE 1991: Por la cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposiciones.¹⁶

LEY 67 DE 1979: ley de sociedades de comercialización internacionales, la cual tiene por objeto dictar las normas generales a las cuales se someterá el presidente de la república para fomentar las exportaciones a través de las buenas relaciones comerciales y el fomento del comercio exterior .

LEY 48 DE 1983: ley marco mediante la cual se orientan las regulaciones sobre el comercio exterior, por medio de esta se expiden normas generales a las cuales debe sujetarse e gobierno nacional para regular aspecto del comercio exterior colombiano.

LEY 9 DE 1991: criterios generales para las regulaciones sobre cambios internacionales ,inversión extranjera y comercio internacional del café , mediante la cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el gobierno nacional para regular los cambios internacionales y se adoptan medidas complementarias .

¹⁶ Tomado del sitio web:
https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/ley_0007_1991.htm

DECRETO NÚMERO 299: DE 10 DE FEBRERO DE 1995: por el cual se regula la aplicación de los derechos “antidumping” y de derechos compensatorios.¹⁷

DECRETO 2505 DE 1991: por el cual se transforma el Fondo de Promoción de Exportaciones en el Banco de Comercio Exterior el cual es nombrado como balcoldex y se define la naturaleza jurídica, la organización y las funciones y le ordena construir un fidecomiso o patrimonio autónomo con el fin de promover la exportación .¹⁸

DECRETO 2788 DE 2004: Por medio de este decreto se desarrollan parcialmente las leyes 7 y 9 de 1991 con el fin de determinar que la actividad de promoción de las exportaciones comprende el fomento y la facilitación de la inversión extranjera en Colombia.¹⁹

¹⁷ Tomado del sitio web:

http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=79277&name=Decreto_299_de_1995_-SUBVENCIONES_-_derechos_compensatorios.pdf&prefijo=file

¹⁸ Tomado del sitio web:

http://www.procolombia.co/sites/default/files/decreto_2505_1991.pdf

¹⁹ Tomado del sitio web:

http://www.procolombia.co/sites/default/files/decreto_2788_de_2004.pdf

DECRETO 1346 DEL 22 DE AGOSTO DE 2016: A través de los Decretos 1289 y 1292 de 2015, se trasladaron las competencias de los instrumentos de promoción al comercio exterior, a saber: sistemas especiales de importación exportación, más conocidos como Plan Vallejo, las sociedades de comercialización internacional, las zonas francas y las zonas especiales económicas de exportación, de la Dirección de Impuestos y Aduanas – DIAN, al Ministerio de Comercio de Comercio, Industria y Turismo²⁰.

²⁰ Tomado del sitio web:
<http://www.analdex.org/2016/12/12/decreto-1346-del-22-de-agosto-de-2016/>

4.4 MARCO CONTEXTUAL

El marco contextual proporciona la ubicación del desarrollo del proyecto ya que aquí se muestra diferentes características del lugar donde se desarrolla el tema de investigación, lo cual es muy importante conocer.

Para el desarrollo de este marco se tomaron datos que van de lo general a lo particular es decir a nivel nacional, departamental y regional o municipal en donde se encuentra ubicado el proyecto.

A NIVEL NACIONAL. COLOMBIA

Ilustración 1 bandera de Colombia



21



Ilustración 2 Escudo de Colombia

²¹ Tomado del sitio web
<http://www.banderas-mundo.es/colombia>

El territorio continental de la República de Colombia se halla situado en el noroccidente de América del Sur, sobre la línea equinoccial, en plena zona tórrida y equidistante de los extremos del continente americano, aun cuando la mayor parte se ubica en el hemisferio norte. Está bañado por las aguas del Mar Caribe y del Océano Pacífico.

Colombia, es el único país de América que está bañado por el océano Atlántico y Pacífico, además es atravesado por la cordillera de los Andes y la selva amazónica, por eso su biodiversidad es incomparable. Colombia posee diferentes climas, comenzando por temperaturas bajo cero, pasando por temperaturas medias de 12°C y 17°C hasta las más calurosas de 25°C a 30°C. Por el norte llega hasta los 12° 26' 46" de latitud norte en el sitio de Punta Gallinas en la Península de la Guajira, que también constituye el extremo septentrional del continente suramericano.

A NIVEL DEPARTAMENTAL. VALLE DEL CAUCA.

Ilustración 3 Escudo del valle del cauca.



22

Ilustración 4 Mapa de Colombia resaltado el valle del cauca.



Ilustración 5 Bandera del valle del cauca.



23

²² tomado del sitio web:
<http://valledelcauca.com/simbolos.php>

Ubicado en Colombia, Sur América, el Valle del Cauca es una de las regiones más ricas y de mayor desarrollo de la República de Colombia. Está ubicado en el suroccidente del país y tiene costas sobre el Océano Pacífico, en una extensión de 200 kilómetros, donde se encuentra ubicado el puerto de Buenaventura, el más importante del país, por el inmenso movimiento de carga importación y exportación que por allí se registra.

Tiene una superficie total de 21.195 KM² que representa el 1.5% del territorio nacional, su población para el año de 1993 era de 3.474.695 habitantes, para una densidad de 156.9 habitantes por KM². El Valle del Cauca tiene características climáticas variadas, siendo los 25 grados centígrados la temperatura promedio, para un altura de 1000m sobre el nivel del mar. La región del litoral pacífico presenta precipitaciones pluviales que llegan a los 5000 mm al año. El departamento cuenta administrativamente con 42 municipios, siendo su capital Santiago de Cali, que dista 484 Km. de Santafé de Bogotá, capital del país. El 81.85% de la población vallecaucana se concentra en los centros urbanos y el 18.2% en las áreas rurales. Topográficamente el relieve cuenta con tres regiones naturales: La región montañosa dominada por las cordilleras Central y Occidental.²⁴

²³ Tomado del sitio web:
<https://simbolospatrios.co/simbolos-patrios-del-valle-de-cauca/>

²⁴ Tomado del sitio web:
<http://www.cali.gov.co/publico2/laciudad/datoscalivalle.htm>

A NIVEL MUNICIPAL. LA VICTORIA VALLE DEL CAUCA.

Ilustración 6 Mapa la victoria valle.

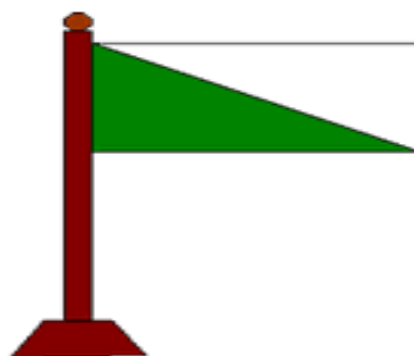


25

Ilustración 7 Escudo del municipio de la victoria valle del cauca.



Ilustración 8 Bandera municipio de la victoria valle del cauca.



26

²⁵ Tomado del sitio web:
<http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=12>

²⁶ Tomado del sitio web:
<http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=12>

La Victoria es un municipio de la República de Colombia en el departamento de Valle del Cauca. Localizado en la región norte del departamento, se encuentra ubicado en la ribera derecha del Río Cauca y entre la Cordillera Occidental, la Cordillera Central.

Entre sus atractivos están: La Hacienda Las Arditas, de arquitectura colonial; su Capilla de San José, con sus blancas tapias españolas y su Espadaña colonial, patrimonio histórico; el Cerro de Pan de Azúcar a 4.000 mts de altura y el Alto del Gallinazo.

Sus habitantes se dedican principalmente a la agricultura y a la extracción de arena en el Río Cauca. Esta población queda muy cerca de otros atractivos turísticos como el Museo Rayo en Roldanillo y los cultivos de uva en la Unión.²⁷

²⁷ Tomado del sitio web:
<http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=12>

4.5 MARCO HISTÓRICO

De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en diciembre de 2017 las ventas externas del país aumentaron 13,6% con relación al mismo mes de 2016, al pasar de US\$3.477,1 millones FOB a US\$3.949,1 millones FOB; este resultado se explicó principalmente por el crecimiento de 49,7% en las ventas externas del grupo de combustibles y productos de las industrias extractivas. En el mes de referencia, las exportaciones de combustibles y productos de las industrias extractivas participaron con 65,5% del valor FOB total de las exportaciones; así mismo, manufacturas con 16,8%, productos agropecuarios, alimentos y bebidas con 14,0%, y “otros sectores” con 3,6%. En el mes de diciembre de 2016 se exportaron 19,0 millones de barriles de petróleo crudo, frente a 19,9 millones de barriles en el mismo mes de 2017, lo que representó un crecimiento de 4,8%.²⁸

Ilustración 9 Exportaciones colombianas

Enero – Diciembre (2016-2017)^P

Grupos de productos (OMC)	Diciembre					Enero - diciembre				
	2016	2017	Variación (%)	Contribución a la variación (pp)	Participación 2017 (%)	2016	2017	Variación (%)	Contribución a la variación (pp)	Participación 2017 (%)
	(Millones de dólares FOB)					(Millones de dólares FOB)				
Total	3.477,1	3.949,1	13,6		100,0	31.756,8	37.800,1	19,0		100,0
Agropecuarias, alimentos y bebidas ¹	837,2	553,0	-33,9	-8,2	14,0	6.864,7	7.355,6	7,2	1,5	19,5
Combustibles y prod. de industrias extractivas ²	1.728,9	2.588,3	49,7	24,7	65,5	15.790,0	20.910,7	32,4	16,1	55,3
Manufacturas ³	661,4	664,7	0,5	0,1	16,8	7.526,1	7.710,0	2,4	0,6	20,4
Otros sectores ⁴	249,7	143,1	-42,7	-3,1	3,6	1.575,9	1.823,8	15,7	0,8	4,8

