

**INDAGACIÓN DE VIABILIDAD DE UN PLAN EXPORTACION DE LA UVA DE
LA EMPRESA ALBERTO ARISTIZABAL & CIA DE LA UNIÓN VALLE DEL
CAUCA**

**ALEJANDRO LEÓN ARANA
IVÁN FELIPE VALENCIA USECHE**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE ZARZAL
FACULTAD DE LAS CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ZARZAL, VALLE DEL CAUCA
2021**

**INDAGACION DE VIABILIDAD DE UN PLAN EXPORTACION DE LA UVA DE
LA EMPRESA ALBERTO ARISTIZABAL & CIA DE LA UNIÓN VALLE DEL
CAUCA**

**ALEJANDRO LEÓN ARANA
IVÁN FELIPE VALENCIA USECHE**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE
EMPRESA**

**DIRECTOR
OSCAR HUMBERTO GAVIRIA**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE ZARZAL
FACULTAD DE LAS CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ZARZAL, VALLE DEL CAUCA
2021**

TABLA DE CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	7
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
2. OBJETIVOS.....	12
3. JUSTIFICACIÓN.....	13
4. MARCO REFERENCIAL	16
5. METODOLOGÍA.....	24
6. IDENTIFICACIÓN DEL PAÍS OBJETIVO	26
7. PROCESO LOGÍSTICO DE COLOMBIA A CANADA PARA LA EXPORTACIÓN DE UVA LA EMPRESA ALBERTO ARISTIZABAL & CIA DE LA UNIÓN VALLE DEL CAUCA.....	36
8. VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA PROPUESTA.....	46
9. RESULTADOS	58
10. CONCLUSIONES	59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60
ANEXOS	65

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Logo.....	16
Figura 2. Ubicación del municipio de La Unión en el Valle.	17
Figura 3. Entrada principal empresa Alberto Aristizabal & Cía.	17
Figura 4. Acceso Marítimo	32
Figura 5. Líneas navieras y consolidadores con oferta de servicios a Canadá	34
Figura 6. Acceso Aéreo.	34
Figura 7. Registro Único Tributario.	7
Figura 8. Ejemplo del Certificado de Origen.	38
Figura 9. Logo Certificado de Origen.	39
Figura 10. Certificado Fitosanitario.	39
Figura 11. Ejemplo de certificado de origen.....	40
Figura 12. Certificado Internacional de Importación.....	41
Figura 13. Término Incoterms FAC (Transferencia de la responsabilidad).....	44
Figura 14. Formulario reintegración de divisas.	45

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Consolidación de Normas.....	23
Tabla 2. Indicadores de Países Potenciales para la Exportación.	26
Tabla 3. Matriz de Investigación de los Países Objetivos.	30
Tabla 4. Componentes de LPI (índice de desempeño logístico).....	32
Tabla 5. Frecuencias y tiempo de tránsito desde los puertos colombianos.	33
Tabla 6. Aerolíneas prestadoras de servicio a Canadá.	35
Tabla 7. Cantidad Proyectada a Exportación por Año.	46
Tabla 8. Costo de Materia Prima (M.P.) aumento anual 1.065.	46
Tabla 9. Costo Mano de Obra (M.O.) aumento anual 1.05.	47
Tabla 10. Costo Indirecto de Fabricación (CIF).	47
Tabla 11. Precio de ventas.	48
Tabla 12. Gastos de administración.....	48
Tabla 13. Metas del proyecto.....	48
Tabla 14. Valor del proyecto de inversión.....	49
Tabla 15. Contribución de la inversión.....	49
Tabla 16. Financiación.....	49
Tabla 17. Proyección de Tabla de Amortización.....	49
Tabla 18. Activos fijos.....	50
Tabla 19. Gastos de Permisos y Legalización de Exportación.	50
Tabla 20. Presupuesto de Costos y Gastos.....	51
Tabla 21. Gastos Administrativos.	51
Tabla 22. Proyección de ventas.....	52
Tabla 23. Estado de resultados.	53
Tabla 24. Balance General.	54
Tabla 25. Flujo de Caja.....	55
Tabla 26. TIR.	56
Tabla 27. VPN.....	56
Tabla 28. B/C.....	56

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Cotización de empaque de caja icopor para frutas.	65
Anexo B. Caja de icopor para frutas.	66
Anexo C. Cotizacion de estiba tipo taco.	68
Anexo D. Cotizacion de estiba tipo repisa	69
Anexo E. Matriz para selección del Pais.....	70

INTRODUCCIÓN

La empresa Alberto Aristizabal & Cía., es una empresa familiar constituida legalmente, dedicada a la producción y comercialización de frutas y hortalizas siendo su principal producto la uva y otro frutal. La empresa fue creada el 19 de Mayo de 1989, con más de 24 años en el mercado nacional, donde ha tenido una curva de experiencia muy notoria, pero sin ser ajena a las nuevas circunstancias económicas y desarrollo y competencia global, la empresa es muy comprometida con la región en contribuir con el desarrollo de la calidad de vida de sus accionistas, clientes y colaboradores, para esto se realizará un plan exportador para poder incursionar en nuevos mercados internacionales como su nuevo objetivo empresarial, de esta forma tendrá un crecimiento competitivo en la industria, donde se debe tener factores internos y externos como lo pueden ser la inestabilidad de los precios internacionales de la materia prima y del mercado cambiario, también la cadena logística y comercial. Por ende, esto beneficiaría tanto la organización como a la misma región y tendría un mayor nivel de desarrollo en el mercado.

Por estas razones se pretende realizar un plan exportador para la empresa Alberto Aristizabal & CIA en La Unión Valle Del Cauca, para así mejorar su desarrollo organizacional y tener nuevos mercados a nivel internacional, teniendo en cuenta que esto ayuda en su entorno competitivo y hacerla una empresa potencial en el sector agrícola.

Donde Colombia es el quinto país más grande en extensión y el tercero de mayor población de América Latina, con una superficie de 1,1 millones de km², una población de 47 millones de personas. Es el único país de América del Sur que tiene salida directa al Océano Atlántico y al Pacífico. Cuenta con abundantes recursos agrícolas y de agua dulce, una biodiversidad excepcional y una gran riqueza en recursos naturales.

Tradicionalmente, el sector agrícola ha tenido una gran importancia para la economía colombiana, teniendo en cuenta su contribución al PIB, al empleo y a las exportaciones. Si bien el peso de la agricultura primaria en el PIB ha descendido del 16.5% en 1990 al 3.3% en 2017 sigue siendo un sector clave en lo que se refiere al empleo. Las tasas de crecimiento anual del valor de la producción agrícola han fluctuado en gran medida en las últimas dos décadas, experimentando una tasa de crecimiento relativamente baja del 1,6% desde 1990. En la actualidad, los productos agrícolas representan aproximadamente el 11% del total de las exportaciones de Colombia, entre las cuales han predominado productos tradicionales como el café, los plátanos y el azúcar. Los conflictos internos que han azotado al país desde la década de los 40, provocando fuertes desplazamientos de la población rural y fortaleciendo la producción de cultivos ilegales han ejercido un gran impacto en el crecimiento de la producción agrícola. (OCDE, 2015)

El sector agrícola ha padecido las consecuencias de la adopción de unas políticas deficientes y afronta importantes desafíos estructurales. Si bien actualmente constituye un sector prioritario para el gobierno, el marco institucional de la política agrícola presenta importantes debilidades. La baja productividad menoscaba la competitividad del sector, que se ve afectada fundamentalmente por una infraestructura deficiente, el desigual acceso a las tierras y los conflictos relacionados con su uso, así como por la debilidad de las cadenas de valor. El objetivo de Colombia de impulsar su sector agrícola está estrechamente relacionado con el sistema de tenencia de la tierra y las reparaciones a las víctimas de los conflictos en las zonas rurales.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES

Se realiza un análisis con el aporte encontrado en los antecedentes, que están enfocados al proyecto de realizar plan exportador, mencionando algunos autores relacionados con el proyecto de Alberto Aristizabal & CIA.

- En el trabajo de grado (ESTRADA ESTRADA, FONNEGRA HERNANDEZ, & MARTINEZ SALAMANCA, 2010), crearon un proyecto de plan exportador, donde se enfocaron en la piña deshidratada con destino Alemania, este fue realizado en el año 2010 a una empresa colombiana, como resultados obtuvieron:
 - Alemania es un buen mercado objetivo porque es un país que brinda mucha seguridad y confiabilidad con relación al nivel de ventas.
 - La reglamentación aduanera y acuerdos internacionales vigentes entre Colombia y Alemania son favorables para el negocio. A pesar de la gran cantidad de normas que se deben cumplir para exportar piña deshidratada a Alemania, es factible este negocio.
 - Desde el punto de vista logístico se debe realizar una planeación estratégica clara y completa. La misión y visión de la empresa buscan su sostenibilidad y rentabilidad.
 - El análisis financiero y la proyección de cifras demostraron que el negocio es muy rentable, La relación costo-beneficio que establece que por cada peso invertido se podrían obtener \$612 pesos, haciendo de este un negocio muy rentable y viable, por cada contenedor enviado la utilidad resultante es de 92,94%.
- En el año 2004 (CEDEÑO & MONTENEGRO , 2004), diseñaron un Plan Exportador en el que se analicen mecanismos logísticos, comerciales y financieros que le permitan a FRUTEXPO S.C.I LTDA. Entrar a los mercados de la Uchuva en Estados Unidos.
- El diseño del plan exportador para la empresa creaciones j&d realizado por (BUENO BARRERA & CASTAÑO CHAVARRO, 2010), enfocados en Contribuir con la generación de conocimiento y herramientas a aquellos emprendedores colombianos que deseen exportar frutas frescas a otros países
- En el trabajo de grado de (Andrade Sánchez, 2014), presento en su tesis profesional, un plan de exportación sobre el café con destino a Hamburgo, Alemania. De una empresa x,y de Colombia.
- En el 2006 (Alarcon Peña & Cala cala, 2006), presentaron a la Universidad De La Salle Facultad de Administración de empresas un proyecto sobre plan exportador de mermelada Arazá al mercado holandés producto que elabora la empresa colombiana Tropical Crops, ubicada en Bogotá Colombia.
- Plan exportador para la empresa tostadora de café córdoba (sucesores de Cesar Vásquez Ltda.) enfocado hacia el mercado de Shanghái, china creado por

(Castiblanco, 2012), con el fin de evaluar y determinar la viabilidad de la apertura de la compañía hacia el mercado internacional.

Los antecedentes anteriormente mencionados y analizados comparten datos similares en su problemática y sus métodos, en la que parte en la necesidad de ampliar su mercado a un plano internacional para disminuir el riesgo que implica el estar en un solo mercado, enfocado desde un plan exportador.

La metodología abordada en dichos antecedentes se compone de una técnica mixta primando los tipos de estudio descriptivos. En estos se utilizan fuentes de recolección como las encuestas, entrevistas, observación directa y diagnósticos.

Para finalizar se pudo evidenciar que el desarrollo de estos antecedentes proporciona excelentes métodos y técnicas para realizar un plan de exportación de la empresa Alberto Aristizabal & CIA, también a las organizaciones donde fueron aplicadas una guía para implementar efectivamente los procesos y procedimientos referentes a los métodos de comercio exterior como lo son: país objetivo, aranceles, regímenes aduaneros, calidad, volúmenes, regímenes gubernamentales.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La tradición, historia y sobre todo la alta calidad del producto colombiano han constituido un referente a los consumidores de la Uva en los principales y más importantes mercados del mundo, ubicando de esta manera a los productores, exportadores y comercializadores de la Uva colombiana en ventaja comercial competitiva respecto a la mayoría de los competidores del sector. El departamento del Valle Del Cauca en Colombia es reconocido por ser una región de economía principalmente agropecuaria y con un producto tradicional como lo es la Uva, con ayuda y sabiendo que posee excelentes condiciones climáticas y de suelos, esta región produce una excelente variedad de Uva que no es muy conocida en el mercado Internacional, pero si en el mercado local. El producto de la compañía Alberto Aristizabal es participe de estas condiciones y características, de hecho, ya posee una gran aceptación y posicionamiento en el mercado nacional, en especial, en la región antioqueña y centro del país donde tiene su principal nicho de mercado. La empresa Alberto Aristizabal es consciente de su propio potencial comercial, así como de las grandes oportunidades que presenta la uva colombiana en los mercados internacionales, de la misma manera, conoce el continuo desarrollo de algunas economías como lo son Europa, Reino Unido, todo Sur América donde el consumo de la uva tradicionalmente no ha tenido mayor relevancia pero que en los últimos años ha ganado mayor aceptación debido a factores como lo es la globalización.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo podría la empresa Alberto Aristizabal & CIA realizar un plan de exportación para el sector de la uva?

1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué análisis se ha hecho en la empresa Alberto Aristizabal & CIA para realizar un plan exportador para la uva?

1.5 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.5.1 Alcance.

El presente proyecto realizará un plan exportador, en el cual se abordan todos los temas de negocios internacionales y comercio exterior como: país objetivo, regímenes cambiarios, regímenes arancelarios, política global, negociaciones comerciales internacionales, medio ambiente y desarrollo sostenible, cultura y relaciones internacionales.

Es bueno resaltar que estas herramientas y procesos nos proporciona una manera más eficaz para desarrollar un plan estratégico para la empresa Alberto Aristizabal & CIA en su realización del plan de exportación.

1.5.2 Tiempo.

Es importante resaltar que el tiempo del desarrollo del análisis de la empresa Alberto Aristizabal & CIA, el proceso de investigación se pretende cumplir en un periodo de 12 meses consecutivos, en donde se estima finalizar el plan de exportación dicho anteriormente y el cumplimiento de todos los objetivos específicos.

1.5.3 Espacio.

Este proyecto se ejecutará en un espacio geográfico general y específico donde se pretende dar inicio a la investigación y desarrollar los objetivos, por ende, se delimita la investigación a desplegar en el municipio de La Unión-Valle del Cauca en la empresa Alberto Aristizabal & CIA.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Estudio de viabilidad para un plan exportador de la uva de la empresa Alberto Aristizabal & CIA de La Unión Valle Del Cauca.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el mercado objetivo y las exigencias de entrada y salida de la Uva.
- Determinar proceso logístico para el plan exportador.
- Determinar medios de transporte e Incoterms.
- Realizar la evaluación financiera para la viabilidad del plan exportador.

3. JUSTIFICACIÓN

Alberto Aristizabal y CIA es una empresa que tiene una amplia experiencia en la comercialización de frutas a nivel nacional teniendo un amplio portafolio de productos, donde se destaca la uva como su producto estrella. Sin embargo, se ha identificado que, a pesar de tener una amplia infraestructura, fortaleza financiera y experiencia en el mercado aún no ha incurrido en el mercado internacional, lo cual poco a poco ha ido cediendo terreno frente a sus competidores y desperdiciando la oportunidad de incursionar en nuevos nichos de mercado. (Rodolfo, 2020)

Al incursionar en el mercado internacional traería grandes beneficios tanto para la empresa como para la región, impulsando su marca, aumento considerable tanto en sus ventas como en la oferta de empleo beneficiando a muchas familias de la región.

A su vez la región entraría en el radar de los inversionistas tanto nacionales como internacionales los cuales buscan mercados sólidos en la cual puedan invertir, crear empresa, expandir nuevas ideas de negocio y el Valle del Cauca es predilecto por sus tierras, vías 4G y por tener uno de los puertos más importante del país como lo es el de Buenaventura.

Teniendo en cuenta todos estos factores es necesario conocer el proceso de exportación para la fruta fresca e identificar un nuevo nicho de mercado o país (es) objetivo(s) lo cual es el principal problema, ya que, cuenta con una idea nula sobre el comercio exterior tal vez por miedo de que el producto no sea aceptado y de colocar a la empresa en riesgo de pérdida de recursos, para así romper los paradigmas que la organización tiene de seguir en su zona de confort, donde sus principales clientes son a nivel nacional, los cuales son: Bogotá, Medellín y Barranquilla etc. Limitando así su capacidad productiva y desaprovechando las grandes oportunidades como lo pueden ser ventajas comparativas, crecimiento y desarrollo y ampliar su portafolio de productos que puede brindar los mercados internacionales.

