

**PROPUESTA DEL PLAN EXPORTADOR PARA LA EMPRESA
AGROINDUSTRIA SANTANA EN LA UNIÓN VALLE**

PAOLA ANDREA PRADO CASTAÑO

BRYAN EDUARDO GRAJALES POSSO



UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

TRABAJO DE GRADO

SEDE ZARZAL VALLE

2016

**PROPUESTA DEL PLAN EXPORTADOR PARA LA MICROEMPRESA
AGROINDUSTRIA SANTANA EN LA UNIÓN VALLE**

PAOLA ANDREA PRADO CASTAÑO

BRYAN EDUARDO GRAJALES POSSO

Director de trabajo de grado

OSCAR HUMBERTO GAVIRIA



UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

TRABAJO DE GRADO

SEDE ZARZAL VALLE

2016

NOTA DE ACEPTACIÓN

Director de trabajo de grado

AGRADECIMIENTOS

A Dios

Por permitirnos llegar a este momento tan especial en nuestra vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que nos han enseñado a valorarte cada día más. Por ser siempre ese sentimiento de alegría, tranquilidad y serenidad en cada momento de esta etapa de vida que esta próxima a culminar, esperamos ser dignos por tan valioso esfuerzo. Por habernos otorgado una familia maravillosa quienes han creído en nosotros siempre, dándonos ejemplo de superación, humildad y sacrificio enseñándonos a valorar todo lo que tenemos.

A nuestros padres

No hay un día en el que no les agradezcamos a Dios el habernos colocado entre ustedes, la fortuna más grande es tenerlos con nosotros y el tesoro más valioso son todos y cada uno de los valores que nos inculcaron.

Por habernos apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que nos ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

Por habernos educado y soportado nuestros errores. Gracias a tus consejos, por el amor que siempre nos has brindado, por cultivar e inculcar ese sabio don de la responsabilidad. ¡Gracias por darnos la vida!

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que nos han infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

Le debemos toda nuestra vida, le agradecemos el cariño, la comprensión, la paciencia y el apoyo que nos brindó para culminar nuestra carrera profesional.

Y a mis demás familiares que nos apoyaron para que este sueño se nos hiciera realidad.

A la Universidad del Valle, a la Facultad de Ciencias de la administración al Director del trabajo de grado y demas profesores por permitirnos ser parte de una generación de triunfadores y gente productiva para el país.

¡Gracias a todos!

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	11
ABSTRAC.....	12
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPITULO 1.....	15
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.3 OBJETIVOS	16
1.3.1 Objetivo General.....	16
1.3.2 Objetivos Específicos	16
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	17
1.5 MARCO REFERENCIAL	19
1.5.1 Marco Conceptual.	19
1.6 MARCO TEÓRICO	23
1.7 ESTADO DEL ARTE	27
1.8 MARCO LEGAL.....	32
CAPÍTULO 2.....	54
2. ANÁLISIS INTERNO.....	54
CAPITULO 3.....	57
3. DISEÑO METODOLÓGICO.....	57
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	57
3.1.1 Método de Investigación.....	57
3.2 FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN ..	58
3.3 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	58
CAPITULO 4.....	59
4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	59

4.1 MATRIZ DE PRESELECCIÓN DE MERCADOS.....	59
4.2 ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	81
4.3 TRÁMITES ADUANEROS PARA LA EXPORTACIÓN EN CANADÁ.....	91
4.4 CONTROL DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS.....	92
4.5 ORGANIZAR EL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS DESDE Y HACIA CANADÁ.....	92
4.6 POR VÍA MARÍTIMA.....	94
4.7 PERFIL DE LA EMPRESA	94
CAPITULO 5.....	96
5. MEZCLA DE MERCADO (LAS 4 P).....	96
5.1 PRODUCTO	96
5.2 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	100
5.3 PROMOCIÓN	101
5.3.1 Estrategias De Servicio.	102
5.4 PRECIO	103
5.5 PLAZA	103
5.6 DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO.....	103
CAPITULO 6.....	108
6. PROCESO GENERAL DE UNA EXPORTACIÓN	108
7. VIABILIDAD FINANCIERA.....	125
7.1 DISPOSICIÓN DE LA CARGA	125
7.1.1 Embalaje	125
7.1.2 Unitarización de la Carga	126
7.2 COSTOS PARA LA EXPORTACIÓN	129
7.3 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	138
CONCLUSIONES	141
RECOMENDACIONES.....	143
ANEXO 1. FOTOS DE LA EMPRESA	144
ANEXO 2. ENCUESTA PARA RECOLECCION DE INFORMACION DEL.....	146
POTENCIAL EXPORTADOR.....	146