Fuente: DIAN-DANE

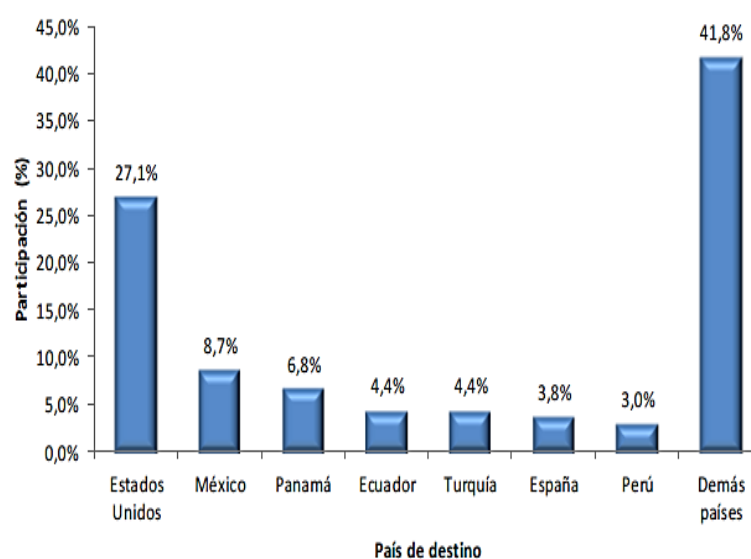
Exportaciones según el país de destino

²⁸ Tomado del sitio web:

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_dic17.pdf

En el mes de diciembre de 2017, Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones colombianas, con una participación de 27,1% en el valor FOB total exportado; le siguieron en su orden: México, Panamá, Ecuador, Turquía, España y Perú. El crecimiento en las ventas a México y Estados Unidos sumó 11,2 puntos porcentuales la variación total de las exportaciones (13,6%). En contraste, las ventas externas a Zona Franca Permanente Pacífico restaron 2,3 puntos porcentuales.²⁹

Ilustración 10 Exportaciones según el país de destino.



Fuente: DIAN-DANE

Comportamiento de las exportaciones

²⁹Tomado del sitio web:
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_dic17.pdf

En el año 2017 las exportaciones totales registraron variaciones anuales positivas en los 12 meses del año. El comportamiento de las exportaciones se caracterizó por el crecimiento de las ventas externas del país en todos los grupos de productos.

Ilustración 11 Comportamiento de las exportaciones Colombianas.



FUENTE: DANE-EXPO

Variación año corrido (enero – diciembre 2017 / enero – diciembre 2016)

En el año 2017 las exportaciones colombianas fueron 37.800,1 millones de dólares FOB y registraron una variación de 19,0%. En 2016 las exportaciones colombianas llegaron a 31.756,8 millones de dólares FOB con una variación de -11,8%.

El comportamiento de las exportaciones en 2017 se caracterizó por el crecimiento de las ventas externas del país en todos los grupos de productos. Se destaca el comportamiento de los grupos Combustibles y productos de las industrias extractivas, que registró variaciones anuales positivas en 11 de los 12 meses del año, y de Agropecuarios, alimentos y bebidas, que presentó variaciones anuales positivas en ocho meses del año 2017.

Las exportaciones del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas fueron 20.910,7 millones de dólares FOB con una variación de 32,4%. Este comportamiento obedeció, principalmente, a las ventas externas de hulla, coque y briquetas (7.390,0 millones de dólares FOB), con un crecimiento de 59,3% en las ventas frente a 2016 (4.638,9 millones de dólares FOB). En 2016 las exportaciones del grupo de Combustibles fueron 15.790,0 millones de dólares FOB con una variación de -19,5%.

Por su parte, las exportaciones del grupo de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas en 2017 fueron 7.355,6 millones de dólares FOB y presentaron una variación de 7,2% como resultado, principalmente, de las mayores ventas de aceite de palma y sus fracciones (55,4%). En 2016 las exportaciones de este grupo fueron 6.864,7 millones de dólares FOB con una variación de -1,0%.

Las ventas externas del grupo de Manufacturas en 2017 fueron 7.710,0 millones de dólares FOB y registraron una variación de 2,4%, este comportamiento obedeció, principalmente, al aumento en las exportaciones de artículos manufacturados clasificados según el material (5,0%). En 2016 las exportaciones del grupo de manufacturas fueron 7.526,1 millones de dólares FOB con una variación de -10,0%.

En 2017 las exportaciones del grupo Otros sectores fueron 1.823,8 millones de dólares FOB con una variación de 15,7%, explicada, principalmente, por el aumento en las ventas de oro no monetario (15,7%). En el mismo periodo de 2016 las exportaciones del grupo de Otros sectores fueron de 1.575,9 millones de dólares FOB con una variación de 42,7%.

Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones colombianas en 2017 con una participación de 27,9% en el valor total exportado; le siguieron, en su orden, Panamá, China, Países Bajos, México, Ecuador y Turquía.³⁰

Balanza comercial

En diciembre de 2017 se registró un superávit en la balanza comercial colombiana de 485,4 millones de dólares FOB (Free on Board). En el mismo periodo de 2016 hubo un déficit de 384,2 millones de dólares.

³⁰ https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/cp_exp_dic17.pdf

En 2017 se presentó un déficit en la balanza comercial colombiana de 6.176,5 millones de dólares FOB. En año 2016 se registró un déficit de 11.092,6 millones de dólares FOB. En 2017 disminuyó el déficit con China en 763,1 millones de dólares FOB, este comportamiento se explicó por el aumento de 683,7 millones de dólares FOB en las exportaciones de petróleo crudo.³¹

EXPORTACIONES AGRÍCOLAS A CANADÁ AUMENTARON 88% POR TLC

Las exportaciones colombianas de alimentos a ese mercado pasaron de US\$24 millones a US\$45 millones.

Tendencias de consumo, demanda de sabores nuevos y exóticos, y un Tratado de Libre Comercio vigente hace casi cuatro años han convertido a Canadá en un mercado estratégico para los productos agrícolas provenientes de Colombia.

Desde que entró a regir el acuerdo, en agosto de 2011, Colombia exportó 51 alimentos que antes no llegaban a ese destino, como truchas, melaza de caña y licores de anís.

³¹Tomado del sitio web:

(<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/balanza-comercial>)

Además, las exportaciones del sector agrícola crecieron un 88% entre 2009 y 2014, pasando de US\$24 millones a US\$45 millones, de acuerdo con información del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con datos del Dane.

“Con la creciente relación comercial entre Colombia y Canadá, los consumidores canadienses reciben productos colombianos de calidad y valor agregado. El aprovechamiento del acuerdo permite fortalecer el tejido empresarial exportador”, aseguró María Claudia Lacouture, presidenta de ProColombia.

El acuerdo animó a más empresas a traspasar fronteras, pues de las 454 que exportaron por primera vez a Canadá desde que entró en vigencia el TLC, 166 pertenecen al sector de agroindustria.

Estas últimas se abrieron paso en el mercado con flores y plantas vivas, sector pecuario, semillas y frutos oleaginosos, frutas, productos de molinería y panadería, confitería y derivados de café, entre otros.³²

³² Tomado del sitio web:
<http://www.procolombia.co/noticias/exportaciones-agricolas-canada-aumentaron-88-por-tlc>

5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la elaboración de plan exportador es indispensable el diseño de la metodología ya que permite conocer qué tipo de estudio, tipo de investigación, fuentes de información y técnicas de investigación se va a emplear.

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Desde el punto de vista metodológico y para la elaboración del plan exportador de pimentón para la microempresa LA QUINTA ubicada en el municipio de la victoria valle, se desarrolló un tipo de estudio **descriptivo** ello se hace con el fin de identificar y detallar los rasgos del mercado o campo de acción, y las características de las reglamentaciones requeridas para la exportación de pimentón.

5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Para la realización del plan de exportación para la microempresa la quinta ubicada en la victoria valle, se desarrolló un tipo de estudio cualitativo, ya que permite identificar los diferentes aspectos a tener en cuenta en el plan exportador y conocer si es viable una futura ampliación hacia nuevos mercados.

5.3 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

El enfoque de esta investigación es combinado ya que se implementarán dos tipos de metodologías que son Las cualitativas para lo que es todo el proceso de observación y apreciación de lo que será el proyecto y cuantitativas para conocer a profundidad la viabilidad y rentabilidad del proyecto, lo que permite hacer un análisis de la identificación de un mercado internacional.

FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

5.4 FUENTES PRIMARIAS:

- Microempresa la quinta – la victoria valle.
- Observación :Se realiza a través de visitas empresariales a empresas dedicadas a la producción y exportación de verduras con el fin de adquirir información respecto a sus procesos de producción, precios de venta, medios para transportar sus productos, entre otros
- Entrevista: Se realiza entrevistas a personas que tengan conocimientos de maneras estratégicas de exportar verduras.
- Personas a entrevistar:
- Oscar Gaviria(Profesional en comercio exterior)
- Productores y exportadores de verduras.

5.5 FUENTES SECUNDARIAS:

Para obtener la información secundaria en el anteproyecto se tomaran fuentes bibliográficas como libros de comercio exterior, tesis y páginas web como base para el desarrollo de la investigación.