La finalidad de este proyecto es reforzar y ampliar el conocimiento de la empresa ante el mercado nacional y llevarlo al mercado internacional, a su vez estandarizando procesos lo cual brinda confianza y seguridad en para su plan operativo a partir de su primera exportación.

También crea un antecedente para la empresa lo cual genera un antes y un después de este estudio, ya que, va a conocer su estado actual tanto financiero como logístico y como se debe preparar para afrontar una futura exportación ya sea a corto, mediano o largo plazo. A su vez como esta Referenciado Alberto Aristizabal frente a otros competidores en los mercados nacionales e internacionales y su impacto real en la región.

Por último va ser una guía para nuevos emprendedores o empresas tradicionales que aún no han realizado un estudio de viabilidad ni mucho menos una exportación.

3.1 TEÓRICA

El tipo de investigación es mixta: donde el conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información obtenida.

Por medio de esta investigación permite ver con se encuentra el entorno de hoy, la exportación más que una opción es una oportunidad para aquellas empresas que buscan su supervivencia, crecimiento y rentabilidad en el largo plazo.

3.2 ACADÉMICA

Es importante, el desarrollo del proyecto propuesto, la cual provee, refuerza y amplía conocimientos generales y específicos relacionados con los negocios internacionales y comercio exterior, así mismo perfila sus procesos y demás productos.

También puede ser considerado como herramienta de apoyo y/o antecedente para futuras promociones en administración de empresas, negocios internaciones y proyectos a fines al comercio exterior, también como una estructura para realizar estrategias para el desempeño y desarrollo de competencias frente a temas enfocados a este, también para analizar, evaluar y solucionar problemas de la organización.

3.3 SOCIAL

Se resalta la importancia y el impacto que esta investigación puede generar frente a la región Norte Del Valle Del Cauca, donde contribuir es el factor primordial, para que las empresas, los administradores, emprendedores y demás personas, tengan presente los procesos y usos adecuados de las diferentes herramientas antes mencionadas; para crear y generar fuentes de trabajo y de superación personal, para el mejor desarrollo de la región tanto municipal como a nivel nacional.

3.4 PRÁCTICO

Este plan exportador pretende brindar una oportunidad a la empresa Alberto Aristizabal & CIA a impulsar el proceso de internacionalización mediante la exportación y diversificación del producto, penetrando así nuevos mercados de América Del Sur y América Del Norte. Así mismo simplifica la determinación de

nuestras metas y objetivos, nos da un panorama general para así fijar el camino de nuestro negocio.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO HISTÓRICO

Figura 1. Logo.



Fuente: Empresa Alberto Aristizabal, área administrativa.

La empresa Alberto Aristizabal & Cía (Baldión, 2018), es una empresa familiar constituida legalmente, dedicada a la producción y comercialización de frutas y hortalizas siendo su principal producto la uva y la guayaba pera y otros frutales en menos escala de producción como la guanábana. La empresa fue creada el 19 de mayo de 1989, con más de 24 años en el mercado nacional, garantizando un estricto control de calidad en producción y cumplimiento de entregas de pedidos a los clientes.

Los cultivos de la empresa se encuentran ubicados principalmente en los municipios de La Unión Valle y Toro Valle, en ambos lugares tienen centros de acopio, pero es en la Unión Valle, en la Finca la Italia donde tienen sus oficinas principales y la mayor distribución y despacho de los productos. La organización cuenta aproximadamente con 400g Hectáreas de tierra propias, las cuales se encuentran todas en producción, garantizando así el abastecimiento a los diferentes clientes, sus cultivos están situados a 900 metros sobre el nivel del mar. Actualmente cuentan con un promedio de mil empleados entre campo, bodega y administrativos.

La empresa provee a mercados nacionales a través de supermercados de cadena y centrales de abasto. Gracias a su fundador y propietario Alberto Aristizabal Flórez y por supuesto a sus colaboradores, hoy en día es una de las empresas más sólidas del departamento del Valle del Cauca.

4.2 MARCO GEOGRAFICO

La empresa ALBERTO ARISTIZABAL & Cía. Se encuentre ubicada en las afueras del casco urbano del municipio de la Unión Valle del Cauca. Específicamente al pie de la carretera que comunica a la Unión con La Victoria Valle. Ubicada en esta zona por la facilidad para acceder a las diferentes fincas ya que algunas se concentran alrededor de la planta principal, además de ser un punto de ubicación de fácil recordación por parte de los clientes y colaboradores.

Figura 2. Ubicación del municipio de La Unión en el Valle.



Fuente: Google Map

Figura 3. Entrada principal empresa Alberto Aristizabal & Cía.



Fuente: Autoría Propia.

4.3 MARCO CONCEPTUAL

Después de tener en cuenta parte de la operación de las exportaciones colombianas para el desarrollo de este proyecto es indispensable tener claridad sobre algunos conceptos para ampliar nuestro conocimiento, que permitirá desarrollar el proyecto de una forma más eficiente.

Arancel 08.06: Impuesto que grava los bienes importados y que equivale a un porcentaje del valor de la importación el cual debe pagarse al gobierno al momento en que las mercancías atraviesan las fronteras del país. Su objetivo es regular la demanda de importaciones y fortalecer los ingresos fiscales de una nación. Los Aranceles protegen los diferentes sectores de la industria local para estimular así la competitividad y el desarrollo. (Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), 2009)

Air Way Bill por sus siglas en inglés, se denomina también “Carta de porte aéreo”: es el documento que ampara el transporte de mercancías vía transporte aéreo. (Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), 2009)

B/L: Conocimiento de embarque o B/L (por sus iniciales en inglés, Bill of Lading): es un documento propio del transporte marítimo que se utiliza como contrato de transporte de las mercancías en un buque en línea regular. La finalidad de este contrato es proteger al cargador y al consignatario de la carga frente al naviero. (Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), 2009)

Carta de Crédito: Documento de pago expedido por un banco emisor a solicitud de su cliente (Importador – Ordenante) en virtud del cual el banco emisor se compromete a pagar una suma de dinero al beneficiario (exportador en el exterior) por conducto de un corresponsal contra la presentación de documentos que cumplan los términos y condiciones de la carta de crédito estipulados por el cliente. (Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), 2009)

Certificado de Origen: Documento oficialmente válido que acredita que las mercancías amparadas en él son originarias de un determinado país, muestra el origen del producto y es requerido por algunos países para efecto tarifarios. (Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), 2009)

Exportación: Es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios nacionales de un país pretendidos para su uso o consumo en el extranjero.

Incoterms 2010: (International Commercial Terms) usados para dividir los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades y riesgos entre el comprador y el vendedor. Los INCOTERMS se clasifican en: Grupo E, Entrega directa a la salida. - EXW: Ex Works. Grupo F, Entrega indirecta, sin pago del transporte principal. - FCA: Free Carrier. - FAS: Free Alongside Ship. - FOB: Free on Board. 26 grupos C, Entrega indirecta, con pago del transporte principal. - CFR: Cost and Freight. - CIF: Cost, Insurance and freight. - CPT: Carriage Paid To. - CIP: Carriage and Insurance Paid To. Grupo D, Entrega directa en la llegada. - DAT: Delivery at Terminal. - DAP: Delivery At Place. - DDP: Delivery Duty Paid. (Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), 2009)

Sociedad de Intermediación Aduanera, S.I.A: (Agencias de Aduana) Persona jurídica autorizada por la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) para el ejercicio la intermediación aduanera, el cual es su objeto social principal. Tratado Comercial: Tratado sometido al derecho internacional y suscrito entre dos o más países soberanos en virtud del cual se establece el modelo de relaciones en los intercambios comerciales entre los firmantes con objetivos varios tales como derechos de aduana, impuestos a pagar etc. (Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), 2009).

4.4 MARCO TEÓRICO

Con este trabajo basado en los parámetros establecidos por Procolombia (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) en su Plan Exportador, programa del gobierno colombiano enfocado principalmente a empresas tipo PYME (Pequeñas y medianas empresas) con el fin de guiarlas y asistirles durante todos los pasos y procesos que conllevan a una exportación. El Plan exportador es un plan de acción de carácter estratégico que incluye un análisis de la empresa y una evaluación de las oportunidades y opciones de exportación de un producto hacia un mercado predeterminado. El objetivo del Plan es definir y priorizar las actividades a realizar y proyectar con el fin de desarrollar la ejecución y seguimiento adecuado al proceso de internacionalización de la empresa. Las acciones a desarrollar deben corresponder a las metas y mercados objetivos de la exportación.

La elaboración y ejecución de un plan exportador otorga a la empresa la capacidad de determinar los requisitos y demandas que exige el mercado seleccionado, así como el medio para evaluar las capacidades y limitantes de la compañía en sí. El desarrollo del programa consta de las siguientes tres etapas: realizar un análisis para el plan de exportación, análisis Productivo y financiero de la empresa Alberto Aristizabal & CIA.

Inteligencia de Mercados: Identificación y definición de los posibles mercados en el exterior. Entorno general del sector y del producto.

Realización del Plan Exportador: La empresa debe identificar su potencial y capacidad para poder definir las acciones necesarias a seguir y así evaluar los requerimientos que demanda el exportar al mercado objetivo.

También es importante decir que este estudio parte de un sistema de recolección general de información para llegar a unos puntos particulares, para realizar un plan exportador en la empresa Alberto Aristizabal & CIA, uno de los propósitos es ver el comportamiento de las exportaciones durante los últimos años y la participación del mercado de las frutas principalmente la UVA, la información en este aspecto es de fácil acceso y se encuentra en forma extensa a través de las diferentes gremios que apoyan y promueven las exportaciones:

Entidades relacionadas con exportaciones en Colombia

- Procolombia
- Bancoldex
- Fiducoldex

Otras entidades e instituciones en aspectos relacionados con las Exportaciones Colombianas son:

- Sección Comercio Exterior BusinessCol.com
- DIAN
- Banco de la Republica
- Superintendencia de Industria y Comercio
- Superintendencia de Sociedades
- ICONTEC
- Fondo Nacional de Garantías
- Asociaciones y gremios
- Otros organismos internacionales

Fuente: ProColombia.

4.4.1 Especificaciones del plan exportador para su desarrollo.

El ingreso de una compañía en los mercados internacionales requiere de una operación estratégica que sea eficiente e integralmente a todas las áreas funcionales de una organización. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo por medio de Procolombia ha desarrollado esta herramienta dirigida a guiar y preparar los pasos, etapas, y documentación necesarios en el proceso exportador de una forma estructurada.

Etapas del plan exportador:

- Razones para Exportar.
- Capacidad Exportable.
- Estudio del mercado Objetivo.
- Preselección del País.
 - × Destino actual de las exportaciones colombianas del producto.
 - × Afinidad cultural y comercial.
 - × Preferencias Arancelarias vigentes.
 - × Países competidores.
 - × Disponibilidad de transporte.
- Selección del mercado objetivo.
 - × Reseña económica geográfica y política.
 - × Costos de transporte.
- Obtención de información del mercado objetivo.
 - × De producto.
 - × De precios.
 - × De consumo.
 - × De competencia.
- Planeación de la Exportación.
 - × Objetivos y Estrategias.
 - × Búsqueda de clientes.
- Familiarización con el mercado.

- Ejecución y seguimiento del plan de exportación. Familiarización
 - × Ejecución y seguimiento.
 - × Cotización Internacional.
 - × Logística para la exportación.
 - × Trámites de exportación.
 - × Régimen tributario para las exportaciones.
 - × Incentivos a las exportaciones.
 - × Evaluación de los resultados
 - × Exigencias de entrada del producto y régimen comercial.

Fuente: ProColombia.

4.4.2 Marketing internacional.

Es el proceso ejecutado por las empresas orientado a actividades de Marketing en negocios internacionales que no solo tiene como objetivo el vender un producto a diferentes países sino también el de saber sortear con estrategias las barreras que se puedan presentar durante el desarrollo del mismo tales como los idiomas, la cultura, la política o el ambiente económico de un mercado objetivo. La forma en que se maneje el Marketing Internacional, puede ser la clave para que lo que se esté tratando de vender en el exterior sea la principal causa de éxito o fracaso., especialista en mercadeo, en su postulado “La ventaja competitiva de las naciones” (E. PORTER, 1990) indica los siguientes aspectos como claves dentro de un proceso de Marketing Internacional: Los recursos de la compañía, la demanda, la oferta, las relaciones entre empresas, la gestión empresarial y el liderazgo se menciona el aporte de Adam Smith que el comercio exterior con su teoría de “la ventaja absoluta (Adam Smith, 2013).

Con ellos también nos indican como esta económicamente la empresa ya que los registro en los libros contables de la entidad, el proceso consiste en analizar detalladamente cada entrada de costos, salarios y espacios en los medios y se analizan tendencias, además analizar los costos de las actividades, están deben distribuirse entre varias actividades de almacenamiento, distribución entre otras. Enseguida la administración puede analizar los costos de cada actividad. Aquí el proceso abarca identificar las principales actividades y luego distribuirse entre ellas cada gasto del libro. (Etzel, 2004)

4.5 MARCO LEGAL

LEY 6 DE 1971: Por la cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el gobierno para modificar los aranceles, tarifas y demás disposiciones concernientes al régimen de aduanas.

LEY 67 DE 1979: Por la cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el Presidente de La República, para fomentar las exportaciones a través

de la sociedad de comercialización internacional, y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior.

LEY 48 DE 1983: Por la cual se expiden normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno nacional para regular aspectos del comercio exterior colombiano.

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.

LEY 9 DE 1991: Por la cual se dictan normas generales a las que deberá sujetarse el Gobierno Nacional para regular los cambios internacionales y se adoptan otras medidas complementarias.

DECRETO 2350 DE 1991: Se define la estructura orgánica del Ministerio de Comercio Exterior, se determinan sus funciones y se dictan otras disposiciones.

LEY 1143 2007: Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América.

LEY 27 DE 1987: Por medio de la cual se aprueba el convenio comercial entre el Gobierno de la República de Colombia y el Gobierno de la República Democrática Alemana.

Decreto 2685. El decreto 2685 de 1999 (en síntesis) modificó la legislación Aduanera en Colombia. Este decreto regula a Declarantes, Agencias de Aduana, Importadores, exportadores, Zonas aduaneras, Modalidades de Importación y exportación...Etc. Como ejemplo y dato práctico, el decreto 2685 establece que la sociedad de Intermediación Aduanera (S.I.A.) es la única que puede llenar las formalidades aduaneras cuando una exportación supera los USD 2.000, si la cifra es menor, el exportador podrá realizar los trámites aduaneros directamente y sin necesidad de un intermediario. (Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), 2009).

Resolución 4240. La resolución 4240 de 2.000 actúa sobre el Decreto No 2685 de 1999 modificándolo, por ejemplo, define y reglamenta la constitución y actuación de las Sociedades de intermediación aduanera (S.I.A), Usuarios Aduaneros permanentes, Usuarios Altamente exportadores, Agentes de carga Internacional, Zonas Aduaneras, Depósitos Habilitados, Procesos y modalidades de Importación, Regímenes y modalidades de Exportación, y transporte Multimodal. (Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), 2009).

Arancel de Aduanas. El arancel de aduanas colombiano reúne la codificación, clasificación y nomenclatura de mercancías según naturaleza, desdoblamientos, reglas generales para su interpretación, notas legales y el listado general de los derechos “Ad Valorem” a pagar en una importación. (Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), 2009).

Decreto 4589. El decreto 4589 de 2006 emitido por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, actualizó la información contenida en el Arancel de aduanas y reafirmó lo estipulado en Código tributario: Las exportaciones en Colombia están exentas a cualquier gravamen. (Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN), 2009)

Tabla 1. Consolidación de Normas.