ANEXO 3. CERTIFICADOS.....	154
BIBLIOGRAFÍA.....	160
WEBGRAFÍA	161

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Temas que cubren los capítulos en TLC.....	36
Tabla 2. Matriz DOFA	54
Tabla 3. Matriz de preselección de mercados	59
Tabla 4. Países opcionados para realizar la exportación.....	60
Tabla 5. Régimen cambiario de exportaciones	117
Tabla 6. Régimen cambiario en zona franca	118
Tabla 7. Medidas de la estiba	127
Tabla 8. Características contenedor 20 ft	127
Tabla 9. Total carga contenedor	128
Tabla 10. Peso Total Contenedor	128
Tabla 11. Costo EXW para un contenedor de 20 pies con 10 estibas de 30 sacos de 50 kg.	129
Tabla 12. Precio de venta contenedor 20 ft EXW con 600 cajas de zumo de uva	129
Tabla 13 Mano de obra de empaque	131
Tabla 14. Costos FOB Cartagena.....	131
Tabla 15. Precio y rentabilidad de un contenedor de 20 ft FOB Cartagena	132
Tabla 16. Equipos necesarios para exportar	132
Tabla 17. Inversión en activos fijos	133
Tabla 18. Inversión inicial requerida por la empresa.....	133
Tabla 19. Fuentes de Financiación y Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR)	134
Tabla 20. Financiamiento y pago de la deuda	134
Tabla 21 Pago de deuda.....	136
Tabla 22. Depreciación equipos de computo	137
Tabla 23. Depreciación Muebles y enseres	137
Tabla 24. Depreciación Total Anual Para los 5 años Método de la línea recta	138

Tabla 25. Flujo de Caja Proyectado.....	138
Tabla 26. Resultados cálculo VPN y TIR	139
Tabla 27 Recuperación de la inversión.....	139
Tabla 28 Punto de equilibrio	140
Tabla 29 Potencial de la empresa.....	148
Tabla 30 Factores de competitividad	149
Tabla 31 Necesidades	150
Tabla 32 Motivaciones o Razones para iniciar el proceso de exportación.....	151
Tabla 33 Capacidad interna de la empresa	152

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1. Adam Smith	Imagen 2. David Ricardo	26
Imagen 3. Charles Hill.....		26
Imagen 4. Importaciones		85
Imagen 5. Perfil de la empresa		95
Imagen 6. Néctar de uva.....		100
Imagen 7. Tipo de empaque		101
Imagen 8. Mapa Canada		105
Imagen 9. Puerto Canada vista panorámica.....		106
Imagen 10. Puerto Canada.....		106
Imagen 11. Declaración de cambio por exportaciones de bienes.....		118
Imagen 12. Caja.....		125
Imagen 13. Patrón de arrume		126
Imagen 14. Disposición de las estibas en un contenedor de 20 ft.....		127
Imagen 15. Distancia y tiempo de los puertos a las principales ciudades		130

RESUMEN

Proponer un plan exportador para la Microempresa Agroindustria Santana con el objetivo de que la empresa se pueda diversificar en la comercialización de los néctares de uva , logrando una ventaja competitiva y que la empresa sea más productiva, con la propuesta del plan exportador la empresa podrá incursionar a un mercado Internacional, con el fin de poder alcanzar un crecimiento y un desarrollo económico tanto para la empresa como para el País , en este plan se tendrá en cuenta las normas, políticas requeridas para la exportación ,permitiendo de cierto modo tener en cuenta todos aquellos requerimientos a la hora de llevar a cabo los procesos de exportación como son los aranceles , pagos tributarios, modalidades, procesos aduaneros entre otros.

Mediante la oferta de exportación a la empresa Agroindustria Santana, le permitirá posicionarse en un mercado internacional obteniendo una ventaja competitiva y siendo más productiva logrando dar a conocer sus productos a una nueva economía donde sus fuentes de ingresos serán más eficientes, aprovechando el desarrollo de la tecnología y productos innovadores que le permita capturar nuevos cliente.

El proceso de exportación se iniciará desde el producto terminado, teniendo en cuenta todos los gastos y costos para su exportación.