5.6 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El análisis y elaboración de la información de los datos obtenidos, son la clave de una investigación cuantitativa, ya que permite detallar de forma clara las estrategias que son utilizadas en nuestra investigación.

6. ESTADO DE ARTE

A lo largo de los años se ha venido realizando planes exportadores en las empresas, y a través de esos años diversos autores han dado una idea de su uso en ellas, y más aún en la actualidad ha tomado mayor importancia el uso de estos planes en las organizaciones, por lo tanto se requiere conocer las últimas investigaciones, definiciones, teorías que se han realizado acerca del uso e importancia de estos planes exportadores.

- Procolombia entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país. Lo define como un documento que menciona toda la estrategia comercial a desarrollar en un mercado específico, y el conjunto de todas las acciones a efectuar para vender los productos y servicios en el exterior.³³
- Paloma Ochoa Coordinadora CEDEX (centro de estudios para el desarrollo exportador) afirma que el desarrollo dentro de la empresa de un plan de exportación permite:
- Analizar la situación interna de la empresa, su producto, su situación sectorial y frente a la competencia.

³³ Tomado del sitio web:
<http://www.procolombia.co/procolombia/que-es-procolombia>

- Detectar sus principales fortalezas y debilidades.
- Reflexionar acerca de las nuevas realidades del comercio internacional y cómo se plantean esos nuevos escenarios en relación a la oferta exportable de la empresa.
- En función de esto identificar las principales oportunidades y amenazas del entorno competitivo externo.
- Determinar en forma previa los esfuerzos de adaptación que la empresa deberá hacer y delinear un plan de acciones en etapas que permitan manejar los costos que implica trabajar en la apertura de un mercado.
- Estas adaptaciones pueden incluir desde aspectos netamente productivos a 2 temas vinculados al uso de tecnologías, comunicaciones, packaging, certificaciones, etc.
- Seleccionar los mercados a incursionar y analizar sus potencialidades y sus barreras u obstáculos.
- Evaluar y preparar los medios logísticos y de distribución.

- Analizar los aspectos formales del proceso exportador (requerimientos de envío, despachos, etc.) así como los aspectos financieros del negocio (formas de pagos disponibles, costos, financiamiento, etc.).
- Definir el posicionamiento de la empresa e identificar socios o aliados estratégicos que puedan actuar como facilitadores. Establecer los costos asociados a la tarea de apertura de mercados.
- Diseñar el plan de acciones a llevar a cabo, permitiendo optimizar los recursos disponibles.³⁴

³⁴ Tomado del sitio web:
<http://www.palermo.edu/cedex/pdf/cedexPymesyplandeexportacion.pdf>

CAPITULO I

IDENTIFICAR UN PAÍS OBJETIVO QUE POSIBILITE EL PLAN EXPORTADOR.

Lista de los cinco principales países importadores de capsicum en el mundo, es decir los países para los cuales la exportación de pimentón es un gran atractivo y los cuales serán parte de los países objetivos a exportar.

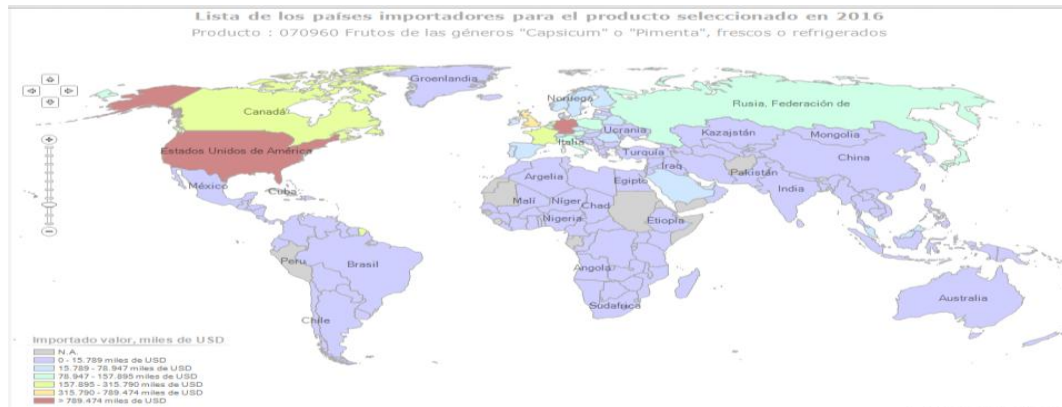
Producto seleccionado: 070960 frutas de los géneros “capsicum o pimienta”, frescos o refrigerados.

Tabla 1. Principales importadores de pimentón en el mundo.

Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016
Mundo	11.934.846	13.348.920	13.329.352	12.944.977	13.546.870
Estados Unidos de América	2.398.187	2.786.750	2.838.857	2.881.179	3.291.999
Alemania	1.520.597	1.709.532	1.664.823	1.629.080	1.634.879
Reino Unido	1.029.162	1.263.320	1.342.420	1.276.836	1.228.281
Francia	898.701	960.276	881.874	890.460	923.022
Canadá	659.763	734.209	746.151	741.793	781.178

Fuente: Trademap

Ilustración 12. Lista de países importadores del producto pimienta frescos o refrigerados.



Fuente: trademap

Teniendo en cuenta los cinco países que arroja la página de Trademap sobre los principales importadores de pimentón en el mundo, se realiza una matriz en donde se analizan factores económicos, indicadores demográficos, situación política, barreras comerciales, comercio exterior, logística internacional, análisis de la competencia y mercado de cada país con sus respectivos puntajes, como se muestra a continuación:

Tabla 2. Matriz selección de selección del país objetivo.

Indicadores/ Países	ESTADOS UNIDOS	ALEMANIA	REINO UNIDO	FRANCIA	CÁNADA
Factores macroeconómicos	3,6	3,7	3,55	3,1	4,3
Indicadores demográficos	3,6	3,95	4	3	4,2
Situación política	3,75	4	4	3,25	4,25
Barreras comerciales	2,2	2,3	1,8	2,6	2,95
Comercio exterior	4,1	2,2	3,45	3,45	3,75
Logística internacional	3,7	3,2	3	3,2	2,3
Análisis de la competencia	2	2	2	2	4
Mercado	3,5	4	3,5	4	3,25
TOTAL	26,45	25,35	25,3	24,6	29

FUENTE: Elaboración propia

Al obtener los resultados la matriz nos arrojó que el país elegido para exportar pimentón desde Colombia es hacia Canadá ya que este es el que posee condiciones favorables para exportar como lo son el arancel en 0% y una serie de beneficios como se muestra a continuación:

País seleccionado: CANADÁ

Datos Generales

Capital: Ottawa

Idioma: Inglés, Francés

Tipo de gobierno: Monarquía constitucional, democracia parlamentaria

Religión: Católica 42,6%; protestantes 23,3%, otras 34,1%

Moneda: Dólar Canadiense

Principales ciudades: Calgary, Montreal, Ottawa, Toronto, Vancouver

Indicadores Socio-Económicos

Población: 34, 300,083.00

PIB (US\$ millones): 1, 737,000.00

PIB per cápita (US\$): 41,100.00

% Crecimiento PIB: 2.50

Tasa de devaluación (%): 0.00

Tipo de cambio (moneda del país/USD\$): 1,022.00

Tipo de cambio bilateral (moneda del país/CO\$): 1,796.64

Tasa de desempleo (%): 7.50

Inflación (%): 2.80³⁵

³⁵ Tomado del sitio web:

<http://www.colombiatrader.com.co/herramientas/condiciones-acceso>

Tabla 3. Cifras del comercio internacional de Canadá.

Indicadores de comercio exterior	2012	2013	2014	2015	2016
Importación de bienes (<i>millones de USD</i>)	476.296	475.778	479.985	436.372	416.602
Exportación de bienes (<i>millones de USD</i>)	455.592	458.318	474.725	408.475	390.117
Importación de servicios (<i>millones de USD</i>)	110.621	111.547	106.721	95.405	97.378
Exportación de servicios (<i>millones de USD</i>)	87.765	88.722	85.181	76.292	80.927

Fuente: Colombiatrade

DATOS IMPORTANTES DEL TLC DE COLOMBIA CON CANADÁ.

El 15 ° de agosto entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio suscrito entre Colombia y Canadá ofreciendo nuevas oportunidades para los exportadores Colombianos.

¿Por qué es importante para Colombia el TLC con Canadá?

- Porque Canadá es el segundo país desarrollado con el cual Colombia logra poner en vigencia un Tratado de Libre Comercio. Este hecho constituye un buen precedente para el desarrollo de los procesos de ratificación y operación de los demás acuerdos que el país viene negociando.

- Porque Canadá es una de las grandes economías desarrolladas; genera el 2,6% del PIB mundial y es un país con un alto poder de compra; cuenta con un ingreso per cápita (precios de paridad de poder adquisitivo) de US\$39.600, cerca de 5 veces el registrado por Colombia.
- Porque tiene suscritos acuerdos de libre comercio con Chile (1996), Israel (1996), México y EEUU (1994), Costa Rica (2002), Perú (2009) y EFTA (2009), Panamá y Jordania, mientras que negocia otros adicionales.
- Porque Canadá ocupa un lugar destacado a nivel mundial tanto en el intercambio comercial de bienes y servicios, como en los flujos de inversión.
- Porque según un estudio realizado por la Oficina Canadiense de Facilitación del Comercio (TFO), Canadá es uno de los países del mundo con la más alta importación per cápita, pues ocupa el quinto lugar en el ranking mundial de importadores.