CONSOLIDACIÓN DE NORMAS									
TIPO DE NORMA					EXPEDIDO POR	No	FECHA DE EXPEDICIÓN	DESCRIPCIÓN NORMA	ARTÍCULOS
LEY	ACUERDO	RESOLUCIÓN	DECRETO	CIRCULAR					
			2685		Congreso de la República de Colombia		1990	Modificación a la legislación Aduanera de Colombia (Declarantes, Agencias de aduana, Importadores, Exportadores) etc.	
7					Marco de comercio exterior		1991	Crea el banco de comercio exterior.	21
			2505		Ministerio de Comercio Industria y Turismo		1991	Reglamenta la transformación del Fondo de Promoción de Exportaciones PROCOLOMBIA. También define su naturaleza jurídica y funciones y le ordena constituir un fideicomiso o patrimonio autónomo con el fin de promover la exportación.	
					Notaría cuarta de cartagena	1497	1992	Constituye la sociedad Fiduciaria de Comercio Exterior S.A. también conocida como Fiducoldex.	
					Notaria primera de Bogotá	8851	1992	Contrato de Fiducia Mercantil celebrado entre el Banco de Comercio Exterior - Bancoldex, en representación de la Nación, y la Fiduciaria de Comercio Exterior	
			663		Bancoldex		1993	Actualiza el estatuto orgánico del sistema financiero y modifica su titulación y numeración.	279 al 285
		4240	2685		Congreso de la República de Colombia		1999	Modificándolo en la reglamentación de la constitucion y actuación de las sociedades de intermediación aduanera.	
			210		Ministerio de Comercio Industria y Turismo		2003	En sus artículos 33 y 34 se define la naturaleza de PROCOLOMBIA y la composición de la Junta Asesora.	33 y 34
7 y 9 de 1991			2788		Ministerio de Comercio Industria y Turismo		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.	
			4589		Ministerio de Comercio Industria y Turismo		2006	Las exportaciones en colombia están exentas a cualquier gravamen.	

Fuente: Procolombia.

5. METODOLOGÍA

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El desarrollo a realizar de este trabajo se basa en investigación descriptiva, ya que se pretende demostrar con él de manera práctica y didáctica la posible viabilidad exportadora de la empresa Alberto Aristizabal & CIA por medio de la propuesta, donde se realiza un plan exportador dirigido hacia un mercado objetivo seleccionado.

5.2 MÉTODO

Método de investigación cuantitativo y cualitativo

5.3 TÉCNICAS Y FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para la investigación se va a realizar las siguientes técnicas, para la información que se requiere para la ejecución del plan exportador.

- Entrevistas semis-estructuradas o no estructuradas.
- Observación.
- Registros históricos.
- Análisis de documentos.
- Vía internet ProColombia.

5.3.1 Fuentes de información.

- **Primarias:** Investigación general de la Empresa, Áreas funcionales. Entrevistas en las áreas administrativa, principalmente con el administrador encargado de la empresa.
- **Secundarias:** Consultarías a entidades relacionadas directamente con el tema, tales como PROCOLOMBIA, IVIMA, INCODER, ICA, DIAN, TRADE MAP.

Material Bibliográfico como libros, revistas, trabajos de grados relacionados en comercio exterior. Publicaciones que apoyen, complementen y respalden la investigación.

Información vía Internet obtenida de entidades oficiales y particulares, tales como PROCOLOMBIA, DIAN, DANE, Sociedades de Intermediación Aduanera, transportadores, Agentes en el exterior, Bibliotecas Virtuales, Etc.

5.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

En este proyecto se desarrollarán herramientas de búsqueda de información y tratamiento de sintetizar los datos, como lo son: selección y almacenamiento de datos, búsqueda y localización de la información, tablas en Excel, herramientas de google y métodos de información por Procolombia.

5.5 FASES DE LA INFORMACIÓN

- Describir el negocio.
- Detectar actividades comerciales.
- Determinar la estrategia competitiva.
- Desarrollar la estrategia.
- Formular y realizar el plan exportador

5.6 RESULTADOS ESPERADOS

Con el desarrollo de este trabajo académico se espera proponer y realizar un plan exportador académicamente basado en el modelo de Procolombia con el objetivo de utilizarlo como herramienta en el análisis de la capacidad exportadora de la empresa Alberto Aristizabal & CIA.

Involucrar a la empresa de manera participativa en el desarrollo del plan Exportador y generar e incentivar así el análisis paso a paso de las variables que puedan llevarla a iniciar su incursión a nuevos mercados internacionales.

Por último, se espera que la empresa Alberto Aristizabal & CIA, después de analizar el Plan Exportador, decida, analice y de una respuesta basada en argumentos, el iniciar o no sus exportaciones con el producto la uva.

6. IDENTIFICACIÓN DEL PAÍS OBJETIVO

Un estudio de mercado en palabras es la introducción a observar y analizar, es decir, que con ello se busca la respuesta del mercado frente a un producto o servicio teniendo en cuenta los requerimientos del mismo.

El objetivo del estudio es verificar la posibilidad real de acierto del producto en un mercado, es así como al perfeccionar la investigación se podrá analizar el riesgo y la posibilidad de éxito que se tendrá con la comercialización.

Para la obtención de los resultados del país a seleccionar se indago en la página de Trade Map como apoyo a la investigación para la elección del país objetivo, allí queda evidenciando cual país tiene mayor oportunidad para la exportación de la uva, por tal razón se obtuvo la consolidación en la tabla que se muestra a continuación donde otorga las mejores posibilidades para seleccionar.

Tabla 2. Indicadores de Países Potenciales para la Exportación de Uva.

Exportadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
Mundo	9.146.813	9.251.895	9.676.884	10.116.358	10.427.416
Estados Unidos de América	1.246.533	1.239.385	1.211.003	1.208.516	1.113.545
Chile	1.224.338	1.165.614	1.109.618	1.229.925	1.104.759
China	828.437	725.850	764.564	735.336	1.061.443
Perú	690.813	647.147	654.627	763.718	813.160
Países Bajos	551.617	624.696	679.675	809.128	762.956
Italia	722.036	750.738	867.240	801.918	721.134
Canada	241.761	218.696	237.635	221.935	235.299
Japón	12.788	21.420	26.285	29.627	29.297
Reino Unido	23.064	24.465	24.020	27.773	28.731
Bélgica	39.062	36.616	35.281	28.868	25.509

Fuente Trade Map, 2019

Perfiles logísticos de los países seleccionados

6.1 CANADÁ

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.

Exportaciones

Las exportaciones a Canadá fueron de 1.2 millones de toneladas, equivalentes a US\$ 390 millones en valor FOB, de las cuales el 99,2% se realizaron por vía marítima. En cuanto a toneladas y valor US\$ FOB exportado de Colombia a Canadá por modos de transporte.

Desempeño

Logístico de Canadá Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en 2018, Canadá ocupa el puesto número 20 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. (Procolombia, 2019)

6.2 ITALIA

Italia es una península ubicada en el sur de Europa, caracterizada por estar limitada por elementos físicos, tales como el mar de Liguria y el mar Tirreno al oeste, el canal de Sicilia en el sur, el mar Jónico y mar Adriático al este, los Alpes en el norte (pero en la parte central la frontera sirve de línea de separación de aguas, Suiza se extiende por la vertiente sur con el cantón del Tesino). Italia posee una extensión de 301.263 km², de los cuales 294.140 km² son de área terrestre y 7.200 km² son de área marítima. La línea costera de Italia abarca 7.600 Km. La actividad industrial ha sustentado el desarrollo del país, siendo el eje principal de su economía. Del mismo modo, en las actividades agrícolas sobresale el olivo, que genera la segunda producción mundial de aceite y la vid, cuyo cultivo sitúa a Italia a la cabeza de la producción mundial de vinos, reconocidos internacionalmente por su calidad. Para la movilización marítima de mercancías, Italia cuenta con alrededor de 2.400 km de vías fluviales navegables usadas para el tráfico comercial y una moderna infraestructura portuaria. La infraestructura vial de Italia cuenta con uno de los sistemas de transporte más desarrollados de Europa, con 487.700 Km de autopistas y una excelente red de carreteras, todas ellas pavimentadas que favorecen el transporte interno de mercancías. La red ferroviaria abarca 18.611 km, de los cuales 12.662 Km están electrificados. Posee dos líneas de tren de alta velocidad, además de 6 líneas más en proyecto entre las que se destaca una que busca conectar a Milán con Lyon (Francia) por medio de un túnel por los Alpes. El transporte de pasajeros es administrado por Tren-Italia, mientras que Ferrocarriles del Estado maneja el transporte de carga.

Exportaciones colombianas

Durante el primer semestre de 2016, se exportaron a Italia 1,61 millones de toneladas, que correspondieron a US\$ 238,7 millones en valor FOB. El 99,81% de la carga exportada se transportó por vía marítima.

Desempeño Logístico de Italia

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en 2016, Italia ocupa el puesto 21 en el mundo en cuanto al desempeño logístico. (ProColombia, 2019)

6.3 BÉLGICA

Bélgica es un país localizado al noroccidente del continente europeo, limitando al Norte con los Países Bajos y el Mar del Norte, al sur con Francia y al Este con Alemania y Luxemburgo. La superficie total de su territorio es de 30.528 km². La línea del litoral marítimo tiene una extensión total de 66.5 km. Los principales socios comerciales de Bélgica son Alemania, Francia, Países Bajos, Reino Unido, Estados Unidos, Italia y España; países que representan cerca de las tres partes de su comercio internacional. Bélgica está concentrada en el sector secundario de la economía. A nivel comercial es un importador neto de commodities y exportador de manufacturas, lo que lo convierte altamente dependiente de los mercados mundiales. Las industrias principales son las de productos metálicos, ensamble de vehículos, equipo de transporte, instrumentos científicos, comida y bebidas procesadas, metales básicos, químicos, textiles, vidrio y petróleo. El sistema de transporte belga está conformado por una red de carreteras de 150.567 Km., de los cuales 117.142 Km. se encuentran pavimentados y de éstos, 1.747 Km corresponden a autopistas. Por su parte el sistema ferroviario tiene un total de 3.536 Km de los cuales 2.950 son electrificados. El tráfico Colombia – Bélgica cuenta con una amplia gama de servicios marítimos y aéreos, los cuales pueden alcanzar extensiones en sus servicios gracias a una amplia red de autopistas y ferrocarriles, que agilizan la entrega de las mercancías hacia el resto del país.

Exportaciones colombianas

En el primer semestre de 2016, se exportaron a Bélgica 310.172 toneladas, que correspondieron a US\$ 222,792 millones en valor FOB. El mayor volumen de carga se transportó vía marítima, representando el 99,65% del total.

Desempeño logístico de Bélgica

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en el 2016, Bélgica ocupa el puesto 6 en el mundo en cuanto al desempeño logístico. (ProColombia, 2019)

6.4 PAÍSES BAJOS

Los Países Bajos, miembro fundador de la Unión Europea, limitan al norte y oeste con el mar del Norte, al este con Alemania y al sur con Bélgica. También forma parte del reino de las Antillas Neerlandesas y Aruba, territorios insulares en el mar Caribe con autogobierno. Los Países Bajos ocupan una superficie total de 41.526 km², de los cuales unos 7.643 km² son tierras ganadas al mar. A su vez, es uno de los países europeos con mayores y mejores facilidades de transporte. Su ubicación,

infraestructura y la variada gama de servicios marítimos y aéreos, lo han convertido en uno de los principales puntos de llegada, trasbordo y distribución de la región, considerándose éste la puerta de entrada de Europa y centro de distribución hacia otros lugares del continente. La Infraestructura de transporte está compuesta por una red de carreteras que se extiende sobre 136.827 Km., de los cuales 2.631 Km. corresponden a autopistas. Cuenta con un sistema ferroviario que se extiende a lo largo de 2.896 km.

Exportaciones colombianas

Durante el primer semestre de 2016, se exportaron a Países Bajos 7,4 millones de toneladas, que correspondieron a US\$ 629,2 millones en valor FOB. El 99,9% de la carga exportada se transportó por vía marítima.

Desempeño Logístico de Países Bajos

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en 2016, Países Bajos ocupa el puesto 4 en el mundo en cuanto al desempeño logístico. (ProColombia, 2019)

6.5 CHILE

La República de Chile se encuentra ubicada en el suroeste de América. Sus territorios insulares están comprendidos por el Archipiélago Juan Fernández, Sala y Gómez, la Isla de Pascua, las Islas San Félix y la Isla de San Ambrosio. Tiene una extensión territorial de 756.950 km², de los cuales 748.800 km² son terreno sólido y 8.150 km² son aguas territoriales.

Debido a su forma geográfica su línea de costa es bastante extensa alcanzando los 6.435 Km, lo que le otorga una ventaja en el manejo del transporte marítimo pues cuenta con una posición estratégica al tener rápido acceso a canales de conexión entre el Pacífico y el Atlántico como el Estrecho de Magallanes, el Canal Beagle y el Pasaje Drake. Además, cuenta con corredores bioceánicos con Brasil, Bolivia y Paraguay.

Por su situación geográfica, Chile es un país de tránsito para acceder a los distintos mercados de Asia. Asimismo, los puertos chilenos son puntos de entrada a países como Bolivia y a los miembros de MERCOSUR.

Desempeño logístico de Chile

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en 2016, Chile ocupa el puesto número 34 en el mundo en cuanto al desempeño logístico. (ProColombia, 2019)

Después de analizar la información que nos suministra ProColombia y Trade map, se presentará la manera en la cual se estableció el país objetivo para la exportación de uva.

Para la elección del país objetivo a exportar el producto se desarrolló la matriz de preselección de mercados aportada por el asesor, en la cual se evalúan ocho variables de acuerdo al porcentaje designado para cada una de ellas y así determinar un ponderado, la máxima puntuación es 5 y la mínima de 1 para la selección del país.

La matriz que se presenta está alimentada por información referente a cada uno de los ítems plasmados en la matriz:

Tabla 3. Matriz de Investigación de los Países Objetivos.

Factores	Canada	Italia	Bélgica	Países Bajos	Chile
Factores Macroeconómicos	2,9	3,7	2,8	4,4	2,3
Indicadores Demográficos	4,5	4,0	3,5	3,8	3,9
Situación Política	4,1	1,0	4,5	4,8	4,8
Barreras Comerciales	4,1	3,6	3,6	3,6	3,6
Comercio Exterior	3,6	1,9	3,7	2,6	2,6
Logística Internacional	4,8	4,1	3,5	3,2	3,8
Análisis De La Competencia	5,0	4,0	4,0	4,0	4,0
Mercado	5,0	4,0	4,0	4,0	4,0
Resultados	34,0	26,3	25,9	30,4	28,9

Fuente: Autoría Propia, Anexo 1 Matriz de Investigación.

Después de la obtención de los resultados por en la ponderación se puede evidenciar que el país con las mejores condiciones para la exportación sería Canadá, con esto se obtuvo una claridad mayor y se define su perfil logístico y sus aspectos positivos.

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.

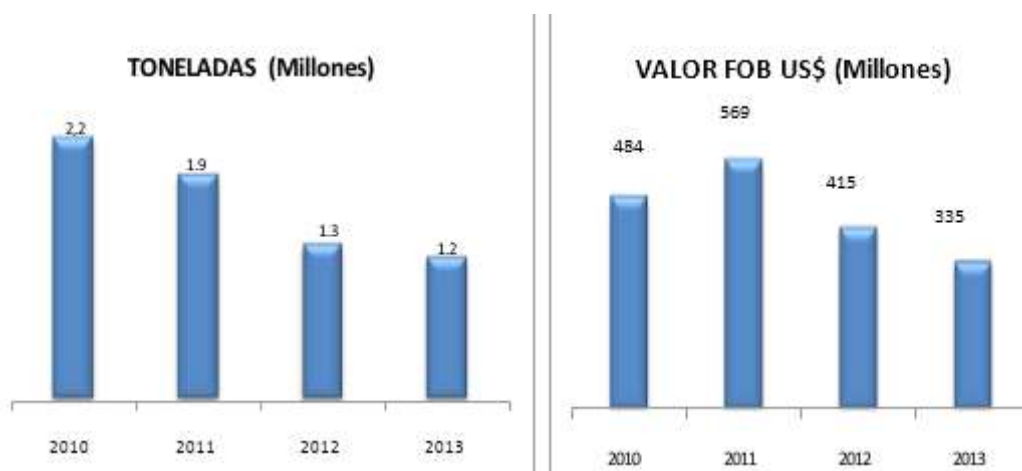
La infraestructura canadiense se caracteriza por la interconexión con el territorio estadounidense como puente para el ingreso de mercancías. La variada gama de posibilidades, a través de conexiones terrestres, férreas, fluviales y aéreas desde los principales puertos, estaciones y aeropuertos, más la 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 Transcendiese, con 8.000 km. que cruza el país de norte a sur.