ABSTRAC

Propose a plan for Microenterprise exporter Agribusiness Santana order that the company can diversify into the marketing of grape nectars, achieving a competitive advantage and make the company more productive, with the proposal of the company export plan you can venture into an international market, in order to achieve growth and economic development for both the company and for the country in this plan rules, policies required for export will consider allowing a certain way be account all requirements when carrying out export processes such as tariffs, tax payments, modalities, customs procedures among others.

By offering export company Agro Santana, will allow position in an international market gain a competitive advantage and being more productive managing to present their products to a new economy where their sources of income will be more efficient, leveraging development technology and innovative products to enable capture new customer.

The export process starts from the finished product, taking into account all the expenses and costs for export.

INTRODUCCIÓN

A través del comercio exterior, se puede lograr el mejoramiento de la competitividad, promover las cadenas productivas, fortalecer la pequeña y mediana industria, desarrollar actividades relacionadas con la conservación, defensa y protección ambiental generando bienestar y calidad de vida. La idea es aprovechar esas cualidades y brindar nuevos espacios en que las pymes puedan dar a conocer sus productos y servicios en el exterior.

Los negocios internacionales se caracteriza por el fenómeno de la globalización, el cual ha generado cambios en lo político, social, tecnológico y económico, estos aspectos han llegado a tener una dependencia de los mercados extranjeros, creando así un entorno competitivo e incierto para las empresas.

El reto de las grandes y pequeñas empresas en los mercados internacionales, es la participación y desarrollo en mercados, con nuevos productos que satisfagan las necesidades del consumidor.

Existen diferentes áreas en las que cada país puede complementarse con el otro, de acuerdo a sus condiciones climatológicas, su cultura, sus necesidades, entre otros parámetros. La idea es saber cómo lograr esa incorporación. Las normativas legales garantizan la protección de las inversiones, sin embargo, ese esquema de asociación se encuentra estático entre algunas regiones. Es por ello que se hace necesario que cada país genere sus propios incentivos para contribuir a la formación del recurso humano, investigación científica, tecnológica, seguridad,

salud, educación, alimentación, entre otros, con el fin de generar competitividad e interés por los demás países ya sean regionales o intercontinentales.¹

El presente proyecto propone la exportación de néctares de uva de la Micro empresa Agroindustria Santana de la Unión valle logrando que la empresa tenga una ventaja competitiva siendo más productiva dentro del contexto Nacional e Internacional.

- Conocer la metodología del plan exportador para que la empresa pueda ejecutarlo a corto o a largo plazo
- Lograr un estudio documental y normativo, del plan exportador para que la empresa pueda incursionar de una manera eficiente y correcta a un mercado internacional
- Mediante el diseño del plan exportador la empresa pueda desarrollar las habilidades necesarias para exportar, diversificando mercados, mediante esfuerzos y fundamentalmente alcanzando oportunidades comerciales.

Impactos

- Genera alternativas de desarrollo y crecimiento económico tanto para la microempresa como para el país, mediante el incremento de los flujos de los intercambios comerciales.
- Por medio de la Integración de los mercados mundiales, en el contexto de la economía globalizada, se aprovecharía la despensa agrícola y tierra fértil del sector frutivinícola de Colombia
- Aumentar la cantidad de bienes producidos en el país durante un periodo determinado , es decir aporta al crecimiento del PIB
- Fortalecimiento del sector agrícola del País
- Generación de fuentes de trabajo
- Incrementar la productividad de la población con respecto al nivel educativo

¹ Comercio Exterior. Disponible es: http://www.degerencia.com/tema/comercio_exterior

CAPITULO 1

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Agroindustria Santana presenta dificultades para ingresar a nuevos mercados internacionales, dirigiéndose solo a mercados locales, limitándose a economías mundiales, sin darse la oportunidad de diversificarse y tener alianza con empresas extranjeras, dado al poco conocimiento acerca de la exportación y la falta de nuevas tecnología con la que cuenta la empresa, por los escasos recursos económicos y carencia de la búsqueda de gestión financiero para incursionar a nuevos mercados internacionales. Esas implicaciones conlleva a que Agroindustria Santana no pueda dar a conocer sus productos innovadores a países desarrollados para ganar competitividad mediante la adquisición de tecnología y capacidad gerencial obtenidos en el mercado , reduciendo costos, para mejorar la eficiencia y diversificar productos, disminuir el riesgo de estar en un solo mercado, vender mayores volúmenes para utilizar la capacidad productiva de la empresa, aprovechar ventajas comparativas y las oportunidades de mercado, aprovechando la globalización, buscar mayor rentabilidad y asegurar la existencia de la empresa a largo plazo .