¿Qué caracteriza la economía canadiense?

Canadá es una de las naciones más ricas del mundo, miembro del G8 y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico –OCDE-.

Su desempeño económico se fundamenta en el sector servicios (78%), seguido por industria (20%) y agricultura (2%).

Ocupa el segundo lugar en reservas petroleras mundiales, después de Arabia Saudita.

Es el tercer productor de gas natural y el tercer exportador de madera.

¿Cuál es la importancia del mercado canadiense para Colombia?

Siendo Canadá uno de los principales importadores del mundo, la mayor integración con este país, le permitirá a Colombia tener acceso preferencial a un mercado de 34 millones de consumidores con alto nivel de ingresos.

En general el mercado de Canadá ofrece amplias oportunidades a los exportadores colombianos que contribuirán a aumentar el crecimiento potencial de la economía colombiana y a generar mayor desarrollo.

¿Cuáles productos agrícolas ingresarán a Canadá sin pagar impuestos?

Con el Tratado se logró acceso libre de aranceles de manera inmediata para la oferta exportable actual y potencial agropecuaria colombiana: se consolidó libre acceso al mercado de Canadá para el 98% de las importaciones agrícolas provenientes de Colombia en:

- Café en grano y soluble
- Azúcar blanco: Colombia alcanzará libre acceso al mercado de Canadá mediante desgravación arancelaria lineal en 17 años.
- Flores, esquejes y follajes.
- Frutas y hortalizas: libre acceso para casi todas las líneas arancelarias, corresponde principalmente a piña, guanábana, papaya, mangos y fresas.
- Confitería, cacao y sus derivados: tiene un gran potencial.
- Productos alimenticios y preparaciones de frutas y hortalizas.
- Sector tabacalero.
- Etanol y licores: acceso inmediato con trato nacional a nivel de las provincias que tienen un importante potencial.³⁶

Perfil del consumidor

El consumidor canadiense está cada vez más sensibilizado con los problemas relacionados con el medio ambiente y el exceso de consumo. Se fija más en la calidad del producto, su origen, composición y precio, especialmente desde la

³⁶Tomado del sitio web:
<http://www.procolombia.co/noticias/abc-del-tlc-con-canada>

crisis financiera mundial de 2009. Aun así, sigue siendo excesivamente exigente y propenso a comprar productos de moda. Los consumidores canadienses exigen un servicio de venta y posventa de alta calidad. Es sumamente útil proponer una atención telefónica gratuita para mantener el contacto con los consumidores. El consumidor canadiense confía cada vez más en internet para realizar sus compras, y durante la última década las ventas por internet han crecido a un ritmo mayor que las ventas en comercios tradicionales.

Eliminación de Aranceles

El acuerdo entre Colombia y Canadá establece que:

Habrà un proceso de eliminación de los aranceles aplicados a las mercancías originarias comercializadas entre Colombia y Canadá.³⁷

³⁷ Tomado del sitio web:

http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/exportando_productos_-_export_rally.pdf

CAPITULO II

IDENTIFICAR LAS EXIGENCIAS DE SALIDA DEL PIMENTÓN Y DE INGRESO AL PAÍS OBJETIVO.

Primeramente para poder realizar la exportación de cualquier producto desde Colombia se debe de realizar los siguientes pasos a seguir:

Registro como exportador

Tramitar el Registro Único Tributario (RUT) en cualquier oficina de la DIAN o SuperCade.

Estudio de mercado y localización de la demanda potencial

Seleccionar el mercado en el que se quiere incursionar. Identificar las características del país a donde se va a exportar, como preferencias de los consumidores y normatividad.

Ubicación de la posición arancelaria

Localice la subpartida arancelaria de su producto a través del arancel de aduanas o en el Centro de Información de su ciudad.

Procedimientos de visto bueno

Consultarle a la DIAN si su producto requiere permisos previos para la autorización de la exportación. Luego de tramitarlos, debe presentar la Solicitud de Autorización de Embarque ante el sistema informático de la DIAN.

Procedimientos aduaneros para despacho ante la DIAN:

- Cuando tenga lista la mercancía verifique términos de negociación.
- Puede utilizar un agente de carga o marítimo para la contratación de transporte internacional.
- En la DIAN del Puerto, Aeropuerto o Paso de Frontera, puede solicitar la Solicitud de Autorización de Embarque.
- Si la exportación tiene un valor superior a USD10.000, este procedimiento se debe hacer a través de una Agencia de Aduanas.

Medios de pago

Hay diferentes medios de pago internacional: transferencias bancarias, cartas de crédito, letras avaladas, garantías Standby.

Procedimientos cambiarios o reintegro de divisas

Debe reintegrar las divisas a través de los intermediarios del mercado cambiario, como son: bancos comerciales y otras entidades financieras.³⁸

Después de realizar los pasos mencionados anteriormente se debe de conocer que:

Para exportar plantas, productos vegetales, artículos reglamentados y sus productos ante el ICA, debe tener en cuenta que los certificados fitosanitarios se expiden para dar fe de que las plantas, los productos vegetales u otros artículos reglamentados cumplen los requisitos fitosanitarios de importación de los países importadores y son conformes a la declaración de certificación (Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias (NIMF) 12).³⁹

³⁸ Tomado el sitio web:

<http://www.procolombia.co/guia-para-exportar-bienes-desde-colombia>

³⁹ Tomado del sitio web:

https://www.ica.gov.co/servicios_linea/sispap_principal/Consultas/Agricola/Exportacion/%C2%BFComo-solicitar-un-Certificado-Fitosanitario-para.aspx

NORMA TÉCNICA COLOMBIANA NTC 3634-1 REQUERIMIENTOS DE SALIDA DEL PIMENTÓN.

- **Definición del producto**

Esta norma se aplica a pimentón de variedades (cultivares) procedentes de *Capsicum annum* L para ser suministrado fresco al consumidor. Se excluye el fruto destinado al procesamiento industrial. El pimentón puede clasificarse en cuatro tipos comerciales de acuerdo con la forma en:

- Pimentón alargado (cónico).
- Pimentón cuadrado (obtuso).
- Pimentón cónico (parte superior en punta).
- Pimentón liso (tomate pimentón).

- **Disposiciones concernientes a la calidad**

El propósito de esta norma es establecer los requisitos de calidad del pimentón para el control de la producción nacional y para las exportaciones, después de la preparación y el empaque.

a. Requisitos mínimos

En todas las categorías sujetas a disposiciones especiales y a las tolerancias permitidas, el pimentón debe estar:

- Enteros, con la forma característica de la variedad.
- Sano; por lo tanto se excluyen productos afectados por pudrición o deterioro, impropios para el consumo
- Limpios, libres de materia extraña visible.
- De apariencia fresca.
- Bien desarrollado.
- Libres de daño causado por congelación.
- Libres de heridas no cicatrizadas
- Libres de quemaduras de sol.
- Con sus pedúnculos.
- Libres de humedad externa anormal.
- Libres de sabores u olores extraños.
- Libres de daños, ataques de insectos, enfermedades, magulladuras o podredumbre que impida el consumo

El desarrollo y las condiciones de los pimentones deben ser tales que permitan:

-Soportar el transporte y la manipulación.

-Llegar en condiciones satisfactorias a su destino

b. Clasificación

Los pimentones son clasificados en dos categorías que se definen a continuación.

Categoría I. Los pimentones de esta categoría deben ser de buena calidad.

Ellos deben estar:

-Firmes

-La forma, el desarrollo y la colocación deben estar de acuerdo con la variedad, analizando el grado de madurez.

-Libres de manchas

El pedúnculo debe estar libre de daño o cortaduras. La unión debe estar entera.

Categoría II. Esta categoría incluye los pimentones que no clasificaron en la Categoría I, pero que cumplen satisfactoriamente con los requisitos mínimos descritos anteriormente.

Los siguientes defectos se permiten siempre que los pimentones conserven sus características esenciales, en especial su calidad, su conservación en esta categoría y su presentación:

-Defectos de forma y desarrollo

-Daños por quemaduras del sol o por congelación máximo de 1 cm cuadrado por pimentón, en cuanto a defectos superficiales, y 2 cm en longitud, por defectos o formas alargadas.

-Grietas superficiales secas de 3 cm como máximo.

Los pimentones pueden estar sin firmeza, sin llegar a presentar excesiva madurez.

- **Disposiciones concernientes al calibre**

El calibre es determinado por el diámetro medido en su parte más ancha. En el caso de pimentón liso (tomate pimentón) el término ancho se refiere al diámetro máximo ecuatorial.

En cuanto a las medidas de los pimentones, la diferencia entre el diámetro más grande y el más pequeño no debe exceder los 20 mm, en el mismo empaque.

El ancho de los pimentones no debe ser menor que:

- Pimentón alargado 30 mm
- Pimentón "cuadrado" 50 mm
- Pimentón cónico 40 mm
- Pimentón liso 55 mm.

La dimensión no es obligatoria para la Categoría II, pero está sujeta a las dimensiones mínimas. Estos requisitos no se aplican a los pimentones con cáscara delgada de longitud media (tipo pereroncini) cultivados de la variedad *Capsicum annum* L. var. Longum. Estos deben tener como máximo 5 cm de largo.