El principal socio comercial de Canadá es Estados Unidos, con quien desarrolla cerca del 75% de su comercio exterior. Seguido de Estados Unidos se encuentran Japón, el Reino Unido, Alemania, Taiwán y Francia.

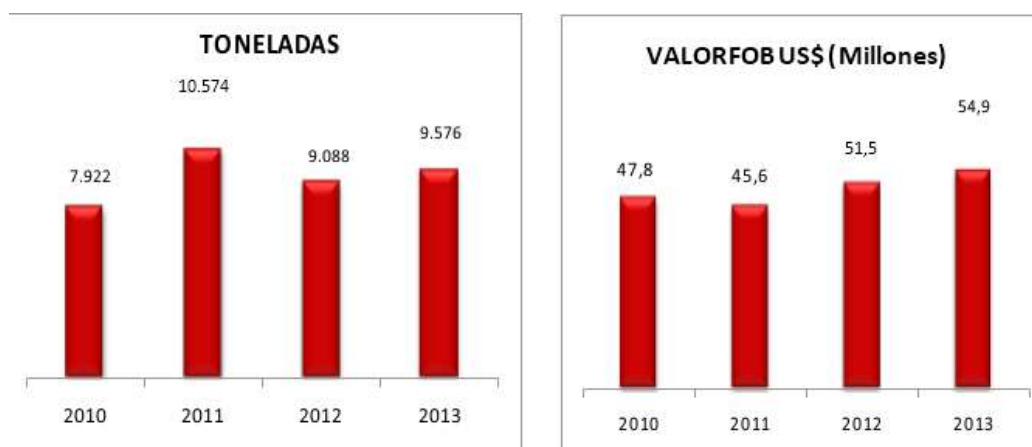
En 2013, las exportaciones a Canadá fueron de 1.2 millones de toneladas, equivalentes a US\$ 390 millones en valor FOB, de las cuales el 99,2% se realizaron por vía marítima.

En cuanto a toneladas y valor US\$ FOB exportado de Colombia a Canadá por modos de transporte encontramos el siguiente comportamiento en los últimos cuatro años:

MARÍTIMO



AÉREO



Fuente: DANE. MinCIT

En 2014 el LPI (Logistics Performance Index) del Banco Mundial ubicó a Canadá en la posición “ranking” 12, entre 150 países, con una calificación promedio de 3,86, subiendo dos puestos con respecto al reporte anterior elaborado en el 2012. El desempeño presentado por Canadá en cada uno de los diferentes aspectos que componen el LPI, fue el siguiente:

Tabla 4. Componentes de LPI (índice de desempeño logístico).

Aspecto Evaluado	Puntaje	Puesto
La eficiencia aduanera	3.61	20
La calidad de la infraestructura	4.05	10
La competitividad de transporte internacional de carga	3.46	23
La competencia y calidad en los servicios logísticos	3.94	10
La capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	3.97	8
La puntualidad en el transporte de carga	4.18	11

Fuente: The World Bank. 2014.

Figura 4. Acceso Marítimo



Fuente: ProColombia, 2020

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).

Los exportadores colombianos cuentan con diversas posibilidades para el transporte marítimo a Canadá; para Vancouver se presenta una adecuada oferta de servicios de transporte regular principalmente desde Buenaventura y Cartagena. Por el Oeste, Vancouver es el principal punto de entrada en servicios directos y desde allí se puede reexpedir a otros puertos o ciudades de Canadá.

También a través de transbordos en puertos estadounidenses como New York o Port-Elizabeth, o del Caribe como Kingston, Caucedo, Freeport, entre otros; logran opciones para ingresar al mercado. Es importante tener en cuenta los tiempos de tránsito que las diferentes alternativas presentan.

Tabla 5. Frecuencias y tiempo de tránsito desde los puertos colombianos.

Origen	Destino	Tiempo de tránsito (días)directo	Tiempo de tránsito (días) conexiones	Frecuencia
Barranquilla	Halifax	-	16	Semanal
	Montreal	-	20-22	Semanal
	Toronto	-	13-21	Semanal
	Vancouver	-	24-25	Semanal
Buenaventura	Montreal	-	12-22	Semanal
	Toronto	-	13-23	Semanal
	Vancouver	-	17 – 26	Semanal
Cartagena	Halifax	-	16-18	Semanal
	Montreal	-	8-22	Semanal
	Toronto	-	9-22	Semanal
	Vancouver	16-20	21-25	Semanal

Fuente: Líneas Marítimas. Información procesada por Dirección de Información Comercial - Procolombia. La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio.

Figura 5. Líneas navieras y consolidadores con oferta de servicios a Canadá



Fuente: ProColombia, 2020

La información contenida en Rutas es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio.

Figura 6. Acceso Aéreo.



Fuente: ProColombia, 2020

La infraestructura aeroportuaria de Canadá está compuesta por 522 aeropuertos, de los cuales se opera desde Colombia principalmente a: Pesaron 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 en aeropuertos de Estados Unidos, Panamá o Cuba. Es necesario tener en cuenta esta condición cuando los embarques correspondan a productos perecederos.

Tabla 6. Aerolíneas prestadoras de servicio a Canadá.

Aerolínea	Conexión	Frecuencia	Clase
	Estados Unidos - Memphis	Todos los días	Carga
	Estados Unidos - Miami	Todos los días	Pasajeros
		Martes, jueves, viernes, Sábado y domingo	Pasajeros
		Viernes	Pasajeros
	Estados Unidos - Miami	Lunes a sábado	Carga
	Cuba - La Habana	Domingo	Carga
	Estados Unidos - Houston	Todos los días	Pasajeros
	México – Ciudad de México	Todos los días	Pasajeros
	Panamá – Panamá	Todos los días	Pasajeros
	New York – Estados Unidos	Todos los días	Pasajeros

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

La información contenida es de carácter referencial, siendo suministrada directamente por las empresas prestatarias. Están sujetas a cambios sin previo aviso por factores propios de la actividad o de sus volúmenes del comercio. (ProColombia, 2019)

7. PROCESO LOGÍSTICO DE COLOMBIA A CANADA PARA LA EXPORTACIÓN DE UVA LA EMPRESA ALBERTO ARISTIZABAL & CIA DE LA UNIÓN VALLE DEL CAUCA

Actualmente se presentan condiciones empresariales que demarcan los cambios que vienen ocurriendo en los mercados y las constantes y las exigencias que el mismo plantea al momento de las negociaciones entre los diferentes mercados, por esto las empresas deben estar a la vanguardia frente al tema de la exportación.

Teniendo claro este proceso es fundamental que antes de implicarse con la exportación, se constituya un planteamiento estructurado que pueda expresarse en un plan de negocios organizado como soporte para el desarrollo y evolución de la comercialización que se tiene pensado. Así propio es primario conocer y aplicar las condiciones y sus lineamientos para legalizar una exportación.

Ya ejecutada la elección del mercado objetivo, se debe elaborar el trayecto para la exportadora, en el cual se demarca el proceso que debe realizar para desarrollar el plan Exportador.

7.1 REQUISITOS PARA EXPORTAR

Los requisitos de exportación que se deben ejecutar:

Registro como exportador: Se debe modificar el RUT ante la DIAN y agregar la actividad económica para exportar de acuerdo al CIIU, con el fin de obtener la devolución del IVA, siendo éste el primer requisito para realizar una exportación y participar en las negociaciones que Colombia y Procolombia han planteado.

Figura 7. Registro Único Tributario.

DIAN Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales		Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal		MUNISCA Municipio Unificado de Ingresos, Servicios y Control Administrativo		001																																					
Espacio reservado para la DIAN				2. Concepto 0 2 Actualización																																							
				4. Número de formulario		14132647927																																					
				 (415)7707212489984(8020) 000001413264792 7																																							
5. Número de Identificación Tributaria (NIT): 8 9 0 5 0 5 2 6 8 - 4		6. DV 4		12. Dirección seccional Impuestos de Cúcuta		14. Buzón electrónico 7																																					
IDENTIFICACION																																											
24. Tipo de contribuyente: Persona jurídica 1		25. Tipo de documento: 1		26. Número de identificación:		27. Fecha expedición:																																					
Lugar de expedición		28. País:		29. Departamento:		30. Ciudad/Municipio:																																					
31. Primer apellido		32. Segundo apellido		33. Primer nombre		34. Otros nombres																																					
35. Razón social: AGENCIA DE ADUANAS REPRESENTACIONES J GUTIERREZ Y CIA LTDA NIVEL 1																																											
36. Nombre comercial: AGENCIA DE ADUANAS REPRESENTACIONES J GUTIERREZ Y CIA LTDA NIVEL 1						37.- Sigla:																																					
UBICACIÓN																																											
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: Norte de Santander		40. Ciudad/Municipio: Cúcuta		0 0 1																																					
41. Dirección CL 22 N AV CAMILO DAZA 12 85 ZN INDUSTRIAL																																											
42. Correo electrónico: gerencia@aduanasjgutierrez.com		43. Apartado aéreo		44. Teléfono 1:		45. Teléfono 2:																																					
CLASIFICACION																																											
Actividad económica																																											
Actividad principal		Actividad secundaria			Otras actividades																																						
46. Código: 6 3 9 0		47. Fecha inicio actividad: 1 9 8 4 1 2 1 3		48. Código:		49. Fecha inicio actividad:																																					
50. Código:		51. Código:		52. Número establecimientos 2																																							
Responsabilidades																																											
53. Código: <table style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">1</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">2</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">3</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">4</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">5</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">6</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">7</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">8</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">9</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">10</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">11</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">12</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">13</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">14</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">15</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">16</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">17</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">18</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; text-align: center;">5</td><td style="border: 1px solid black; text-align: center;">7</td><td style="border: 1px solid black; text-align: center;">9</td><td style="border: 1px solid black; text-align: center;">1</td><td style="border: 1px solid black; text-align: center;">0</td><td style="border: 1px solid black; text-align: center;">1</td><td style="border: 1px solid black; text-align: center;">1</td><td style="border: 1px solid black; text-align: center;">4</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>								1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	5	7	9	1	0	1	1	4										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18																										
5	7	9	1	0	1	1	4																																				
05- Impto. renta y compl. régimen ordinario 14- Informante de exogena 07- Retención en la fuente a título de renta 09- Retención en la fuente en el impuesto sobre las v 10- Usuario aduanero 11- Ventas régimen común																																											
Usuarios aduaneros				Exportadores																																							
54. Código: <table style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">1</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">2</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">3</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">4</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">5</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">6</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">7</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">8</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">9</td><td style="border: 1px solid black; width: 20px; text-align: center;">10</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; text-align: center;">5</td><td style="border: 1px solid black; text-align: center;">3</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	5	3									55. Forma 56. Tipo 																			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																																		
5	3																																										
<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th>Servicio</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> </tr> <tr> <td>57. Modo</td> <td style="text-align: center;">☐</td> <td style="text-align: center;">☐</td> <td style="text-align: center;">☐</td> </tr> <tr> <td>58. CPC</td> <td style="text-align: center;">☐</td> <td style="text-align: center;">☐</td> <td style="text-align: center;">☐</td> </tr> </table>				Servicio	1	2	3	57. Modo	☐	☐	☐	58. CPC	☐	☐	☐																												
Servicio	1	2	3																																								
57. Modo	☐	☐	☐																																								
58. CPC	☐	☐	☐																																								
Para uso exclusivo de la DIAN																																											
59. Anexos: SI ☐ NO ☒				60. No. de Folios: 0		61. Fecha: 2 0 1 0 0 8 1 1																																					
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponden exactamente a la realidad; por lo anterior, cualquier falsedad en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 15 Decreto 2788 del 31 de Agosto de 2004. Firma del solicitante:				Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada: 984. Nombre GUTIERREZ LEAL JORGE 985. Cargo: Representante legal Certificado																																							

Fuente: DIAN, 2020.

Vistos Buenos: La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o del otorgamiento del visto bueno, deberá entonces el exportador tramitar ante la autoridad correspondiente y obtener con anterioridad a la exportación los vistos buenos o requisitos especiales que de conformidad con las normas vigentes requiera su producto para ser exportado.

Certificado de origen: Este Certificado permite exportar productos con preferencias arancelarios a aquellos países con los cuales Colombia ha negociado convenios.

Para que un producto pueda acogerse a las ventajas preferenciales de un determinado esquema o acuerdo comercial deberá estar acompañado en el momento de la importación de un Certificado de Origen emitido en Colombia por el Mincomercio, donde se indiquen las normas o criterios de origen a cumplir.

Figura 8. Ejemplo del Certificado de Origen.



Canada Border
Services Agency

Restore/Restaurer

Agence des services
frontaliers du Canada

PROTEGIDO B cuando llenado

Instrucciones

CERTIFICADO DE ORIGEN
 Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Colombia
 (Instrucciones al reverso)

Llenar a máquina o en letra de imprenta.

1. Nombre y dirección del exportador: Teléfono: Fax: Correo electrónico:	2. Periodo que cubre: Desde: (aaaa-mm-dd) Hasta: (aaaa-mm-dd)
3. Nombre y dirección del productor: Teléfono: Fax: Correo electrónico:	4. Nombre y dirección del importador: Teléfono: Fax: Correo electrónico:
5. Descripción de la(s) mercancía(s)	6. Clasificación arancelaria 7. Criterio preferencial 8. Productor 9. Prueba de Valor 10. País de origen
11. Observaciones:	

Declaro bajo juramento que:

- La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente de que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión material hecha en o con relación al presente documento.
- Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente Certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente Certificado sobre cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo.
- Las mercancías son originarias del territorio de una o ambas Partes y cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio Canadá - Colombia.

Este Certificado contiene _____ páginas, incluyendo todos los anexos.

12. Firma autorizada:	Empresa:
Nombre:	Cargo:
Fecha:	Teléfono: Fax: Correo Electrónico:

BSF459 S



Fuente: ProColombia 2018.

Figura 9. Logo Certificado de Origen.



Fuente: DIAN, 2020

El producto para exportar la uva necesita un certificado fitosanitario expedido por el instituto agropecuario ICA.

Figura 10. Certificado Fitosanitario.

The screenshot shows the SISAP web application interface. At the top, there's a header with the ICA logo (Instituto Colombiano Agropecuario) and the SISAP title. Below the header is a navigation bar with links: Inicio, Solicitud, Modificación, Nacionalización, Impresión, Consulta, Pago en línea, and Administración. The main content area is titled 'SOLICITUD IMPORTACIÓN PECUARIA' and contains a form with the following fields: Importador (dropdown), País Origen (dropdown with text '** Seleccione por favor **'), Puerto Entrada (dropdown with text '** Seleccione por favor **'), Medio Transporte (dropdown with text '** Seleccione por favor **'), Lugar de embarque (text input with placeholder 'Puerto - Aeropuerto de embarque de la mercancía.'), Ruta Viaje: (Sitio Origen-Salida-Entrada) (text input), Uso de la Importación (dropdown with text '** Seleccione por favor **'), País Procedencia (dropdown with text '** Seleccione por favor **'), Exportador (text input with placeholder 'Nombre del exportador/remite'), Dirección Exportador (text input with placeholder 'Dirección del exportador/remite'), Establecimiento Destino (text input), Finca Cuarentena (dropdown with text '** Seleccione por favor **' and a link 'Seleccione perfil habilitado para Cuarentena'), and Número Documentos Solicitud (dropdown with text '** Seleccione por favor **'). At the bottom of the form are two buttons: 'Agregar Productos' and 'Cancelar'. The footer of the page contains the text: 'Sistema de información sanitario para importación y exportación de productos agrícolas y pecuarios. © Todos los derechos reservados - 2013 | Contáctenos'.

Fuente: ICA, 2020.

Certificado De Origen De La Dian

- Presentar factura comercial.
- Tener Declaración Juramentada de origen en donde el productor con fundamento en los procedimientos productivos de la mercancía objeto de exportación (cultivo, explotación, levante, producción, manufactura, elaboración, fabricación etc.), señala el cumplimiento del criterio de origen del producto a exportar conforme lo establece cada Acuerdo Comercial.
- Tener firma digital a través de alguna de las empresas autorizadas para tal fin u otorgar poder a una persona natural o jurídica que la posea para que en su nombre realice el trámite, por ejemplo: un agente de aduana.
- Inscribirse en el MUISCA, el cuál es el portal web que la DIAN tiene para hacer los trámites de comercio exterior.
- Montar la declaración juramentada al MUISCA con la factura para poder obtener el certificado de origen. Tener en cuenta que la declaración juramentada tiene una validez de dos años.
- Reclamar el certificado de origen presencialmente o en algunos casos se envía online, dependiendo del acuerdo. La aprobación de certificado de origen puede tomar desde uno a cuatro días hábiles.