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué tan viable podría ser la exportación de los néctares de uva de la Microempresa Agroindustria Santana de la Unión Valle?

1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Mediante un diagnóstico situacional de la Microempresa Agroindustria Santana frente a su entorno se podrá identificar las oportunidades amenazas y diferenciación que tiene el producto frente al de su competencia?
- ¿Para identificar los países objetivos se debe tener en cuenta la investigación de mercado, conociendo las exigencias de ingreso del producto para llevar a cabo una exportación eficiente?
- ¿Conocer el proceso general de exportación sirve para analizar de manera individual las diferentes modalidades con cada una de sus variables?
- ¿Con un estudio de Factibilidad financiera la empresa Santana podrá conocer la capacidad de diversificarse y permitir tener una presencia competitiva en los mercados internacionales?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Proponer un plan exportador para la Microempresa Agroindustria Santana en la Unión Valle.

1.3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar la competitividad del producto a exportar mediante un diagnóstico a la Microempresa Agroindustria Santana

- ✓ Identificar los mercados potenciales y las exigencias de entrada del producto para su exportación mediante una investigación de mercado
- ✓ Describir el proceso general de exportación para la Microempresa Agroindustria Santana
- ✓ Realizar la evaluación Financiera del proyecto ,que establezca la solidez de la propuesta del plan exportador a la Microempresa Agroindustria Santana

1.4 JUSTIFICACIÓN

Identificar las oportunidades que brinda el comercio exterior, con el fin que la empresa Agroindustria Santana pueda globalizarse y tener una ventaja comparativa donde genere una mayor producción y a su vez mayor ganancia.

De igual manera la creación de un plan de exportación, permite que la empresa Agroindustria Santana pueda posicionarse en un mercado internacional con la oportunidad de dar a conocer sus productos, que de una u otra forma son muy codiciados en el sector local, por lo que el comercio exterior le genera una gran oportunidad y alternativas de mejores mecanismos de comercialización con el fin de ofrecer productos innovadores como los néctares derivados de los frutos tropicales, ya que se posee tierras fértiles para la producción, transformación y comercialización de productos agrícolas con que cuenta la región frutivinícola de Colombia y cuenta con mano de obra calificada lo cual permite obtener como resultado un producto de calidad que satisfaga las necesidades del consumidor.

El plan exportador permite que la empresa se pueda dar a conocer no solo en el mercado local y regional sino también a mercados internacionales, ya que cuenta con un producto que es innovador para el mercado, de igual manera posee su

planta de producción en un lugar donde se cuenta con tierras fértiles que permiten poder obtener la materia prima necesaria y suficiente para su producción.

La incursión de esta microempresa en mercados internacionales permite ampliar su comercialización del producto generando una mayor productividad y mayor demanda debido a su gran contenido nutricional para el ser humano, lo que conlleva a gozar de gran beneficio al propietario y personas del municipio porque habría mayor oferta de empleo y mayores ingresos para los que conformen parte de la microempresa.

Este plan exportador es importante porque nos permite aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera, permitiéndonos desarrollar de manera práctica la elaboración de cada uno de sus pasos para llevar a tal fin el plan exportador, de igual manera nos permite relacionarnos con el microempresario para conocer de antemano como lleva a cabo su funcionamiento y porque no, darle las opciones que puede el mejorar, siempre y cuando lo permita con el conocimiento que nosotros como estudiantes hemos aprendido con el fin de que este se lleve a cabo de la mejor manera permitiéndonos en definitiva contribuir al proceso de la microempresa. Y como futuros profesionales nos permitiría tener los conocimientos apropiados para ayudar a aquellas empresas que quieran en un futuro exportar con el fin de ampliarse a nuevos mercados internacionalmente, y también a crear nuestra empresa que nos permita estar en mercados nacionales y quizás en un futuro expandirnos ya que en definitiva ese es nuestro fin como futuros administradores y no solo administrar empresas si no a crear y ofrecer mayores oportunidades de empleo.

1.5 MARCO REFERENCIAL

La ilustración de los conceptos, teorías y normas que establecen el plan de exportador para la Microempresa Agroindustria Santana en la Unión Valle

1.5.1 Marco Conceptual. El marco conceptual nos permite caracterizar todos aquellos elementos que intervienen en el proceso de investigación. A través de la revisión de publicaciones de varias autorías y teorías se busca poder encontrar aquellas definiciones, conceptos y líneas, para enmarcar la investigación e interpretar los resultados y las conclusiones que se alcanzan.