- **Disposiciones concernientes a tolerancias**

Las tolerancias con respecto a la calidad y tamaño deben ser admitidas en cada empaque para el producto que no cumple satisfactoriamente con los requisitos de la categoría indicada.

a. tolerancias de calidad

Categoría I. El 10 % en número o en peso de los pimentones que no satisfacen los requisitos de la categoría, pero que cumple con la Categoría II o que excepcionalmente, está en las condiciones de las tolerancias de esta categoría.

Categoría II. El 10 % en número o en peso de los pimentones que no satisface ninguno de los requisitos de esta categoría ni con los mínimos requisitos exigidos, con excepción del producto afectado por pudrición u otros defectos que lo hagan impropios para el consumo.

b. tolerancia de calibre

Categoría I. El 10 %, en número o en peso, de los pimentones que no cumplen con los tamaños identificados, dentro de un margen de más o menos 5 mm, pero que no incluya más del 5 % de los pimentones por debajo del tamaño mínimo establecido.

ii) Categoría II. El 10 %, en número o en peso, de los pimentones que no cumplen con los tamaños identificados, dentro de un margen de más o menos 5 mm, pero que no incluya más del 5 % de los pimentones por debajo del tamaño mínimo establecido.

- **Disposiciones concernientes a presentación. homogeneidad**

El contenido de cada empaque debe ser homogéneo, debe incluir solamente pimentones del mismo origen, variedad o tipo comercial, calidad, calibre (si es medido) y, en el caso de la Categoría I debe apreciarse el mismo grado de madurez y coloración. Para empaques de pimentones con un peso máximo de 1 kg la categoría se requiere solamente con respecto al origen y categoría de calidad. En el caso de producto calibrado, los pimentones alargados deben ser suficientemente homogéneos en longitud. La parte visible del contenido en el empaque debe ser representativa de todo el conjunto.

- **Empaque**

Caja de cartón corrugado doble pared.

Las láminas de cartón corrugado son el material más utilizado para la elaboración de empaques de frutas y hortalizas. Generalmente se emplean láminas dobles o triples en cuya capa exterior se realiza la impresión publicitaria y en la interior se adecúa para que resista la humedad del producto.

Las bajas temperaturas y los ambientes húmedos reducen la resistencia del cartón corrugado. Para evitar este tipo de daños, la pared interior de la caja se recubre con materiales resistentes al agua, tales como cera, parafina o polietileno. De la misma forma, el adhesivo empleado en el pegue y cierre de las cajas debe ser resistente a estas condiciones ambientales.

La mayoría de las cajas de cartón corrugado cuentan con agujeros que permiten la ventilación del calor (respiración) del producto y la circulación del aire frío al producto. Todos los agujeros deben estar diseñados y colocados de tal manera que la caja no se debilite. A causa de su forma, la mayor resistencia a la compresión es soportada por las esquinas, por lo que las perforaciones de aireación del empaque no deben ubicarse cerca de los rincones y se limitan entre el 5% y 7% del área lateral.

Los pimentones deben empacarse de manera que se protejan apropiadamente. Los materiales utilizados en el empaque deben ser nuevos, limpios ecológicamente aceptados y de una calidad tal que evite causar daños internos al producto. Se permite el uso de materiales, particularmente papel o sellos con inscripciones comerciales, siempre y cuando la impresión de los sellos se haga con tinta o pegantes no tóxicos. Los empaques deben estar libres de cualquier materia extraña.

- **Disposiciones concernientes al rotulado**

Cada empaque debe llevar los siguientes datos en letras agrupadas hacia un mismo lado, marcados en forma legible e indeleble desde el exterior.

a. identificación

Deben figurar los siguientes datos:

Empacador o despachador, o ambos Nombre y dirección, la marca del código aceptado oficialmente.

b. naturaleza del producto

"Pimentones", si el contenido no es visible desde el exterior.

-Tipo comercial (alargado, cuadrado, cónico o liso) o nombre de la variedad si el contenido no es visible desde el exterior.

c. origen del producto

- País de origen y, opcionalmente, lugar donde se cultivó o nombre de la zona local, regional o nacional.

d. especificaciones comerciales

-Categoría-

Calibre (mínimo y máximo diámetro para los pimentones que son medidos) y la marca "sin medir " si el calibre no es utilizado.

-Peso o número de unidades (opcional)⁴⁰

⁴⁰Tomado del sitio web:

http://e-normas.icontec.org/icontec_enormas_mobile/visor/HTML5.asp

REQUERIMIENTOS DE ENTRADA EN CANADÁ.

Reglamentos técnicos y Fitosanitarios

Es la normatividad que asegura la inocuidad de alimentos al igual que la protección de la vida de las personas o de los animales frente a los riesgos resultantes de la presencia de aditivos, contaminantes, toxinas u organismos patógenos en los productos alimenticios al igual que el aseguramiento de la no propagación de plagas u otras afecciones por motivo del ingreso a un país determinado de productos.⁴¹

Los documentos requeridos para la exportación a Canadá podrían incluir:

- Conocimiento de Embarque o Guía Aérea de Carga: Este contrato de transporte emitido por la transportadora marítima o aérea también es un recibo. Otorga el título a los productos y las copias firmadas son prueba de derecho propietario.
- Certificado de Origen (Formulario A): La CBSA requiere un certificado de origen para establecer dónde se manufacturan los productos y para determinar la tasa aplicable de aranceles aduaneros.

⁴¹ Tomado del sitio web:
<http://www.colombiatrader.com.co/herramientas/condiciones-acceso>

- Factura Comercial: Usada por el exportador para cobrar el valor de los productos al comprador canadiense. Los exportadores usan sus propios formularios, pero el contenido debe incluir información estándar como fecha de emisión, nombre y dirección del comprador y del vendedor, número de contrato, descripción de los bienes, precio unitario, número de unidades por paquete, peso total y condiciones de entrega y pago. La Factura Comercial también la usa la CBSA para establecer los aranceles y otros impuestos a la importación (ej. GST).
- Permisos de Exportación: Los permisos como por ejemplo para especies en peligro de extinción los emite el gobierno del país del exportador.
- Certificados de Inspección: Los certificados sanitarios y otros certificados son requeridos para algunos tipos de productos que ingresan a Canadá, incluyendo plantas, semillas, animales, farmacéuticos, material para viveros y carne.
- Lista de Empaque: eventualmente es requerida como suplemento de la factura comercial.

Requisitos para Productos Agrícolas frescos:

La Agencia de Inspección Alimentaria de Canadá monitorea la importación de las frutas y verduras (frutas y hortalizas frescas, incluidas las nueces y hongos comestibles) comercializadas bajo el Reglamento de frutas y hortalizas frescas de la Ley de Productos Agrícolas de Canadá.

La Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA) es la principal encargada de aplicar y administrar la reglamentación para alimentos, incluyendo la otorgación de licencias, procesamiento de documentación y conducción de inspecciones. El Ministerio de Salud de Canadá también desempeña un papel en términos de inocuidad alimentaria y etiquetado, mientras que la Agencia Canadiense de Servicios Fronterizos (CBSA) se encarga de la vigilancia y control fitosanitario en aeropuertos, puertos y zonas de frontera para restringir el ingreso de plagas y enfermedades que amenacen la producción nacional canadiense. Dicho control incluye embalajes, soportes de madera, entre otros.

Requisitos Sanitarios

Puede haber requisitos fitosanitarios como certificados fitosanitarios o permisos de importación de determinados productos básicos importados de determinados 25 países. Además, algunos productos pueden ser prohibidos en Canadá hasta que una evaluación del riesgo de plagas se ha completado. Para evitar la introducción y propagación de enfermedades y plagas, las frutas y verduras frescas están sujetas al Reglamento de Protección Fitosanitaria.

En consecuencia, la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos requiere permisos de importación y / o certificados fitosanitarios de ciertas frutas y hortalizas frescas procedentes de países o estados específicos.

Para productos que vayan a ser importados por primera vez y que puedan presentar un riesgo, la CFIA puede solicitar una evaluación de riesgo de plagas y prohibir su importación hasta que se cuente con los resultados.

Límite máximo de residuos químicos presentes en los alimentos

Las frutas y hortalizas frescas (incluyendo hierbas frescas, verduras y brotes) y hongos comestibles importados de Canadá deben cumplir con los Reglamentos de Productos Alimenticios y Farmacéuticos. Los requerimientos varían en base al riesgo percibido de la fruta o verdura para la salud de los canadienses y/o el medio ambiente, si se encuentran residuos que sobrepasan los LMR, el alimento es considerado como adulterado y, por consiguiente, prohibido para la venta.

Normatividad fitosanitaria

Exigencia de Cumplimiento de la Norma Internacional de Protección Fitosanitaria.

Canadá aplica la norma NIMF-15 desde el 16 de septiembre de 2005. Esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca.⁴²

⁴² Tomado del sitio web:
http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_canada_0.pdf

CAPITULO III

PROCESO LOGÍSTICO MÁS CONVENIENTE PARA EL PROCESO DE EXPORTACIÓN DE PIMENTÓN

PERFIL DE LOGÍSTICA DESDE COLOMBIA HACIA CANADÁ

La República de Canadá, situada en Norteamérica, limita al Norte con el Océano Ártico, al Este con el Océano Atlántico, al Sur con Estados Unidos y al Oeste con Alaska y el Océano Pacífico. La superficie total de su territorio es de 9.984.670 km².