Figura 11. Ejemplo de certificado de origen.

1. Exporter's Name, Address, Telephone and e-mail: Nombre o Razón Social, dirección, teléfono y correo electrónico del exportador				Certificate N°:			
2. Producer's Name, Address, Telephone and e-mail: Nombre o Razón Social, dirección, teléfono y correo electrónico del productor				3. Importer's Name, Address, Telephone and e-mail: Nombre o Razón Social, dirección, teléfono y correo electrónico del importador			
4. Description of Good(s) - Descripción del (los) bien (es)		5. HS Tariff Classification Clasificación Arancelaria	6. Number and date of invoices Número y fecha de facturas	7. Country of origin País de origen	8. Preference Criterion Criterio para trato preferencial	9. Gross weight and/or Net weight or other quantity	
10. Declaration by the exporter - Declaración del exportador				Declaro bajo juramento que:			
I certify that: - The information on this document is true and accurate and I assume the responsibility for proving such representations. I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document; - I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this Certificate, and to inform, in writing, all persons to whom the Certificate was given of any changes that would affect the accuracy or validity of this Certificate; - The goods originated in the territory of one or more of the Parties, and comply with the origin requirements specified for those goods in the Singapore-Peru Free Trade Agreement.				- La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento. - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo. - Los bienes son originarios del territorio de una o ambas Partes y cumplen con todos los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio Perú-Singapur.			
Authorized Signature - Firma autorizada				Company - Empresa			
Name - Nombre				Title - Cargo			
Date - Fecha	D	M	Y-A	Telephone - Teléfono		FAX - Fax	
11. Certification - Certificación							
Place and date, signature and stamp of authorized body - Lugar y fecha, firma y sello de la entidad autorizada							

Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas, 2020.

Otros aspectos importantes para la logística

Documentos requeridos para ingreso de mercancías

Envíos comerciales: Para envíos con valor igual o menor a €19.056 presentar 2 Facturas Comerciales. Para envíos con valor mayor a €19.056 presentar Factura Comercial emitida por el banco. La Factura Comercial debe contener descripción detallada de la mercancía, calidad, cantidad, precio unitario y valor total. Adicionalmente, se debe indicar si el término de venta. FOB, CIF, etc.

7.2 REQUISITOS PARA IMPORTAR Y EXPORTAR A CANADÁ

Las empresas que deseen importar un producto o iniciar un negocio de importación en Canadá, deberán en primer lugar solicitar el Certificado Internacional de Importación, documento de garantía que reconoce formalmente que el Gobierno de Canadá no tiene objeciones a la importación prevista de determinados bienes a Canadá por el importador establecido.

Asimismo, debe conocer los documentos requeridos para la importación en Canadá. Los detalles para la documentación de importación y reglamentación se encuentran en el portal web de Canada Border Services Agency (CBSA): (CanadaBorderServicesAgency, 2020)

Figura 12. Certificado Internacional de Importación

Canada Border Services Agency Agence des services frontaliers du Canada		CARGO CONTROL DOCUMENT DOCUMENT DE CONTRÔLE DU FRET	
IN BOND EN BOND		U.S. port of exit - Bureau de sortie des É.-U.	
Manifest from - Manifeste de		To - À	
Consignee name and address - Nom et adresse du destinataire		Carrier code - Code du transporteur	
Shipper name and address - Nom et adresse de l'expéditeur		Cargo control No. - N° de contrôle du fret	
		Previous cargo control No. - N° de contrôle du fret antérieur	
No. of pkgs. Nombre de colis	Description and marks Désignation et marques	Weight Poids	TO BE RELEASED STAMPED BY THE CBSA BEFORE GOODS CAN BE DELIVERED TO CONSIGNEE AVANT QUE LES MARCHANDISES SOIENT LIBÉRÉES ET DÉLIVRÉES AU DESTINATAIRE CETTE COPIE DOIT ÊTRE ESTAMPILLÉE PAR L'ASFC
Foreign point of lading - Port de chargement étranger		Location of goods - Emplacement des marchandises	
Name of carrier - Nom du transporteur		Conveyance identification - Identification du moyen de transport	

A8A(B) (18) To be delivered by Consignee to the CBSA / À remettre à l'ASFC par le destinataire
CBSA DELIVERY AUTHORITY COPY - EXEMPLAIRE D'AUTORISATION DE LIVRAISON DE L'ASFC

Fuente: EstrategiaAduaner.2020

- Toda importación a Canadá requiere presentar los siguientes documentos:
- Nota de arribo aprobada, llamada cargo control document (CCD) o formulario A8A
- La factura comercial o factura aduanera canadiense (Canada Customs Invoice)
- El formulario oficial de aduanas B-3
- Certificado de origen
- Licencias, permisos y certificaciones sanitarias u otro tipo de certificaciones que correspondan según los casos específicos.
- Confirmación de venta (COS)

Dos copias de la factura comercial: Entiéndase por tal la factura emitida por el vendedor, la llamada Canada Customs Invoice (CCI), que puede ser llenada por el mismo importador. Este formulario incluye, entre otros datos, un detalle de los costos incurridos tanto en la construcción o fabricación del bien como también del transporte, comisiones, valor del empaque. Un ejemplar de este formulario se puede encontrar en la siguiente página de internet: www.pcb.ca/pdf/forms/CCI-Requirements.pdf

Dos copias del formulario B3 (documento oficial de aduanas): Este formulario incluye, entre otros datos, la siguiente información: nombre del importador, número de cuenta, descripción de los productos, fecha del embarque, posición y tratamiento arancelario, país de origen, tasa de impuesto y total de impuestos a pagar. Este formulario se puede encontrar en la siguiente página de internet (CanadaBorderServicesAgency, 2020)

Certificado de Origen: La CBSA requiere un certificado de origen para establecer dónde se manufacturan los productos y para determinar la tasa aplicable de aranceles aduaneros, en los casos en que el producto exportado y el país de procedencia tengan un acuerdo comercial en vigencia con Canadá.

Licencias, permisos de importación, certificados sanitarios o de otra naturaleza: La mayor parte de productos importados en Canadá no requieren licencia de importación, con la excepción de algunos textiles y vestimenta, como sacos, abrigos e impermeables; ropa de invierno; vestimenta de caballeros de vestir y sport; pantalones, mamelucos y pantalones cortos; camisas, blusas y afines; camisetas; prendas deportivas; ropa interior; hilados y telas de algodón, acrílicos, sintéticos, nailon y de poliéster; telas de lana; ropa de cama, bufandas y artículos textiles varios.

Los permisos de importación se exigen en aquellos casos explicados en el punto Regulación de importaciones. Los certificados sanitarios y fitosanitarios son exigidos particularmente en la importación de ciertos productos agrícolas, plantas y animales vivos. Normalmente estos certificados son emitidos por las autoridades correspondientes del país exportador y revisados en Canadá por la Canadian FOOD

Inspection Agency, generalmente como resultado de acuerdos bilaterales. En ellos se establecen pautas comunes de reconocimiento de procesos sanitarios.

Otros certificados

Otros certificados son relacionados con productos domésticos a gas. (Ejemplo, calefactores y estufas de gas), componentes eléctricos, productos mecánicos, de construcción. En varios casos el cumplimiento de estos estándares es voluntario; sin embargo, se recomienda su obtención para competir con los productos canadienses.

En el caso de importación de alimentos agrícolas el Gobierno canadiense exige un documento denominado confirmación de venta (COS), emitido por el Canadian Food Inspection Agency. Con ello prácticamente se impiden las operaciones de consignación, consideradas una fuente de inestabilidad en los precios internos. El COS debe ser presentado en triplicado, completo y firmado y debe incluir: descripción del producto, detalles de la venta, nombres y direcciones del comprador y vendedor, y evidencia de que el comprador ha realizado la transacción de compra o ha acordado realizarla.

Para conocer el procedimiento de importación consulte la Guía de Importación de la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá. (EstrategiaAduanera, 2020)

7.3 RESPONSABILIDADES DEL VENDEDOR Y COMPRADOR

Vendedor: debe utilizarse para cargas completas (remolque o contenedor). El vendedor deberá cargar la mercancía en el transporte y, a partir de ese momento, la mercancía pasará a ser responsabilidad del comprador. El término FCA Fábrica sustituye perfectamente al término EXW, ya que soluciona los riesgos y los problemas que ocasiona al vendedor.

Comprador: debe utilizarse sólo para cargas fraccionadas. El vendedor sólo deberá entregar la mercancía en el lugar designado. La descarga de la mercancía y su posterior manipulación y consolidación en otro transporte van a cargo y riesgo del comprador.

Figura 1. Término Incoterms FAC (Transferencia de la responsabilidad).



Fuente: <https://michelmiro.com/incoterms/>

Con la determinación del incoterm se toma la decisión que el transporte sería en avión ya que el producto es delicado y por medio marítimo no sería posible, con esto el punto de entrega sería en el aeropuerto de Bogotá para que el comprador tome la responsabilidad de la mercancía.

Reintegro de divisas: El medio de pago que utilizaría la empresa es la carta de crédito de exportación (CDE), mediante el cual el banco del importador a solicitud de este, se compromete a pagar – al plazo – a un exportador una cantidad determinada, siempre y cuando se cumplan todos los términos y condiciones de la carta de crédito. Esto le da la seguridad para el exportador porque el banco del importador es quien asume la obligación de pago.

Como intermediario bancario, el empresario consultará con los bancos locales que brindan el servicio, teniendo en cuenta que cada banco tiene sus propias tasas y demás requisitos.

Formularios Hoja 10 - 3

45

8. VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA PROPUESTA

Se describirán los aspectos financieros involucrados en el plan que se ejecutara presupuestalmente con la empresa Alberto Aristizabal & Cia, se tendrán presente el presupuesto de ventas, los costos de la empresa para el funcionamiento y para la implementación de las acciones diseñadas además de los resultados financieros que se esperan lograr al definir la implementación.

Para complementar el proyecto de investigación efectuado para la empresa, se procedió a diseñar el modelo de planificación financiera de la organización con una visión para enviar durante los 5 años siguientes.

En primera medida se determinaron los costos de exportación de la uva en kilos y posteriormente en toneladas, la capacidad productiva de la empresa Alberto Aristizabal & Cia para este proceso de exportación es de 9,9 toneladas mensualmente para ser enviada a Canadá, dicha capacidad productiva fue informada por la administración de la empresa. Con esta información se procedió a realizar los respectivos costos de exportación, que incluyen, embalaje, transporte, despacho, mano de obra en producción y la producción de los lotes de siembra.

Tabla 7. Cantidad Proyectada a Exportación por Año.

Concepto	Kilos Proyectada a Exportación por Año					
	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Kilos Proyectados	9.900	10.890	11.979	13.177	14.495	15.944

Fuente: Autoría propia, 2020

Tabla 8. Costo de Materia Prima (M.P.) aumento anual 1.065.

Materia Prima	Cantidad Proyectada a Exportación por Año					
	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Uva por Kilo	\$ 3.300	\$ 3.515	\$ 3.743	\$ 3.986	\$ 4.245	\$ 4.521
Subtotal de M. P. por KI	\$ 32.670.000	\$ 38.272.905	\$ 44.836.708	\$ 52.526.204	\$ 61.534.448	\$ 72.087.605

Fuente: Autoría propia, 2020

Tabla 9. Costo Mano de Obra (M.O.) aumento anual 1.05.

Concepto	Precio Kilo Trabajado Por Año					
	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Número de Trabajadores	3	3	3	4	4	4
Mano de Obra Directa (M.O.) por Kilo	\$ 125	\$ 131	\$ 138	\$ 145	\$ 152	\$ 160
Subtotal de M.O.	\$ 3.712.500	\$ 4.630.973	\$ 5.776.675	\$ 7.205.825	\$ 8.988.546	\$ 11.212.312

Fuente: Autoría propia, 2020

Tabla 10. Costo Indirecto de Fabricación (CIF).

Concepto	Cantidad de Cajas para Exportación					
	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Precio de Estibas Repisa	\$ 24.500	\$ 28.665	\$ 32.965	\$ 37.909	\$ 43.596	\$ 50.135
Número de Estibas	33	36	40	44	48	53
Precio de caja	\$ 4.000	\$ 4.480	\$ 5.152	\$ 5.925	\$ 6.814	\$ 7.836
Número de Caja de Exportación	1.100	1.210	1.331	1.464	1.611	1.772

Concepto		Costo Indirecto de Fabricación (CIF)					
		2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Costo de Cajas Und x Kilo	\$ 4.000	\$ 444	\$ 480	\$ 504	\$ 529	\$ 556	\$ 583
Costo de Estibas	\$ 24.500	\$ 25	\$ 26	\$ 28	\$ 29	\$ 31	\$ 32
Materiales e Insumos	\$ 2.200.000	\$ 222	\$ 242	\$ 254	\$ 267	\$ 280	\$ 294
Transporte Terrestre y Seguro De Carga	\$ 4.500.000	\$ 455	\$ 477	\$ 501	\$ 526	\$ 553	\$ 580
Subtotal de CIF por Kilo		\$ 1.146	\$ 1.226	\$ 1.287	\$ 1.352	\$ 1.419	\$ 1.490

Concepto	Servicios Públicos Por Kilo					
	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Agua	\$ 81	\$ 87	\$ 94	\$ 104	\$ 116	\$ 132
Energía	\$ 51	\$ 55	\$ 59	\$ 65	\$ 73	\$ 83
Internet	\$ 7	\$ 8	\$ 8	\$ 9	\$ 10	\$ 12
Subtotal de Servicios Públicos	\$ 138	\$ 149	\$ 161	\$ 178	\$ 199	\$ 227

Fuente: Autoría propia, 2020

Tabla 11. Precio de ventas.

Precio de Venta	\$ 7.245	\$ 7.725	\$ 8.199	\$ 8.708	\$ 9.254	\$ 9.843
-----------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

Fuente: Autoría propia, 2020

Inmediatamente que se obtuvieron como costos por kilo en materia prima de 3.300, mano de obra por kilo de 125 pesos, CIF de 1.284 pesos, alcanzando un total de costo por kilo de \$ 4.709 pesos y determinando el precio de venta por kilo por valor de 7.245 pesos.

Tabla 12. Gastos de administración.

Gastos Admón.	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Honorarios	\$ 12.300.000	\$ 12.915.000	\$ 13.560.500	\$ 14.237.475	\$ 14.947.949	\$ 15.692.996
Administrador	\$ 3.900.000	\$ 4.095.000	\$ 4.299.750	\$ 4.514.588	\$ 4.739.867	\$ 4.975.960
Contador	\$ 3.300.000	\$ 3.465.000	\$ 3.638.000	\$ 3.819.250	\$ 4.010.013	\$ 4.209.563
Secretaria	\$ 2.400.000	\$ 2.520.000	\$ 2.646.000	\$ 2.778.300	\$ 2.917.215	\$ 3.063.076
Conductor	\$ 2.700.000	\$ 2.835.000	\$ 2.976.750	\$ 3.125.338	\$ 3.280.854	\$ 3.444.397
Subtotal de Gastos Adm.	\$ 12.300.000	\$ 12.915.000	\$ 13.560.500	\$ 14.237.475	\$ 14.947.949	\$ 15.692.996

Fuente: Autoría propia, 2020

Como políticas de la empresa y el desarrollo de la planeación financiera, se estableció la repartición anual del 35% de las utilidades en dividendos, esto se reglamentó para reducir el impacto de la utilidad en el aumento del capital de trabajo. También definiéndose la estructura de inversión de capital compuesta por un 40% de deuda, financiado bajo un préstamo bancario, y un 60% de capital y aportes propios.

Un punto significativo a tener en cuenta es que se inicia con las proyecciones sobre la hipótesis que se tiene un precio demarcado por tonelada en \$ 7.589.000, con esta información y el fin de construir un presupuesto de costos y gastos con los rubros considerados para el funcionamiento de la empresa en el año 2021-2025:

Tabla 13. Metas del proyecto.