- **Arancel:** Los aranceles son derechos de aduana que pueden ser específicos o ad valorem: los primeros obligan al pago de una cantidad determinada por cada unidad del bien importado, por cada unidad de peso o por cada unidad de volumen; los segundos se calculan como un porcentaje del valor de los bienes y son los que más se utilizan en la actualidad. Los aranceles aumentan el precio de los bienes importados. Con los tratados de libre comercio y la globalización de los mercados, las tasas arancelarias en el mundo han caído constantemente. El arancel además es el texto en donde se encuentran relacionados todos los derechos de aduana convertidos generalmente en una Ley².
- **Comercio Exterior:** El comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos, y convenios

²¿Qué es un arancel?. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/eco/36/arancel.htm>

internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional.³

- **Desarrollo de Mercado:** El desarrollo de mercado es una estrategia de mercadotecnia que consiste en la creación de las condiciones necesarias para la colocación en mercado de un producto. La necesidad de desarrollo de mercado puede darse cuando una compañía quiere intervenir en un mercado en el que nunca participó o para la colocación de un producto totalmente nuevo que aún no posee mercado. En este último caso, una parte esencial del desarrollo de mercado será la de crear la “necesidad” del producto en el público.⁴
- **Divisas:** Se llama divisa, básicamente a la moneda utilizada por un país ajeno a su lugar de origen. En otras palabras, la divisa no es más que la moneda extranjera respecto a un país de referencia. Las distintas divisas fluctúan entre sí constantemente en el mercado mundial. Dependen de la ley de oferta y demanda, de las importaciones y exportaciones, inflación y deflación, etc.⁵
- **Exportación:** Las exportaciones en economía hacen referencia a cualquier bien o servicio vendido o enviado con fines comerciales a un país extranjero.

En otras palabras, la exportación es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usados o consumidos en otro país. Este tráfico puede generar numerosos y variados fenómenos fiscales dado que,

3 ¿Qué es comercio exterior?. Disponible en: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/116-que-es-comercio-exterior>

4 <http://www.headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/definicion/desarrollo-de-mercado/>

5 <http://www.gerencie.com/divisa.html>

cualquier producto enviado más allá de las fronteras de un país, está sometido a diversas legislaciones y puede estar sometido a acuerdos específicos que dan lugar a condiciones concretas según el país de destino.⁶

- **Globalización:** La globalización es un proceso de interacción e integración entre la gente, las empresas y los gobiernos de diferentes naciones. Es un proceso en función del comercio y la inversión en el ámbito internacional, el cual cuenta con el respaldo de las tecnologías de información. Este proceso produce efectos en el medio ambiente, la cultura, los sistemas políticos, el desarrollo y la prosperidad económica, al igual que en el bienestar físico de los seres humanos que conforman las sociedades de todo el mundo.⁷
- **Impuestos:** Los impuestos son el dinero que una persona, una familia o una empresa deben pagar al Estado para contribuir con sus ingresos. Esta es la forma más importante por medio de la cual el Estado obtiene recursos para llevar a cabo sus actividades y funciones (administración, inversión social, en infraestructura, en seguridad nacional, en prestación de servicios, etc.).⁸
- **Integración Económica:** El término integración económica hace referencia al proceso mediante el cual dos o más países van eliminando entre ellos pero no frente al resto de países las distintas barreras económicas que pudieran tener, de tal forma que las transacciones económicas nacionales y

6 <https://www.efxto.com/diccionario/e/3698-exportaciones>

7 ¿Qué es la globalización?. Disponible en: <http://www.globalization101.org/es/que-es-la-globalizacion/>

8 Concepto de economía. Disponible en: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo102.htm>

las internacionales tienen cada vez menos diferencias a medida que avanza el proceso de integración.⁹

- **Oferta Exportable:** La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino.¹⁰
- **Oportunidades comerciales:** Se le llama oportunidad comercial o idea de negocio a la demanda de un producto o servicio, principalmente proveniente del exterior, que pueda ser satisfecha por un oferente y de esta manera beneficiarse de dicha circunstancia.¹¹
- **Plan exportador:** El Plan Exportador es un documento que menciona toda la estrategia comercial a desarrollar en un mercado específico, y el conjunto de todas las acciones a efectuar para vender los productos y servicios en el exterior.¹²
- **Protección Ambiental:** La protección ambiental, consiste en el conjunto de medidas que se toman a nivel público y privado para cuidar nuestro hábitat natural, preservándolo del deterioro y la contaminación. Impedir o limitar la tala de árboles, dar un mejor tratamiento a los residuos, prohibir la caza de animales en peligro de extinción, reducir el consumo de energía, de pesticidas, de combustibles y otros contaminantes, minimizar los ruidos, no arrojar basura, reciclarla, son algunas de esas medidas, que en la práctica y ante la falta de conciencia de la población, deben imponerse por vía legal