La infraestructura canadiense se caracteriza por la interconexión con el territorio estadounidense como puente para el ingreso de mercancías. La variada gama de posibilidades, a través de conexiones terrestres, férreas, fluviales y aéreas desde los principales puertos, estaciones y aeropuertos, más la excelente infraestructura de transporte con 1.042.300 km. de carreteras y 48.068 km. de redes ferroviarias, permiten el acceso de productos a su territorio, sin ninguna dificultad. La red viaria más larga es la Autopista Transcanadiense, con 8.000 km. que cruza el país de norte a sur.

Tabla 4. Exportaciones colombianas



Fuente: DANE - Procesados por Procolombia

Desempeño logístico de Canadá

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en 2016, Canadá ocupa el puesto número 14 en el mundo en cuanto al desempeño logístico. Sumado a lo anterior es importante señalar que el desempeño presentado por Canadá en cada uno de los diferentes aspectos que componen el LPI, fue el siguiente:

Tabla 5. Logistics Performance Index de Canadá.

LPI	Puntaje	Puesto
	3,93	14
Aspectos evaluados		
Eficiencia aduanera	3,95	6
Calidad de la infraestructura	4,14	9
Competitividad de transporte internacional de carga	3,56	29
Competencia y calidad en los servicios logísticos	3,90	15
Capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	4,10	9
Puntualidad en el transporte de carga	4,01	25

Fuente: the World Bank.

El índice varía entre 1 y 5, donde 5 representa el mayor desempeño.

ACCESO MARÍTIMO Y AÉREO

Ilustración 13. Mapa de acceso marítimo y aéreo desde Colombia a Canadá.



FUENTE: Colombiatrader

Servicios marítimos

Canadá cuenta con más de 200 puertos y sub puertos distribuidos a lo largo de sus costas; la mayoría están dotados con una infraestructura especializada en el manejo de diferentes tipos de mercancías. El Río San Lorenzo, que conecta al Océano Atlántico con los numerosos mercados al interior del Canadá, es el más importante debido a la navegación de embarcaciones con origen en los puertos marítimos de Montreal, Toronto y Thunder Bay.

Los servicios regulares de transporte marítimo desde Colombia se centralizan principalmente en los puertos del este: Halifax (Nueva Escocia), Montreal (Quebec) y Toronto (Ontario); y el puerto del oeste, Vancouver (Columbia Británica). Desde la costa atlántica hay 1 naviera con 1 servicio directo, cuyos tiempos de tránsito se pueden encontrar desde los 14 días. La oferta se complementa con 55 rutas en conexión ofrecidas por 8 navieras con tiempos de tránsito desde los 9 días. Los transbordos se realizan en puertos de Panamá, Estados Unidos, Jamaica, República Dominicana y Canadá. Desde Buenaventura hacia los puertos de Canadá, no existen servicios directos. La oferta se complementa con 20 rutas, ofrecidas por 7 navieras, con tiempos de tránsito desde los 11 días. Las conexiones se realizan en puertos de Panamá, Estados Unidos y Canadá.

Tabla 6. Frecuencias y tiempo de tránsito desde los puertos colombianos

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones*	Tiempo de Tránsito (Días)
Toronto	Cartagena	Filadelfia- Estados Unidos	9
	Buenaventura	New york - Estados Unidos	11
	Barranquilla	Cartagena - Colombia, Filadelfia - Estados Unidos	16
	Santa marta	Cartagena – Colombia, Filadelfia - Estados Unidos	10
Montreal	Cartagena	New York - Estados Unidos	9
	Buenaventura	New York - Estados Unidos	19
	Barranquilla	Cartagena - Colombia, New York - Estados Unidos	17
	Santa marta	Manzanillo – Panamá, Filadelfia - Estados Unidos	18
Vancouver	Cartagena	Directo	14
	Buenaventura	Balboa - Panamá	19
	Barranquilla	Cartagena - Colombia	22
	Santa marta	Cartagena - Colombia	18
Halifax	Cartagena	Filadelfia - Estados Unidos, New york - Estados Unidos	11
	Buenaventura	Manzanillo – Panamá, Filadelfia, New York – Estados Unidos	15
	Barranquilla	Kingston – Jamaica, Saint Jhon - Canadá	15

Ilustración 14. Líneas navieras y consolidadores con oferta de servicios a Canadá.



Servicios aéreos

La infraestructura aeroportuaria de Canadá está compuesta por 522 aeropuertos, de los cuales se opera desde Colombia principalmente a: Pearson International (Toronto), Aeropuerto Vancouver (Columbia Británica), y Aeropuerto de Montreal (Quebec), en su mayoría con conexiones en Estados Unidos.

Los productos colombianos que requieran el ingreso por vía aérea a Canadá, encuentran diferentes opciones, la mayoría de ellas a través de una o más conexiones previas lo cual es necesario tenerlo en cuenta cuando los embarques correspondan a productos perecederos.

Actualmente existen más de 8 aerolíneas que prestan servicios de transporte de carga hacia Canadá. Las conexiones se realizan principalmente en ciudades de Estados Unidos, México y El Salvador.

Tabla 7. Aerolíneas prestadoras de servicio a Canadá

Aerolínea	Conexiones	Frecuencia
American airlines	Miami - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
Avianca	San salvador - El Salvador	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
	Directo	LU, MI, VI, DO
Aeroméxico	Mexico city - México	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
Copa Airlines	Panama - Panamá	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
		LU, MA, JU, VI, SA, DO
		MA, JU, VI, DO
United Airlines	Houston - Estados Unidos, Newark - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
	Houston - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
Fedex	Memphis - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO
		MI, SA, DO
Centurion	Miami - Estados Unidos	MA, MI, JU, VI, SA, DO
		MA, MI, JU, VI, SA
Air canada	Directo	MI, VI, DO
	Toronto - Canadá	MA, JU, SA
		MA, JU, VI, DO

Fuente: Aerolíneas. Información procesada por la Dirección de Información Comercial – ProColombia.

OTROS ASPECTOS IMPORTANTES PARA LA LOGÍSTICA

Documentos requeridos para ingreso de mercancías.

Envíos comerciales

Para envíos con valor menor a \$1.600 CAD (Dólar Canadiense), se requieren tres (3) facturas comerciales.

- Para envíos con valor mayor o igual a \$1.600 CAD (Dólar Canadiense), se requieren tres (3) facturas expedidas por la Aduana de Canadá completamente diligenciadas y firmadas por la misma.
- Si la factura expedida por la Aduana Canadiense no es correctamente diligenciada, se requerirá un depósito de seguridad.

Transporte de muestras sin valor comercial

Transporte de muestras sin valor comercial Se entiende por muestras sin valor comercial aquellas mercancías que únicamente tienen por finalidad demostrar sus características y que carecen de valor comercial por sí mismas, las cuales no deben ser destinadas a la venta en el país. Antes de enviar una muestra verifique que éstas no pagan aranceles e impuestos en el destino al que planea llegar. Recuerde que este puede ser un costo adicional para su cliente y afectar los tiempos de entrega.

Dentro del manejo de mercancías por vía aérea, ya sea como muestras sin valor comercial o envíos urgentes, se destacan las ALIANZAS que PROCOLOMBIA ha suscrito con diversas transportadoras, para reducir el costo de los envíos en que incurren aquellas empresas que trabajan en los diferentes programas ofrecidos por nuestra entidad. ⁴³

Tabla 8. Indicadores de exportación de Canadá.

Indicador	Canadá	OCDE
Tiempo para exportar: Cumplimiento fronterizo (horas)	2	12
Costo para exportar: Cumplimiento fronterizo (USD)	167	150
Tiempo para exportar: Cumplimiento documental (horas)	1	3
Costo para exportar: Cumplimiento documental (USD)	156	36

⁴³ Tomado del sitio web:
http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_canada_0.pdf

Tabla 9. Indicadores de importación de Canadá.

Indicador	Canadá	OCDE
Tiempo para importar: Cumplimiento fronterizo (horas)	2	9
Costo para importar: Cumplimiento fronterizo (USD)	172	115
Tiempo para importar: Cumplimiento documental (horas)	1	4
Costo para importar: Cumplimiento documental (USD)	163	26

Fuente: Doing Business 2016

Inconterms elegido para el tipo de transacción a realizar:

FOB (Free On Board) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido)

FOB

Franco A Bordo

“Franco A Bordo” significa que la empresa vendedora entrega la mercancía a bordo del buque designado por la compradora en el puerto de embarque designado o proporciona la mercancía así ya entregada. El riesgo de pérdida o daño a la mercancía se transmite cuando la mercancía está a bordo del buque, y la empresa compradora corre con todos los costos desde ese momento en adelante.

Con este tipo de término Inconterms la empresa deberá cumplir las siguientes obligaciones:

Obligaciones del vendedor

- Entregar la mercadería y documentos necesario

- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

Datos de origen de salida y llegada:

País Origen: Colombia

País Destino: Canadá

Punto Embarque: Buenaventura

Punto Desembarque: Vancouver

El transporte marítimo es el principal medio utilizado en el comercio internacional de frutas y hortalizas. Es considerado el medio más económico y especializado para la exportación de grandes cantidades de productos frescos. Dependiendo del volumen a movilizar, la operación se realiza en barcos refrigerados (reefers) o en contenedores equipados con sistemas de frío.

El contenedor refrigerado es una forma especializada de transporte de frutas y hortalizas. Cada contenedor está construido con materiales térmicos y puede contar con ductos especiales para la circulación de aire, suministrado por el sistema de refrigeración del barco (Sistema Con-Air) o con un sistema de refrigeración independiente el cual se conecta a la red de electricidad del barco (Sistema Reefer)

CAPITULO IV

ANÁLISIS FINANCIERO

Para todo proyecto que requiera efectuar inversión es necesario llevar a cabo una planeación financiera donde se contemplen los ingresos y egresos del proyecto y se puede realizar la relación de beneficio frente al costo que traerá la realización del mismo para sus inversionistas. Esta propuesta de plan exportador tampoco es la excepción al caso.