Meta – Proyecto	
Participación por Asociado	35%
Horizonte	5 Años

Fuente: Autoría propia, 2020

Tabla 14. Valor del proyecto de inversión.

Valor Del Proyecto De Inversión Viabilidad De Plan Exportador	
Inversión Monetaria en Pesos	\$ 135.000.000
Valor de Activos Fijos	\$ 35.000.000
Inversión en Efectivo	\$ 170.000.000

Fuente: Autoría propia, 2020

Tabla 15. Contribución de la inversión.

Inversión Monetaria en Pesos	\$ 135.000.000	
Capital	60%	\$ 81.000.000
Financiado	40%	\$ 54.000.000

Fuente: Autoría propia, 2020

Tabla 1. Financiación

Liquidación de Crédito de Financiación	
Monto	\$ 54.000.000
Tiempo (Años)	6
Tasa Efectiva Anual	5,10%
Valor de Cuota Fija	\$ 10.673.333

Fuente: Autoría propia, 2020

Tabla 17. Proyección de Tabla de Amortización.

Año	Cuota	Interés	Abono	Saldo
				\$ 54.000.000
2021	\$ 10.673.333	\$ 2.754.543	\$ 7.918.791	\$ 46.081.209
2022	\$ 10.673.333	\$ 2.350.605	\$ 8.322.728	\$ 37.758.481
2023	\$ 10.673.333	\$ 1.926.062	\$ 8.747.271	\$ 29.011.210
2024	\$ 10.673.333	\$ 1.479.863	\$ 9.193.470	\$ 19.817.740
2025	\$ 10.673.333	\$ 1.010.904	\$ 9.662.429	\$ 10.155.310
2026	\$ 10.673.333	\$ 518.023	\$ 10.155.310	\$ 0

Fuente: Autoría propia, 2020

Tabla 2. Activos fijos.

Inversión	Valor
Equipo de Cómputo	\$ 22.400.000
Muebles y enseres	\$ 11.800.000
Equipo de comunicación	\$ 800.000
Valor Total de Activos Fijos	\$ 35.000.000
Depreciación	
Valor Total de Activos Fijos	\$ 35.000.000
Vida Util en Años	7
Método de Depreciación	Línea Recta
Depreciación Anual	\$ 5.000.000

Fuente: Autoría propia, 2020

Tabla 19. Gastos de Permisos y Legalización de Exportación.

Gastos de Permisos y Legalización de Exportación	
Tiempo de Diferido	Anual
Permisos y Legalización de Exportación	\$ 3.200.000
Pólizas de Seguro	\$ 1.550.000
Total de Gastos de Permisos y Legalización de Exportación	\$ 4.750.000

Fuente:

Con estos datos se procedió a realizar los cálculos necesarios de insumo para construir el presupuesto de costos y gastos.

Tabla 20. Presupuesto de Costos y Gastos.

Datos Por Kilo de Uva						
CONCEPTO	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Costos CIF						
Incremento en ventas	9.900	10.890	11.979	13.177	14.495	15.944
Inventario (Uva)	\$ 32.670.000	\$ 38.272.905	\$ 44.836.708	\$ 52.526.204	\$ 61.534.448	\$ 72.087.605
Materiales e Insumos	\$ 11.342.550	\$ 13.350.649	\$ 15.420.000	\$ 17.810.100	\$ 20.570.666	\$ 23.759.119
Mano de Obra	\$ 3.712.500	\$ 4.630.973	\$ 5.776.675	\$ 7.205.825	\$ 8.988.546	\$ 11.212.312
Servicios Públicos (Energía, Agua, Internet)	\$ 1.370.000	\$ 1.627.560	\$ 1.933.541	\$ 2.339.585	\$ 2.882.369	\$ 3.614.490
SUBTOTAL DE CIF	\$ 49.095.050	\$ 57.882.087	\$ 67.966.925	\$ 79.881.713	\$ 93.976.027	\$ 110.673.526
Gastos de Administración y Ventas						
Honorario Administrativos	\$ 12.300.000	\$ 12.915.000	\$ 13.560.500	\$ 14.237.475	\$ 14.947.949	\$ 15.692.996
Interés Financiero (Cuota Fija)	\$ 2.754.543	\$ 2.350.605	\$ 1.926.062	\$ 1.479.863	\$ 1.010.904	\$ 518.023
Gastos Depreciación de Activos Fijos	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Gastos de Permisos y Legalización de Exportación	\$ 4.750.000	\$ 4.987.500	\$ 5.236.875	\$ 5.498.719	\$ 5.773.655	\$ 6.062.337
Impuesto de Renta por Utilidades (31%)		-\$ 674.696	\$ 515.604	\$ 1.243.447	\$ 2.294.399	\$ 3.451.902
SUBTOTAL DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 24.804.543	\$ 24.578.409	\$ 26.239.041	\$ 27.459.504	\$ 29.026.906	\$ 30.725.258
TOTAL COSTOS + GATOS ADMON	\$ 73.899.593	\$ 82.460.496	\$ 94.205.965	\$ 107.341.217	\$ 123.002.933	\$ 141.398.784

Tabla 21. Gastos Administrativos

PRESUPUESTO DE EXPORTACIÓN						
RUBROS DE GASTOS	AÑOS					
	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Gastos De Mano De Obra	\$ 16.012.500	\$ 17.545.973	\$ 19.337.175	\$ 21.443.300	\$ 23.936.494	\$ 26.905.308
Gastos Generales	\$ 6.370.000	\$ 5.909.335	\$ 7.496.774	\$ 8.647.537	\$ 10.303.507	\$ 12.247.271
Gastos De Transferencia	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333
Gastos De Comercialización	\$ 44.012.550	\$ 51.623.554	\$ 60.256.708	\$ 70.336.304	\$ 82.105.113	\$ 95.846.724
TOTAL PRESUPUESTO DE GASTOS	\$ 77.068.383	\$ 85.752.195	\$ 97.763.991	\$ 111.100.473	\$ 127.018.447	\$ 145.672.637

Fuente: Autoría propia, 2020.

Con estas referencias podemos hacer la proyección de producto que se destina a enviar anualmente durante el tiempo de 2021-2026 y entender su aumento y variación en los precios.

Tabla 22. Proyección de ventas.

PRESUPUESTO DE EXPORTACIÓN						
RUBROS DE INGRESOS	AÑOS					
	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Incremento en ventas	9.900	10.890	11.979	13.177	14.495	15.944
Precio de venta x Kilo	\$ 7.245	\$ 7.725	\$ 8.199	\$ 8.708	\$ 9.254	\$ 9.843
Total Presupuesto de Ingresos	\$ 71.723.154	\$ 84.123.734	\$ 98.217.085	\$ 114.742.504	\$ 134.138.100	\$ 156.930.541

Fuente: Autoría propia, 2020.

Tabla 23. Estado de resultados.

ESTADO DE RESULTADOS						
RUBROS	AÑOS					
	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Ingresos Ventas	\$ 71.723.154	\$ 84.123.734	\$ 98.217.085	\$ 114.742.504	\$ 134.138.100	\$ 156.930.541
Costos Operativos (CIF)	\$ 49.095.050	\$ 57.882.087	\$ 67.966.925	\$ 79.881.713	\$ 93.976.027	\$ 110.673.526
Utilidad Bruta	\$ 22.628.104	\$ 26.241.647	\$ 30.250.161	\$ 34.860.790	\$ 40.162.073	\$ 46.257.015
Gastos Administrativos	\$ 24.804.543	\$ 24.578.409	\$ 26.239.041	\$ 27.459.504	\$ 29.026.906	\$ 30.725.258
Utilidad Operativa	-\$ 2.176.439	\$ 1.663.238	\$ 4.011.120	\$ 7.401.286	\$ 11.135.167	\$ 15.531.756
Utilidad antes de Impuestos	-\$ 2.176.439	\$ 1.663.238	\$ 4.011.120	\$ 7.401.286	\$ 11.135.167	\$ 15.531.756
Impuesto de Renta por Utilidades (31%)	-\$ 674.696	\$ 515.604	\$ 1.243.447	\$ 2.294.399	\$ 3.451.902	\$ 4.814.844
Utilidad antes de Reserva	-\$ 1.501.743	\$ 1.147.634	\$ 2.767.673	\$ 5.106.887	\$ 7.683.265	\$ 10.716.912
Reserva legal (10%)	-\$ 150.174	\$ 114.763	\$ 276.767	\$ 510.689	\$ 768.326	\$ 1.071.691
Utilidad Después Reserva	-\$ 1.351.569	\$ 1.032.871	\$ 2.490.905	\$ 4.596.199	\$ 6.914.938	\$ 9.645.221
UTILIDAD NETA	-\$ 1.351.569	\$ 1.032.871	\$ 2.490.905	\$ 4.596.199	\$ 6.914.938	\$ 9.645.221

AÑOS	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
% Participación	0%	35%	35%	35%	35%	35%
Utilidad del Ejercicio Anterior	\$ 0	-\$ 1.351.569	\$ 154.351	\$ 2.591.234	\$ 6.280.501	\$ 10.997.264
Participación por Socios	\$ 0	-\$ 473.049	\$ 54.023	\$ 906.932	\$ 2.198.175	\$ 3.849.042
Utilidad Después Participación (Aumento de Patrimonio)	\$ 0	-\$ 878.520	\$ 100.328	\$ 1.684.302	\$ 4.082.325	\$ 7.148.221

Fuente: Autoría propia, 2020

Con este Estado de Resultado podemos entender que las utilidades son negativas y el 35% que se debería repartir entre los aportantes no se puede realizar.

Tabla 24. Balance General.

BALANCE GENERAL						
CUENTA	AÑOS					
	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
ACTIVO CORRIENTE	\$ 129.904.771	\$ 129.393.025	\$ 128.208.728	\$ 129.366.493	\$ 133.030.958	\$ 150.344.096
Disponible	\$ 129.904.771	\$ 129.393.025	\$ 128.208.728	\$ 129.366.493	\$ 133.030.958	\$ 150.344.096
ACTIVOS FIJOS	\$ 30.000.000	\$ 25.000.000	\$ 20.000.000	\$ 15.000.000	\$ 10.000.000	\$ 5.000.000
Equipo de Cómputo	\$ 22.400.000	\$ 22.400.000	\$ 22.400.000	\$ 22.400.000	\$ 22.400.000	\$ 22.400.000
Muebles y enseres	\$ 11.800.000	\$ 11.800.000	\$ 11.800.000	\$ 11.800.000	\$ 11.800.000	\$ 11.800.000
Equipo de comunicación	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
Depreciación de Activos Fijos	-\$ 5.000.000	-\$ 10.000.000	-\$ 15.000.000	-\$ 20.000.000	-\$ 25.000.000	-\$ 30.000.000
TOTAL ACTIVOS	\$ 159.904.771	\$ 154.393.025	\$ 148.208.728	\$ 144.366.493	\$ 143.030.958	\$ 155.344.096
PASIVOS TOTALES	\$ 45.406.513	\$ 38.274.085	\$ 30.254.657	\$ 22.112.138	\$ 13.607.212	\$ 14.970.155
Pasivos no Corrientes	\$ 46.081.209	\$ 37.758.481	\$ 29.011.210	\$ 19.817.740	\$ 10.155.310	\$ 10.155.310
Impuesto de Renta por Utilidades (31%)	-\$ 674.696	\$ 515.604	\$ 1.243.447	\$ 2.294.399	\$ 3.451.902	\$ 4.814.844
PATRIMONIO	\$ 114.498.257	\$ 116.118.940	\$ 117.954.071	\$ 122.254.355	\$ 129.423.746	\$ 140.373.941
Capital	\$ 116.000.000	\$ 116.000.000	\$ 115.121.480	\$ 115.221.809	\$ 116.906.111	\$ 120.988.436
Reserva legal (10%)	-\$ 150.174	-\$ 35.411	\$ 241.356	\$ 752.045	\$ 1.520.372	\$ 2.592.063
Utilidad del Ejercicio Anterior		-\$ 878.520	\$ 100.328	\$ 1.684.302	\$ 4.082.325	\$ 7.148.221
Utilidad del ejercicio	-\$ 1.351.569	\$ 1.032.871	\$ 2.490.905	\$ 4.596.199	\$ 6.914.938	\$ 9.645.221
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 159.904.771	\$ 154.393.025	\$ 148.208.728	\$ 144.366.493	\$ 143.030.958	\$ 155.344.096

Fuente: Autoría propia, 2020

Tabla 25. Flujo de Caja.

FLUJO DE CAJA LIBRE						
AÑO	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Ingresos Por Capital	\$ 135.000.000					
Ingresos Por Venta	\$ 71.723.154	\$ 84.123.734	\$ 98.217.085	\$ 114.742.504	\$ 134.138.100	\$ 156.930.541
Ventas De Mercadería	\$ 71.723.154	\$ 84.123.734	\$ 98.217.085	\$ 114.742.504	\$ 134.138.100	\$ 156.930.541
Egresos	\$ 61.549.847	\$ 68.354.418	\$ 77.556.071	\$ 87.778.825	\$ 99.786.910	\$ 113.690.045
Compra De Mercadería	\$ 32.670.000	\$ 38.272.905	\$ 44.836.708	\$ 52.526.204	\$ 61.534.448	\$ 72.087.605
Gastos Administrativos	\$ 24.804.543	\$ 24.578.409	\$ 26.239.041	\$ 27.459.504	\$ 29.026.906	\$ 30.725.258
Pago De Impuestos	\$ 4.075.304	\$ 5.503.104	\$ 6.480.322	\$ 7.793.117	\$ 9.225.556	\$ 10.877.182
Financiamiento	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333
Cuotas Asignadas	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333	\$ 10.673.333
Total De Flujo De Caja	\$ 278.946.334	\$ 163.151.485	\$ 186.446.490	\$ 213.194.662	\$ 244.598.343	\$ 281.293.919

Fuente: Autoría propia, 2020

Posterior a esto se define el VPN y la TIR para definir la viabilidad del proyecto con respecto al costo/beneficio que éste trae

Tabla 26. TIR.

AÑOS	FLUJO DE FONDOS
0	-\$ 170.000.000
1	-\$ 1.501.743
2	\$ 1.147.634
3	\$ 2.767.673
4	\$ 5.106.887
5	\$ 7.683.265
6	\$ 10.716.912
TIR	-41,47%

Fuente: Autoría propia, 2020.

Tabla 27. VPN.

AÑOS	FLUJO DE FONDOS
0	-\$ 170.000.000
1	-\$ 1.501.743
2	\$ 1.147.634
3	\$ 2.767.673
4	\$ 5.106.887
5	\$ 7.683.265
6	\$ 10.716.912
VPN	-\$ 154.799.897

Fuente: Autoría propia, 2020.

Tabla 28. B/C.

Ingresos	\$ 659.875.117
Costos-Inversión	\$ 289.475.328
B/C	\$ 2,27955564

Fuente: Autoría propia, 2020.

- El VPN, como el resultado es negativo esto nos indica que la empresa reduciría su riqueza en **-\$ 154.799.897**, demostrando que los egresos son superiores a los ingresos, esto manifiesta que no es factible el proyecto.
- La TIR arrojada es de **-41,47%** por lo que el proyecto es desfavorable denotando que no tiene una viabilidad financiera, puesto que es superior al Costo Promedio Ponderado de Capital esto nos indica en que hay un parámetro del costo de la deuda y del patrimonio que excede a los Inversionistas.

- El beneficio/costo es **2,27955564** cómo es superior a 1 nos indica que los ingresos generados por el proyecto prácticamente cuadriplican los egresos o Inversiones que este necesita para desarrollarse.

Con esto se precisa que la viabilidad y factibilidad financiera no está soportada de los 3 indicadores establecidos, esto indica que la exportación no es rentable,

9. RESULTADOS

Después de la investigación a fondo que se realizó para conocer la viabilidad del proyecto se puede concluir:

1. Se alcanzó como resultado favorable en la elección del país objetivo siendo este Canadá, esto se pudo logra con los diferentes elementos con los que se cuenta actualmente como lo son Procolombia y Trade Map, ya que estas dos herramientas permiten identificar las variables.
2. Este proyecto de investigación es una guía para las personas que les intereses es la obtención de un horizonte del mercado y la economía, esto en un territorio que no contemplan desde otras perspectivas mundiales, pero con el acompañamiento que realizan las entidades como Procolombia, ya que con este propósito de investigación se emplean conocimientos que se van generando conocimientos de la calidad,
3. Otro punto a resaltar son los instrumentales dispuestas ante las diferentes entidades nacionales e internacionales, para la recopilación de la información que está destinada en las diferentes plataformas constatando que la investigación documentada sea verídica para que el resultado del proceso de exportación sea desde un punto de vista teórico y práctico.

10.CONCLUSIONES

La empresa Alberto Aristizabal a partir de la elevación de las ventas se ha considerado óptimas de la labor.

La estructura se ha visto la carestía de efectuar acciones que ayuden a superar sucesos donde la gestión comercial carece de más salidas para atraer e incursionar en nuevos mercados, de este punto se crea como necesidad el diseño de un plan exportador para la empresa el cual contiene un desarrollo de información propia del sector y con esta información del proyecto se concluye que:

- Se realizó un análisis global interno y externo del mercado concretando que para tener una mejor rotación del producto se debía desarrollar un plan exportador para determinar un país objetivo y con poder ampliar las ventas.
- Con la plataforma de Procolombia se facilitó el estudio de mercado para fijar el país objetivo que nos dio como resultado Canadá ya que es un país con una economía estable para el esparcimiento de productos.
- Por medicación de la conclusión financiera del proyecto exportador se concluye que la exportación a este país objetivo no cuenta con la viabilidad suficiente para ser ejecutado; esto es basado en el Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Retorno y la relación beneficio/costo; ya que se pudo denotar que se presenta proyecto no es viable financieramente.
- Como Canada ya está descartada como país a exportar con base en esta investigación se podrá analizar diferentes alternativas para la selección de un nuevo país a exportar y crear mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- OCDE. (2015). Obtenido de https://www.minagricultura.gov.co/Reportes/OECD_Review_Agriculture_Colombia_2015_Spanish_Summary.pdf
- Alarcon Peña, F. M., & Calacala, G. A. (2006). *PLAN DE NEGOCIOS EXPORTADOR DE MERMELADA DE ARAZÀ AL MERCADO HOLANDÉS*. Bogota D.C: Universidad de la Salle . Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3115/00798333.pdf;jsessionid=81BEFC263F64DC255623DA3874902527?sequence=1>
- Andrade Sánchez, M. I. (2014). *PLAN DE EXPORTACIÓN DE CAFÉ A HAMBURGO, ALEMANIA*. Universidad de America Latina . Obtenido de <http://www.udalxalapa.edu.mx/TesisPDF/2008/MarialreneAndradeSanchezNegocios.pdf>
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. McGrawHill.
- Baldión, R. (2018, Septiembre 13). Empresa Alberto Aristizabal & CIA. (A. Leon Arana, & I. F. Valencia Useche, Entrevistadores) La Union Valle Del Cauca, Colombia .
- BUENO BARRERA, J. S., & CASTAÑO CHAVARRO, E. M. (2010). *DISEÑO DEL PLAN EXPORTADOR PARA LA EMPRESA CREACIONES J&D*. BOGOTA: UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2015/1010172262-;jsessionid=414025DBEA92074D670237060A323516?sequence=1>
- CanadaBorderServicesAgency. (2020). Obtenido de www.cbsa-asfc.gc.ca/import/acc-resp-eng.html
- CanadaBorderServicesAgency. (2020). Obtenido de www.cbsa-asfc.gc.ca/publications/forms-formulaires/b3-3.pdf
- Castiblanco, A. C. (2012). *PLAN EXPORTADOR PARA LA EMPRESA TOSTADORA DE CAFÉ CORDOBA (SUCESORES DE CESAR VASQUEZ LTDA) ENFOCADO HACIA EL MERCADO DE SHANGHAI, CHINA*. Bogota D.C: Universidad de la Salle. Obtenido de

<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/17172/T11.12%20C22p.pdf?sequence=1>

CEDEÑO, M. M., & MONTENEGRO, D. M. (2004). *PLAN EXPORTADOR, LOGISTICO Y DE COMERCIALIZACION DE UCHUVA AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS PARA FRUTEXPO S.C.I. LTDA*. BOGOTÁ: PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA. Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis135.pdf>

Colombia, Banco de la Republica de Colombia. (2020). *Banco de la Republica de Colombia*. Recuperado el 2020, de <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-de-interes-y-sector-financiero>

Colombia, Banco de la Republica de Colombia. (2020). *Banco de la Republica de Colombia*. Recuperado el 2020, de <https://www.banrep.gov.co/>

DANE. (2019). *Exportaciones*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones>

Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN). (2009). *DIAN*. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/Paginas/Inicio.aspx>

Dirección de impuestos y aduanas nacionales (DIAN). (2009). *Estatuto aduanero colombiano*. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/Paginas/Inicio.aspx>

E. PORTER, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*. Harvard business. Obtenido de <http://www.uic.org.ar/IntranetCompetitividad/1%C2%BA%20jornada/2.%20Iectura%20complementaria/1.%20ser%20competitivo%20-%20michael%20e.%20porter%20cap.%206.pdf>

Etzel, Walker, & Stanton (2004). *Fundamentos de marketing*, México, editorial McGraw-Hill

ESTRADA ESTRADA, L., FONNEGRA HERNANDEZ, C. J., & MARTINEZ SALAMANCA, J. A. (2010). *PLAN DE EXPORTACIÓN DE PIÑA DESHIDRATADA CON DESTINO A ALEMANIA (TRABAJO DE GRADO)*.

BOGOTÁ: UNIVERSIDAD DEL ROSARIO. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2004/1018416106-2010.pdf;jsessionid=4F354DF8D135D43FAADB7031DAFE8DE6?sequence=1>

EstrategiaAduanera. (2020). Obtenido de <https://www.estrategiaaduanera.mx/que-documentos-se-requieren-para-importar-a-canada/>

Fuente: Porte Michael, (1991) La ventaja competitiva de las naciones. Editorial, Grupo Zeta. Barcelona, España.

Finagro.com. (2018). *El momento del Agro*. Obtenido de <https://www.finagro.com.co/noticias/el-momento-del-agro>

HortoInfo. (2017). *Horto Info*. Obtenido de <http://www.hortoinfo.es/index.php/99-catotranot/6069-camp-kaki-030216>

nuevo regimen aduanero. (2019, 11 27). Obtenido de <https://www.asuntoslegales.com.co/consultorio/nuevo-regimen-aduanero-colombiano-principales-ajustes-2883812>

Portafolio. (2020). *Portafolio.co*. Recuperado el 2020, de <https://www.portafolio.co/indicadores-economicos>

Portafolio.com. (2018). *la uva, melón y patilla, las tres futuras estrellas del agro*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/lauva-melon-y-patilla-las-tres-futuras-estrellas-del-agro-523595>

Portafolio.com. (2019). *Exportaciones de Colombia siguen en aumento*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/exportaciones-de-colombia-siguen-en-aumento-521997>

Portafolio.com. (2019). *Exportaciones tuvieron su mejor desempeño de los últimos tres meses*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/exportaciones-en-febrero-de-2019-colombia-528148>

procolombia. (2019, 11 27). Obtenido de <http://www.procolombia.co/nosotros/transparencia/normatividad>

ProColombia. (2019). Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-canada>

ProColombia. (2019). Obtenido de <https://ue.procolombia.co/sites/default/files/Perfil%20Log%C3%ADstico%20de%20Italia.pdf>

ProColombia. (2019). Obtenido de <https://ue.procolombia.co/sites/default/files/Perfil%20log%C3%ADstico%20de%20B%C3%A9lgica.pdf>

ProColombia. (2019). Obtenido de <https://ue.procolombia.co/sites/default/files/Perfil%20log%C3%ADstico%20de%20Pa%C3%ADses%20Bajos.pdf>

ProColombia. (2019). Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-chile>

ProColombia. (2019). Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-canada>

ProColombia. (2019). *ProColombia*. Obtenido de ProColombia: <http://www.procolombia.co>

ProColombia. (2019). *ProColombia*.

ProColombia. (2020). *Herramientas del Exportador > Logística > Incoterms® 2020*. Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/logistica/incoterms-2020>

siatigroup. (2019, noviembre 27). Obtenido de <http://www.siatigroup.com/preguntas/importaciones/que-son-incoterms>

TradeMap. (2019). Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Velez. (2002). *OBS Business School*. Obtenido de <https://obsbusiness.school/es/blog-project-management/areas-de->

conocimiento-pmbok-2/que-indicadores-utilizar-para-medir-la-rentabilidad-de-un-proyecto

Vélez. (2002). *OBS Business School*. Obtenido de <https://obsbusiness.school/es/blog-project-management/areas-de-conocimiento-pmbok-2/que-indicadores-utilizar-para-medir-la-rentabilidad-de-un-proyecto>

Warren, K. J. (1997). *Marketing Internacional*. Pearson.

ANEXOS

Anexo A. Cotización de empaque de caja icopor para frutas.



Manizales, Enero 15 de 2021

Sres
Alejandro Leon Arana
Ivan Felipe Valencia
Zarzal, Valle del Cauca

Asunto: Oferta comercial suministro cajas de frutas

Amablemente nos permitimos presentar oferta comercial para el suministro de láminas en eps para paneles SIP densidad 12 kg/m³.

Item	Concepto	CAPACIDAD	CANTIDAD	Precio x unidad	Subtotal
1	Caja para frutas de 50 x 34 x 20,5 CM (medidas externas)	9 kilogramos	2000	\$4.000	\$8'000.000
			IVA		\$ 1'520.000
			TOTAL		\$9'520.000

Observaciones:

- Precios estimados para el suministro de las cantidades informadas en la tabla anterior. Cualquier variación en las cantidades podría ocasionar variación en los precios unitarios. Los precios anteriores NO TIENEN IVA incluido.
- Producto entregado en el municipio de Zarzal, Valle del Cauca. El precio incluye transporte.
- Tiempo de entrega: a acordar con el cliente.
- Forma de pago: Contado anticipado.
- Validez de la oferta: 30 días.

Cordialmente,

MAURICIO URIBE ORTIZ
Coordinador Comercial

FABRICA Y OFICINAS: PARQUE INDUSTRIAL MALTERIA TELÉFONOS: (6) 8746211 - (6) 8742219 FAX: (6) 8742080
PUNTO DE VENTA: CLL 37 # 26 - 47 Tel: (6) 8840098 - (6) 8809435 Manizales, Colombia
NIT. 800.036.118-3 E-mail: isopor@isopor.com.co WEB: www.isopor.com.co

Anexo B. Caja de icopor para frutas.

CAJA DE ICOPOR PARA FRUTAS

Inicio > icopor poliestireno expandido eps > Icopor línea comercial > **Caja de icopor para frutas**

Información...	Característi...	Cotizar
----------------	-----------------	---------



Información general:

Caja de poliestireno expandido o icopor de alta densidad, diseñada especialmente para el empaque de frutas y hortalizas. Ofrece protección mecánica y térmica durante el transporte y el almacenamiento de los productos.

Características:

- Se compone de dos piezas: Tapa y base.
- Capacidad de carga: 9 kg.
- Elevada resistencia mecánica y capacidad de absorción de impactos.
- Higiénica.
- Liviana.
- Excelente capacidad de aislamiento térmico.
- Con múltiples orificios para permitir la ventilación de los productos.
- Pueden apilarse varias cajas, una sobre otra.
- Facilidad de manejo.
- Reutilizable.
- Producto respetuoso con el medio ambiente.
- Ofrece una óptima relación costo/beneficio.

Anexo C. Cotizacion de estiba tipo taco.

 Formas Logísticas de Colombia SAS NIT: 900,506,815-3		FABRICAMOS Y DISEÑAMOS PRODUCTOS LOGISTICOS PARA TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO DE MERCANCIAS		
		FECHA <table border="1"> <tr> <td>22</td> <td>2</td> <td>21</td> </tr> </table>		22
22	2	21		
E-MAIL:	informaslogisticas@gmail.com	Cel:	320-9609441/320-2724545	COTIZACION
Direccion:	Cr 69Q N° 78 - 68 Bogota D.C	Tel:	5401429	C- 894
CLIENTE:	ALEJANDRO LEON ARANA - IVAN FELIPE VALENCIA		FORMA DE PAGO	CONTADO
NIT :		Tel:		
DIRECCION:			TIEMPO DE ENTREGA	A CONVENIR
CONTACTO:			VALIDEZ OFERTA	8 DIAS
ITEM	DESCRIPCION	UND	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
1	ESTIBA EN PINO TIPO EXPORTACION TACO LIVIANO DE 50 * 30 * 20.5 ALTURA	33	\$ 26.250	\$ 866.250
	ESTA COTIZACION NO INCLUYE TRANSPORTE			
			SUBTOTAL	\$ 866.250
<i>Comprometidos con la Industria y el Medio Ambiente</i>			I.V.A %	\$ 164.588
			TOTAL	\$ 1.030.838
Observaciones:				
 Formas Logísticas de Colombia SAS NIT 900.506.815-3				
FIRMA Y SELLO		ACEPTADA - CLIENTE		
Mail: informaslogisticas@gmail.com Tel: 5401429 / 3209609441		Direccion: Cr 69Q N° 78 - 68 Bogota D.C		

Anexo D.Cotizacion de estiba tipo repisa

 Formas Logísticas de Colombia SAS NIT: 900,506,815-3		FABRICAMOS Y DISEÑAMOS PRODUCTOS LOGISTICOS PARA TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO DE MERCANCIAS		
		FECHA <table border="1"> <tr> <td>22</td> <td>2</td> <td>21</td> </tr> </table>		22
22	2	21		
E-MAIL:	informaslogisticas@gmail.com	Cel:	320-9609441/320-2724545	COTIZACION
Direccion:	Cr 69Q N° 78 - 68 Bogotá D.C	Tel:	5401429	C- 895
CLIENTE:	ALEJANDRO LEON ARANA - IVAN FELIPE VALENCIA		FORMA DE PAGO	CONTADO
NIT :		Tel:		
DIRECCION:			TIEMPO DE ENTREGA	A CONVENIR
CONTACTO:			VALIDEZ OFERTA	8 DIAS
ITEM	DESCRIPCION	UND	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
1	ESTIBA EN PINO TIPO EXPORTACION TIPO REPISA DE 50 * 30 * 20.5 ALTURA	33	\$ 24,500	\$ 808.500
	ESTA COTIZACION NO INCLUYE TRANSPORTE			
			SUBTOTAL	\$ 808.500
Comprometidos con la Industria y el Medio Ambiente			I.V.A %	\$ 153.615
			TOTAL	\$ 962.115
Observaciones:				
 Formas Logísticas de Colombia SAS NIT 900.506.815-3				
FIRMA Y SELLO		ACEPTADA - CLIENTE		
Mail: informaslogisticas@gmail.com Tel: 5401429 / 3209609441		Direccion: Cr 69Q N° 78 - 68 Bogotá D.C		

Anexo E. Matriz para selección del País

		CANADA			ITALIA			BELGICA			PAISES BAJOS			CHILE			Ponderación Variables
A. FACTORES MACROECONOMICOS		Indicador	Calif.	Peso	Indicador	Calif.	Peso	Indicador	Calif.	Peso	Indicador	Calif.	Peso	Indicador	Calif.	Peso	
PIB US\$		1.570.084,93 M.US\$	4	0,8	1.906.432,21 M.US\$	5	1	497.368,79M .US\$	3	0,6	876.509,80M .US\$	4	0,8	273.058,91M .US\$	2	0,4	20%
PIB Per cápita		42.445,25 US\$	4	0,8	31.563,16US\$	3	0,6	43.518,38US\$	4	0,8	50.548,16US\$	5	1	14.579,22US\$	2	0,4	20%
Crecimiento del PIB		1.30%	3	0,5	1,50%	3	0,45	1,70%	4	0,6	2,40%	5	0,75	2,00%	4	0,6	15%
Inflación		1.99%	3	0,5	0,50%	5	0,75	1,40%	4	0,6	1,72%	4	0,6	2,60%	2	0,3	15%
Devaluación		N/A		0,0	NA			NA		0	NA		0	NA		0	5%
Tasa de Desempleo		5,6	4	0,2	9,80%	2	0,1	5,30%	4	0,2	3,20%	5	0,25	6,80%	3	0,15	5%
Tasa de Interés	Activa	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
	Pasiva	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Balanza Comercial		-20.154,81	1,0	0,2	57.226,43M.US\$	4	0,8	16.763,59M.US\$	3	0,8	71.730,99M.US\$	5	1	3.989,69MU S\$	2	0,4	20%
TOTAL			19	2,9		22	3,7		22	2,8		28	4,4		15	2,25	100%