Posteriormente a la realización de los anteriores objetivos, donde se describió todo lo concerniente al plan exportador e investigación de mercados, es necesario presentar los datos a tener en cuenta para el proceso de exportación que se propone en este proyecto de grado. El proceso de análisis beneficio costo se dividió en dos etapas: 1ª etapa: insumos; 2ª Etapa: proyección. Estas etapas se proyectaron de acuerdo a unos criterios de variables económicas y financieras tomados de fuentes como el Banco de la República, el DANE y la Bolsa de Valores de Colombia y se muestran a continuación:

Tabla 10 Criterios de proyección variables económico-financieras

PROYECCIÓN ENTORNO ECONÓMICO					
VARIABLES/AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
Inflación	5,30%	5,20%	5,15%	4,80%	5,00%
PIB	3,50%	4,20%	4,50%	4,40%	4,90%
Tasa Impositiva	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Tasa libre de riesgo	3,90%	4,20%	4,50%	4,70%	4,60%
Tasa del mercado	18,50%	17,90%	18,30%	18,00%	18,10%
Beta	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2

Fuente: BR, DANE Y BVC

Con lo anterior se presenta las siguientes etapas:

PRIMERA ETAPA: INSUMOS.

Para esta fase inicial con los datos actuales de costos y gastos, y basados en los precios internacionales del producto en el país a donde se piensa exportar, se definió un precio total de 1.900 pesos por kilo, para ser más específicos 28.500 pesos por caja contenedora de 15 kilos (**NOTA:** las cajas son las unidades para las medidas que se presentarán de ahora en adelante en esta explicación). Aparte de esto, según las proyecciones de demanda del producto en el país a exportar, la cantidad de unidades que se pueden enviar en un contenedor de acuerdo a los requerimientos del producto para la salida del mismo en el puerto y teniendo principalmente en cuenta la capacidad de producción para exportación que podría tener la empresa, se definió un total de 1050 cajas en promedio mensuales para ser exportadas. Debido a que la

producción total que la empresa podría hacer solamente para exportar oscila entre las 1100 y 1200 cajas mensuales, por lo cual se toma este valor de 1050 cajas por defecto. Con esta información ya se pueden tener unos ingresos estimados para los próximos 5 años, donde las unidades se proyectaron con el PIB nacional esperado y los precios con la inflación nacional esperada, por lo que las 1050 cajas iniciales mensuales multiplicadas por los 12 meses del año generarían un total de 12600 cajas para el año 2018, así sucesivamente se realizaron los siguientes cálculos para el resto del horizonte de evaluación:

Posteriormente a esta información de los ingresos, se reunió la información de los costos de producción según las cantidades esperadas a exportar. Aquí la empresa estableció un dato porcentual del 43% de costos de producción incluyendo todo lo necesario para elaborar una unidad de producto a excepción del empaque y embalaje. También se hizo una aproximación por regla de 3 al costo total de los servicios públicos con esta producción a exportar para definir el precio extra que se generaría por la exportación y cargarlo a este modelo; otros rubros concernientes a gastos de administración y ventas necesarios para iniciar este proceso fueron especificados. Para finalizar el costeo, fue necesario establecer la matriz de costos de exportación según el modelo sugerido por PROCOLOMBIA, con la cual se especifica el costo FOB unitario del producto a exportar. Ese costo es descontado al costo de producción y finalmente se halla el costo FOB por la exportación, el cual debe ser sumado a total de egresos del producto en el modelo para establecer el total de datos.

Tabla 11 . Datos generales para el proyecto

DATOS	
Precio producto kilo de pimenton	\$ 1.900
kilos por caja	15
Precio caja	\$ 28.500
Cajas proyectadas	1050
Costo (% precio de venta)	43%
Costo FOB por caja	\$ 13.070
Servicios públicos mensuales	\$ 250.000
Gastos de admón y ventas mensuales	\$ 900.000
Contador	\$ 350.000
Asistente administrativo	\$ 300.000

Fuente: Elaboración propia.

Para establecer la información del costo FOB por caja, fue necesario utilizar la matriz de costo que sugiere PROCOLOMBIA. Con esta matriz se identificaron los costos pertinentes según los datos recabados al momento, arrojando los siguientes resultados y cargando estos a la planeación financiera:

Tabla 12 Matriz de costos

MATRIZ DE COSTOS DE D.F.I. POR MODALIDAD DE TRANSPORTE					
INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I	PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial	PIMENTON	Campos Modificables	
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	0709.60.00.00	Campos con Formulas	
		POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)		1900	Precio
	III	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	CAJA POR 15 kilos	1100	Costo total
	IV	VALOR POR UNIDAD COMERCIAL	5,93	42%	Ganancia

	V	TIPO DE EMPAQUE	CAJA DE CARTON	Precio caja COP	\$ 6.520
		DIMENSIONES DEL EMPAQUE m	Altura 15 cms* Largo 35 cms*Ancho 45 cms	Costo FOB neto	\$ 13.070
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	VI	ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	PUERTO DE BUENAVENTURA		
	VII	DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE – ENTREGA	PUERTO DE VANCOUVER		
	VIII	PESO TOTAL KG/TON			
	IX	UNIDAD DE CARGA	ESTI BA DE PLASTICO		
	X	UNIDADES COMERCIALES *KILOS	16.000		
	XI	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3			
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XII	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	FOB		
	XIII	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	50% ANTES DE EXPORTAR 50% EN EL MOMENTO DE		-

			ENTREGA
	XIV	TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	\$2.146

--	--	--	--

CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN				MARÍTIMO		
				Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)
	1	EMPAQUE		5,87	93.942,22	
	2	EMBALAJE		5,87	93.942,22	
PAIS EXPORTADOR	A	VALOR EXW		17,67	282.721,34	-
		Costos Directos				
	3	UNITARIZACIÓN		0,000	-	
	4	MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR		0,003	46,60	

	5	DOCUMENTACIÓN		0,002	37,28	
	6	TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)		0,006	93,20	
	7	ALMACENAMIENTO INTERMEDIO		0,000	-	
	8	MANIPUELO PREEMBARQUE		0,004	69,90	
	9	MANIPULEO EMBARQUE		0,002	27,96	
	10	BANCARIO		0,000	-	
	11	AGENTES		0,007	116,50	
		Costos Indirectos				
	12	ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto		0,000		
	13	CAPITAL-INVENTARIO		0,000	-	
	14	SEGURO***			1.840,23	

		COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR		0,139	2.231,66	
	B	VALOR : FCA.No Incluye Embarque		17,808	284.925,04	-
	C	VALOR : FAS No Incluye Embarque		17,808	284.925,04	-
	D	VALOR : FOB		17,810	284.953,00	-

Fuente:

PROCOLOMBIA

Fuente: PROCOLOMBIA

Con estos datos se cuenta con los insumos para calcular los ingresos y egresos del proyecto. Para finalizar la primera etapa de insumos hay que evidenciar la inversión que se debe hacer para ampliar la capacidad instalada y poder producir más unidades, así como su respectiva depreciación y aumento de capital de trabajo anual y maquinaria. Del total de inversión requerido, los propietarios definieron una estructura de capital de 30% aportes propios y 70% financiación con deuda por lo cual fue necesario simular este préstamo bancario con FINAGRO (quien ofrecía la tasa más baja para estas empresas- 12,42% Efectiva anual) y agregarlo a la planeación.

Tabla 13 Datos de inversión del proyecto

Inversión para plan de exportador	\$ 3.300.000
Equipo de computo	\$ 2.000.000
Equipo de comunicación	\$ 300.000
Imprevistos	\$ 1.000.000
Incremento de maquinaria anual	\$ 4.000.000
Incremento capital de trabajo ventas	5%

Fuente: Elaboracion propia

Tabla 14 Simulación crédito FINAGRO

LIQUIDACIÓN CRÉDITO				
Monto	\$ 2.310.000	EA		
Plazo	5			
Tasa	12,42%			
Cuota	\$ 647.497			
Periodo	Cuota	Interes	Abono	Saldo
2017				\$ 2.310.000
2018	\$ 647.497	\$ 286.902	\$ 360.595	\$ 1.949.405
2019	\$ 647.497	\$ 242.116	\$ 405.381	\$ 1.544.023
2020	\$ 647.497	\$ 191.768	\$ 455.730	\$ 1.088.294
2021	\$ 647.497	\$ 135.166	\$ 512.331	\$ 575.963
2022	\$ 647.497	\$ 71.535	\$ 575.963	-\$ 0

Fuente: Elaboracion propia

SEGUNDA ETAPA: PROYECCIÓN FINANCIERA.

En la segunda etapa de este análisis beneficio costo se procedió a efectuar los cálculos respectivos proyectando todos los datos según las variables económicas expuestas al inicio. Se generaron los siguientes cálculos iniciales de los ingresos y egresos anuales:

Tabla 15 Cálculos anuales de ingresos y egresos

PROYECCIÓN DE CÁLCULOS						
	AÑOS					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Cajas anuales		12600	13129	13720	14324	15026
Precio de venta caja		\$ 28.500	\$ 30.000	\$ 32.000	\$ 34.000	\$ 36.000
Ventas		\$ 359.100.000	\$ 393.870.000	\$ 439.040.000	\$ 487.016.000	\$ 540.936.000
Costo producto		\$ 154.413.000	\$ 169.364.100	\$ 188.787.200	\$ 209.416.880	\$ 232.602.480
Servicios públicos mensuales		\$ 3.000.000	\$ 3.156.000,00	\$ 3.318.534,00	\$ 3.477.823,63	\$ 3.651.714,81
Costo FOB por caja		\$ 164.688.067	\$ 171.604.966,17	\$ 179.327.189,65	\$ 187.217.586,00	\$ 196.391.247,71
Gastos de admón y ventas		\$ 10.800.000	\$ 11.361.600,00	\$ 11.946.722,40	\$ 12.520.165,08	\$ 13.146.173,33
Depreciación		\$ 460.000	\$ 460.000	\$ 460.000	\$ 460.000	\$ 460.000

Fuente: Elaboracion propia.

Basado en estos datos se construyó el estado de resultados del proyecto y su respectivo flujo de fondos o de caja, teniendo en cuenta solamente las entradas generadas por el proceso de venta de productos para exportar como se ha venido haciendo.

Tabla 16 Estado de resultados proyectado 2018-2022

ESTADO DE RESULTADOS						
RUBROS	AÑOS					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas		\$359.100.000,00	\$393.870.000,00	\$439.040.000,00	\$487.016.000,00	\$540.936.000,00
Costo de venta		\$319.561.067,35	\$341.429.066,17	\$368.574.389,65	\$397.094.466,00	\$429.453.727,71
UTILIDAD BRUTA		\$ 39.538.932,65	\$ 52.440.933,83	\$ 70.465.610,35	\$ 89.921.534,00	\$111.482.272,29
Gastos de admón y ventas		\$ 13.800.000,00	\$ 14.517.600,00	\$ 15.265.256,40	\$ 15.997.988,71	\$ 16.797.888,14
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 25.738.932,65	\$ 37.923.333,83	\$ 55.200.353,95	\$ 73.923.545,30	\$ 94.684.384,15
Gastos financieros		\$ 286.902,00	\$ 242.116,06	\$ 191.767,72	\$ 135.166,10	\$ 71.534,57
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$ 25.452.030,65	\$ 37.681.217,76	\$ 55.008.586,23	\$ 73.788.379,19	\$ 94.612.849,58
Impuesto		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD NETA		\$ 25.452.030,65	\$ 37.681.217,76	\$ 55.008.586,23	\$ 73.788.379,19	\$ 94.612.849,58

Fuente: Elaboracion propia.

Tabla 17 . Flujo de fondos/ caja libre proyectado 2018-2022

FLUJO DE CAJA LIBRE						
RUBROS	AÑOS					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 25.738.933	\$ 37.923.334	\$ 55.200.354	\$ 73.923.545	\$ 94.684.384
Depreciación		\$ 460.000	\$ 460.000	\$ 460.000	\$ 460.000	\$ 460.000
UODI		\$ 26.198.933	\$ 38.383.334	\$ 55.660.354	\$ 74.383.545	\$ 95.144.384
Impuesto		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA BRUTO		\$ 26.198.933	\$ 38.383.334	\$ 55.660.354	\$ 74.383.545	\$ 95.144.384
Incremento capital de trabajo		\$ 17.955.000	\$ 19.693.500	\$ 21.952.000	\$ 24.350.800	\$ 27.046.800
Incremento de activos fijos		\$ 4.000.000	\$ 4.208.000	\$ 4.424.712	\$ 4.637.098	\$ 4.868.953
FLUJO DE CAJA LIBRE	-\$ 3.300.000	\$ 4.243.933	\$ 14.481.834	\$ 29.283.642	\$ 45.395.647	\$ 63.228.631

Fuente: Elaboración propia

Con el flujo de caja construido, derivó evaluar el proyecto con su Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC) y medir su viabilidad según la generación de Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y principalmente la relación Beneficio Costo (B/C)

Tabla 18 Evaluación financiera del proyecto

EVALUACIÓN FINANCIERA						
CONCEPTOS	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Costo de la deuda		12,42%	12,42%	12,42%	12,42%	12,42%
Tasa libre de riesgo		3,90%	4,20%	4,50%	4,70%	4,60%
Tasa del mercado		18,50%	17,90%	18,30%	18,00%	18,10%
Beta		1,20	1,20	1,20	1,20	1,20
Rendimiento del patrimonio		21,42%	20,64%	21,06%	20,66%	20,80%
Capital	\$ 990.000,00	\$ 990.000	\$ 990.000	\$ 990.000	\$ 990.000	\$ 990.000
Deuda	\$ 2.310.000,00	\$ 1.949.405	\$ 1.544.023	\$ 1.088.294	\$ 575.963	-\$ 0
Total	\$ 3.300.000,00	\$ 2.939.404,71	\$ 2.534.023,48	\$ 2.078.293,91	\$ 1.565.962,72	\$ 990.000,00
COSTO (CPPC)		15,45%	15,63%	16,54%	17,63%	20,80%
1+CPPC		115,45%	115,63%	116,54%	117,63%	120,80%
CPPC capitalizado		115,45%	133,50%	155,57%	183,00%	221,06%
FLUJOS DE CAJA LIBRE	-\$ 3.300.000	\$ 3.675.953	\$ 10.847.987	\$ 18.823.127	\$ 24.806.490	\$ 28.602.102
VPN	\$ 83.455.658					
TIR	260%					
RELACIÓN BENEFICO/COSTO	26,29					

Fuente: Elaboración propia.

Desde estos resultados estáticos del proceso de planeación, se puede denotar la viabilidad financiera positiva con una generación de un VPN alto para los inversionistas, una TIR muy superior al CPPC de cada año y una relación beneficio costo superior a 1 donde los ingresos percibidos superan los egresos del proyecto en una relación 1 a 26.

CONCLUSIONES

Después de haber realizado el plan exportador de pimentón hacia Vancouver Canadá se analizaron los resultados y se elaboraron algunas conclusiones que se presentan a continuación:

De acuerdo al análisis que se realizó para seleccionar el país objetivo se encontró que el pimentón es un producto con gran potencial de ser exportado hacia Canadá, debido a que es el quinto mayor importador del mundo según PROCOLOMBIA. Además el aprovechamiento del TLC que se tiene con ese país el cual es un punto importante para realizar el proceso de exportación.

Con relación a los estándares y requerimientos legales para la importación del pimentón establecidos por Canadá, se encontró que no existe aranceles para este producto, lo cual reduce los costos totales de exportación y hace más factible llevar a cabo este proyecto. Sin embargo, es primordial cumplir con las normas establecidas tanto del gobierno Colombiano como del gobierno canadiense para lograr entrar sin problemas al mercado objetivo. El producto debe poseer certificado fitosanitario emitido por el ICA para dar fe de que cumplen con los reglamentos del país importador.

Por otro parte, el análisis referente al proceso logístico se concluyó que será vía marítima el cual es el principal medio utilizado en el comercio internacional de frutas y hortalizas, además de ser el más económico y especializado para la exportación de grandes cantidades de productos frescos, y será en contenedor refrigerado debido a que es un producto en fresco.

Para conocer la factibilidad del proyecto de exportación desde el punto de vista financiero se elaboraron proyecciones de las ventas, costos y utilidades a obtener para cinco años. Con los resultados obtenidos se concluyó que el proyecto es rentable pues las utilidades a obtener son atractivas y existe un crecimiento.

RECOMENDACIONES

- La microempresa La Quinta se le recomienda registrarse en Procolombia para acceder a los beneficios que esta entidad ofrece, donde pueda obtener un conocimiento más amplio sobre el proceso de exportación por medio del acompañamiento de los asesores que la entidad ofrece.
- La microempresa se le recomienda cambiar de régimen simplificado a común para acceder a la devolución del IVA y poder exportar.
- Aprovechar las herramientas que ofrece Procolombia para tener conocimientos de los negocios que se llevan a cabo en el país, herramientas como macrorruedas, seminarios, telepresencia, ferias internacionales, las cuales están dirigidos a las empresarios de la región, para que logren sacar sus productos al mercado internacional.

WEBGRAFÍA

<http://ue.procolombia.co/sites/default/files/Perfil%20log%C3%ADstico%20de%20Reino%20Unido.pdf>

<http://www.colombiatrader.com.co/como-exportar/por-que-exportar>

<http://www.elpais.com.co/economia/73-de-las-pymes-del-pais-no-exporta-sus-productos.html>

<http://www.elpais.com.co/economia/73-de-las-pymes-del-pais-no-exporta-sus-productos.html>

<http://www.elpais.com.co/economia/73-de-las-pymes-del-pais-no-exporta-sus-productos.html>

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16343283>

http://www.foes.es/esp/Servicios/Internacionalizacion/PLAN_DE_EXPORTACION/dir_640_1.htm

http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme_com_internacionall.pdf

<http://www.procolombia.co/noticias/abc-del-tlc-con-canada>

<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/canada/presentacion-general>

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/bol_exp_dic17.pdf

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/exportaciones/cp_exp_dic17.pdf

<http://www.procolombia.co/node/1141>

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/comercio_exterior/Glosario-exportaciones-importaciones.pdf

<http://www.procolombia.co/procolombia/que-es-procolombia>

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>

http://e-normas.icontec.org/icontec_enormas_mobile/visor/HTML5.asp