B. INDICADORES DEMOGRAFICOS		Indicador	C al if.	Pe so	Indicador	C al if.	Pe so	Indicador	C al if.	Pe so	Indicador	C al if.	Pe so	Indicador	C al if.	Pe so	
Idioma		Inglés y francés	5	1	italiano	3	0,6	neerlandés, el francés y el alemán	3	0,6	neerlandés	3	0,6	español	4	0,8	20%

Religión		Católica(42,6 %)	5	1	Católica (89,09%)	5	1	Catolico (84%)	5	1	Catolicismo (34%) protestante s (25%)	4	0,8	Catolicismo (69,95%) Protestantismo (15,14)	5	1
Población		36.994.000	4	0,8	60.359.546	5	1	11.455.519	3	0,6	17.282.163	4	0,8	18.729.160	4	0,8
% Población Económicamente Activa		64,20%	5	1	47,20%	3	0,6	45,50%	3	0,6	52,10%	4	0,8	56,50%	4	0,8
% Población Industrial		20%	3	0,3	64,52%	5	0,5	48,04%	4	0,4	40%	4	0,4	27,56%	3	0,3
Crecimiento Poblacional hab.		0,91%	4	0,4	0,70%	3	0,3	0,73%	3	0,3	0,4 %	4	0,4	14,70%	2	0,2
TOTAL			26	4,5		24	4		21	3,5		23	3,8		22	3,9

C. SITUACION POLITICA																
Tipo de Gobierno		Monarquía constitucional , democracia parlamentaria	5	2,5	Democracia Parlamentaria	5	50 %	Monarquia parlamentaria federal	5	2,5	Monarquía constitucional al parlamentaria democrática	5	2,5	Republica democratica presidencialista	5	2,5
Panorama Político-Económico general		Se estima que la economía canadiense creció 1,5% en 2019, tras un crecimiento de 1,9% el año anterior (FMI). Esta ralentización se debe a la prolongación de los aranceles sobre exportaciones metálicas	3	0,8	La economía de Italia se vio gravemente afectada por la crisis financiera mundial y solo salió de la recesión en 2015. No obstante, en 2018 el PIB del país seguía siendo 4% más bajo que el nivel de 2007. En	3	25 %	En 2018, el crecimiento económico bajó a 1,43%, ya que el crecimiento del consumo privado se ralentizó a pesar del crecimiento continuo del empleo estimulado por recortes fiscales laborales. El FMI prevé una ligera	4	1	Los Países Bajos son la sexta mayor potencia económica en la Eurozona euro y el quinto mayor exportador de bienes. El país está muy abierto al comercio y, en consecuencia, está	4	1	Chile es considerado tradicionalmente como un modelo en América Latina en términos de transparencia política y financiera. También ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en América Latina en la última década, permitiendo al	5	1,25

		hacia EEUU y el conflicto comercial global, sumado al efecto de los precios petroleros sumamente bajos a fines de 2018. Tanto para 2020 como 2021, el FMI prevé un crecimiento del PIB de 1,8%, ya que la economía seguirá confrontada a dificultades comerciales			2019, la economía se estancó debido a diferentes factores, entre los cuales la incertidumbre de la situación política y la ralentización de la Eurozona. Según previsiones del FMI, el crecimiento llegará apenas a 0,5% este año y 0,8% en 2021			caída a 1,2% en 2019, y un crecimiento sostenido de 1,3% en 2020 y 2021. Bélgica goza de una posición geográfica estratégica: situada entre el Reino Unido, Alemania y Francia, las tres principales economías de Europa. El crecimiento es estimulado por la inversión y la demanda de los hogares. El ambiente de negocios es bueno y el país es ideal para los negocios de importación y exportación.			expuesto a la coyuntura económica mundial. En los últimos años, la recuperación en Europa ha permitido que la economía holandesa crezca a un ritmo dinámico, y a pesar de su ciclo económico ya maduro, el crecimiento del país se mantuvo en 2019, con 1,8% del PIB (en comparación con 2,6% el año anterior). Los principales motores del crecimiento fueron la demanda interna y las exportaciones.			país reducir significativamente la pobreza. Según el Banco Central de Chile, el PIB creció un 4% en 2018 y se espera que crezca un 3,4% en 2019 y un 3,2% en 2020 (FMI). También proyecta un crecimiento del PIB del 3.5% en 2019.			
Índice de Percepción de Corrupción		83	5	0,8	44	3	25 %	77	4	1	87	5	1,25	70	4	1	25 %

TOTAL		1 3	4,1		1 1	1		1 3	4,5		1 4	4,7 5		14	4,75	1 0 0 %
-------	--	--------	-----	--	--------	---	--	--------	-----	--	--------	----------	--	----	------	------------------

D. BARRERAS COMERCIALES																	
Arancel Para Colombia		0%	3	0,3 6	0%	3	0,3 6	0%	3	0,3 6	0%	3	0,3 6	0%	3	0,36	1 2 %
Arancel a terceros General		0%	3	0,3 6	0%	3	0,3 6	0%	3	0,3 6	0%	3	0,3 6	0%	3	0,36	1 2 %
Arancel Competencia (Brasil)		3%	2	0,2 4	0%	3	0,3 6	0%	3	0,3 6	0%	3	0,3 6	6%	3	0,36	1 2 %
IVA		5%	5	0,5	4%	2	0,2	6%	2	0,2	6%	2	0,2	19%	2	0,2	1 0 %
Acuerdo Internacional		TLC desde 2011	5	0,8 5	Tratado con la Unión Europea desde el 2012	5	0,8 5	Tratado con la Unión Europea desde el 2012	5	0,8 5	Tratado con la Unión Europea desde el 2012	5	0,8 5	ACUERDO COMERCIAL DESDE 2009	5	0,85	1 7 %
Barreras no Arancelarias		Con la firma del TLC se desmontaron las barreras no arancelarias para asegurar las condiciones de acceso real de la oferta agropecuaria colombiana.	5	0,8 5	El Tratado firmado con la Unión Europea permitió la reducción barreras no arancelarias a las exportaciones colombianas para hacer más competitivos nuestros productos industriales y agrícolas.	4	0,6 8	El Tratado firmado con la Unión Europea permitió la reducción barreras no arancelarias las exportaciones colombianas para hacer más competitivos nuestros productos industriales y agrícolas.	4	0,6 8	El Tratado firmado con la Unión Europea permitió la reducción barreras no arancelarias a las exportaciones colombianas para hacer más competitivos nuestros productos industriales y agrícolas.	4	0,6 8	El Tratado firmado con la Unión Europea permitió la reducción barreras no arancelarias a las exportaciones colombianas para hacer más competitivos nuestros productos industriales y agrícolas.	4	0,68	1 7 %

Otros Impuestos Internos		ND	N D		ND	N D	ND	ND	N D	ND	ND			ND			N D
Costos Registros Sanitarios		ND	N D		ND	N D	ND	ND	N D	ND	ND			ND			N D
Costos registro marca	US\$	NA	N A		NA	N A	NA	NA	N A	NA	NA			NA			N A
Tiempo registro marcas		NA	N A		NA	N A	NA	NA	N A	NA	NA			NA			N A
Normas Ambientales		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), utilizado en el comercio internacional, Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca,	5	0,5	Agencia Europea de Sanidad Alimentaria (EFSA) es la organización autónoma destinada a asesorar sobre los riesgos en la cadena alimentaria	4	0,4	Agencia Europea de Sanidad Alimentaria (EFSA) es la organización autónoma destinada a asesorar sobre los riesgos en la cadena alimentaria	4	0,4	Agencia Europea de Sanidad Alimentaria (EFSA) es la organización autónoma destinada a asesorar sobre los riesgos en la cadena alimentaria	4	0,4	Agencia Europea de Sanidad Alimentaria (EFSA) es la organización autónoma destinada a asesorar sobre los riesgos en la cadena alimentaria	4	0,4	10 %

Exigencias otras normas		Hay más de 7,000 normas nacionales utilizadas para las transacciones y los reglamentos comerciales, que informan a los consumidores, fabricantes y minoristas de cómo mejorar la seguridad, la fiabilidad y el rendimiento de los productos, procesos y servicios que los consumidores utilizan,	4	0,4	Dirección General de Sanidad y Consumidores (DG SANCO) de la Comisión Europea tiene por objetivo reducir y gestionar los riesgos para los consumidores	4	0,4	Dirección General de Sanidad y Consumidores (DG SANCO) de la Comisión Europea tiene por objetivo reducir y gestionar los riesgos para los consumidores	4	0,4	Dirección General de Sanidad y Consumidores (DG SANCO) de la Comisión Europea tiene por objetivo reducir y gestionar los riesgos para los consumidores	4	0,4	Dirección General de Sanidad y Consumidores (DG SANCO) de la Comisión Europea tiene por objetivo reducir y gestionar los riesgos para los consumidores	4	0,4	1 0 %
Bancos representados		ND	ND		ND	ND	ND	ND	ND	ND			ND			ND	
Confiabilidad en pagos		ND	ND		ND	ND	ND	ND	ND	ND			ND			ND	
Oficinas comerciales		ND	ND		ND	ND	ND	ND	ND	ND			ND			ND	
TOTAL			3 2	4,0 6		2 8	3,6 1		2 8	3,6 1		2 8	3,6 1		28	3,61	1 0 0 %

E. COMERCIO EXTERIOR																	
Posición Arancelaria		0807,20,00,00	5	1,5	804300000	3	0,9	804300000	3	0,9	804300000	3	0,9	804300000	3	0,9	30%
Total Importaciones Producto	2014	23481	3	0,9	784	2	0,6	331	4	1,2	0	3	0,9	0	3	0,9	30%

Total Importaciones Producto	2015	20.700	3	1,2	1.078	1	0,4	375	4	1,6	121	2	0,8	119	2	0,8	40 %
EXPRESADO EN MILES DE DOLARES																	
TOTAL			11	3,6		6	1,9		11	3,7		8	2,6		8	2,6	100 %

F. LOGISTICA INTERNACIONAL																	
Empaque y Embalaje		Empaque: se hace con papel individual para cada fruta y colocándolas en cajas con fondo de espuma o cartón corrugado Embalaje Entre 10% y 15% del área de la caja con para orificios de ventilacion Las cajas deben ir envuelta en un tipo de material, que la proteja de golpes y rozaduras	5	0,3	Empaque: se hace con papel individual para cada fruta y colocándolas en cajas con fondo de espuma o carton corrugado Embalaje Entre 10% y 15% del area de la caja debe considerarse para orificios de ventilacion Las cajas deben ir envuelta en un tipo de material, que la proteja de golpes y rozaduras	5	0,5	Empaque: se hace con papel individual para cada fruta y colocándolas en cajas con fondo de espuma o carton corrugado Embalaje Entre 10% y 15% del area de la caja debe considerarse para orificios de ventilacion Las cajas deben ir envuelta en un tipo de material, que la proteja de golpes y rozaduras	5	0,5	Empaque: se hace con papel individual para cada fruta y colocándolas en cajas con fondo de espuma o carton corrugado Embalaje Entre 10% y 15% del area de la caja debe considerars e para orificios de ventilacion Las cajas deben ir envuelta en un tipo de material, que la proteja de golpes y rozaduras	5	0,5	Empaque: se hace con papel individual para cada fruta y colocándolas en cajas con fondo de espuma o carton corrugado Embalaje Entre 10% y 15% del area de la caja debe considerarse para orificios de ventilacion Las cajas deben ir envuelta en un tipo de material, que la proteja de golpes y rozaduras	5	0,5	10 %
Aeropuertos		NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

Transporte Aereo	Flete	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	
	Frecuencia	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	
	Tiempo Transito	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	
Transporte Maritimo	Flete	Menor: 1300dólares Mayor:3798 dólares	5	1,5	Menor: 769 dólares Mayor:1,150 dólares	4	1,2	Menor: 150 dólares Mayor:841dólares	2	0,6	Menor: 150 dólares Mayor:150 dólares	1	0,3	Menor: 400 dólares Mayor:1,115dólares	2	0,6	30%
	Frecuencia	Quincenal	5	1,5	Quincenal	5	1,5	Quincenal	4	1,2	Quincenal	4	1,2	Quincenal	4	1,2	30%
	Tiempo Transito	Tiempo mínimo: 7 días Tiempo máximo: 21 días	5	1,5	Tiempo mínimo: 14 días Tiempo máximo: 36 días	3	0,9	Tiempo mínimo: 11días Tiempo máximo: 38 días	4	1,2	Tiempo mínimo: 11 días Tiempo máximo: 26 días	4	1,2	Tiempo mínimo: 7 días Tiempo máximo: 18 días	5	1,5	30%
Acceso Terrestre		NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	
TOTAL			20	4,8		17	4,1		15	3,5		14	3,2		16	3,8	100%

G. ANALISIS DE LA COMPETENCIA																
Proveedores Internacionales	México, Estado Unidos y Guatemala	4	4	ECUADOR, COSTA RICA, MEXICO	3	3	ECUADOR, COSTA RICA, MEXICO	3	3	ECUADOR, COSTA RICA, MEXICO	3	3	ECUADOR, COSTA RICA, MEXICO	3	3	100%
Proveedores Colombianos	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
TOTAL		4	4		3	3		3	3		3	3		3	3	100%

[illegible]

Segmento del Mercado	Personas de todas las edades	5	1,25	Personas de todas las edades	4	1	Personas de todas las edades	4	1	Personas de todas las edades	4	1	Personas de todas las edades	4	1	25%
Ferias Especializadas	NA			NA			NA			NA			NA			
Canales de Distribucion	Almacenes de Cadena, Supermercados	5	1,25	Almacenes de Cadena, Supermercados	4	1	Almacenes de Cadena, Supermercados	4	1	Almacenes de Cadena, Supermercados	4	1	Almacenes de Cadena, Supermercados	4	1	25%
Tradición de Compra	Dos veces por semana	5	1,25	Dos veces al mes	4	1	Dos veces al mes	4	1	Dos veces al mes	4	1	Dos veces al mes	4	1	25%
Estacionalidad	La fruta se puede consumir durante todo el año, pero en las estaciones primavera y verano adquieren preponderancia	5	1,25	La fruta se puede consumir durante todo el año, pero en las estaciones primavera y verano adquieren preponderancia	4	1	La fruta se puede consumir durante todo el año, pero en las estaciones primavera y verano adquieren preponderancia	4	1	La fruta se puede consumir durante todo el año, pero en las estaciones primavera y verano adquieren preponderancia	4	1	La fruta se puede consumir durante todo el año, pero en las estaciones primavera y verano adquieren preponderancia	4	1	25%
TOTAL		20	5		16	4		16	4		16	4		16	4	100%

I. EXPERIENCIAS COMERCIALES																
Exportaciones Directas	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Exportaciones Indirectas	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Visitas al Pais	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Participación en Ferias del Pais	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Experiencias con entidades estatales	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
TOTAL																

GRAN TOTAL	32,96	25,31	28,61	29,36	27,91
-------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

	RESULTADO CALIFICACIÓN MATRIZ					
	FACTORES	CANADA	ITALIA	BELGICA	PAISES BAJOS	CHILE
A	FACTORES MACROECONOMICOS	2,9	3,7	2,8	4,4	2,3
B	INDICADORES DEMOGRAFICOS	4,5	4,0	3,5	3,8	3,9
C	SITUACION POLITICA	4,1	1,0	4,5	4,8	4,8
D	BARRERAS COMERCIALES	4,1	3,6	3,6	3,6	3,6
E	COMERCIO EXTERIOR	3,6	1,9	3,7	2,6	2,6
F	LOGISTICA INTERNACIONAL	4,8	4,1	3,5	3,2	3,8
F	ANALISIS DE LA COMPETENCIA	4,0	3,0	3,0	3,0	3,0
D	MERCADO	5,0	4,0	4,0	4,0	4,0
	RESULTADOS	33,0	25,3	24,9	29,4	27,9