9 Integración económica. Disponible en: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/integracion-economica.html>

10 Comercio internacional. Disponible en: <http://comerciointernacionalfaca.blogspot.com/2008/12/comercio-internacional-la-oferta.html>

11 Oportunidades comerciales: Disponible en: <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/09/26/oportunidades-comerciales/>

12 Procolombia. Disponible en: <http://www.procolombia.co/node/1141>

con las consiguientes sanciones, para quienes violen las normas de protección.

- Reservas Naturales: Las reservas internacionales son los recursos financieros en divisas con los cuales cuenta un país para garantizar los pagos de los bienes que importa y el servicio de la deuda, así como para estabilizar la moneda.

1.6 MARCO TEÓRICO

Se presenta como referencia en el marco teórico, el Modelo de la ventaja absoluta de Adam Smith, la Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo y la teoría de Charles Hill que nos permite visualizar divergentes paradigmas del comercio exterior, fomentando un amplio conocimiento acerca del intercambio Internacional. Smith con su modelo de ventaja absoluta sostenía que con el libre comercio cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta (o que pudiera producir de manera más eficiente que otros países) e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta (o que pudiera producir de manera menos eficiente).

Esta especialización intencional de los factores productivos conduciría a un incremento de la producción mundial, la cual sería compartida por los países involucrados. Por lo tanto el principio de la ventaja absoluta, implica:

Que un país desarrollado podría producir más barato todo tipo de artículos y por lo tanto, estaría en condiciones de exportar de todo y no le convendría importar cosa alguna.

Este gran economista criticaba a los mercantilistas del siglo XVIII porque lo único que buscaban era hacerse millonarios, cuando lo más aconsejable era pensar en el comercio como un medio de progreso para las sociedades.

Según Smith, el comercio debe darse de acuerdo a la capacidad de producción de cada país. Para que exista un intercambio comercial exitoso entre dos países, uno de ellos debe contar con una ventaja absoluta en la producción de un bien. Esto quiere decir, por ejemplo, que si entre dos países uno tiene la capacidad de producir un bien con menor mano de obra o tiene un suelo más fértil y fácil de trabajar, tendrá un producto final más barato.

Así, lo que indica este modelo es que bajo este principio, el beneficio del comercio entre los países resulta altamente beneficioso para ellos. Si uno se especializa en la elaboración de ciertos bienes y los vende, no sólo se beneficia el que vende sino también el que compra. Así mismo, el país que compra puede tener ventaja absoluta en otros tipos de bienes en los que se especializa y los puede vender a los países con los cuales sostiene una relación comercial.

Lo que se busca es que el comercio internacional se fortalezca bajo un esquema normativo claro, el cual pueda permitir la correcta apertura de los mercados.

Por lo que la teoría de la ventaja absoluta se aplica cada más en las organizaciones de todo el mundo, que día a día se enfrentan a mercados más exigentes y es por eso que abrir nuevos mercados se convierte en una necesidad para poder sobrevivir.

Posterior al aporte de Smith, frente a los beneficios del comercio internacional, David Ricardo fue un poco más allá introduciendo el concepto de Ventaja Comparativa o ventaja relativa. Dicho concepto establece que un país debe especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes cuyo coste relativo respecto a otros bienes en el propio país sea menor al mismo coste

relativo en otro país; siendo así, un país no exporta necesariamente las mercancías de menor coste internacional, que es la idea detrás de la ventaja absoluta.¹³

David Ricardo también precisa que la diferencia en la productividad del trabajo entre los países es la causa del comercio internacional, es entonces la productividad relativa de cada país, que depende de las técnicas de producción particulares, lo que determina la dirección de los flujos de bienes internacionales. Hay que mencionar, además que Charles Hill (2002), señala que la exportación no es una actividad solo para empresas multinacionales, muchas empresas pequeñas se han beneficiado de las oportunidades económicas de esta. El volumen de la actividad exportadora en la economía mundial por organizaciones de todos los tamaños, es probable que incremente en el futuro.

La probabilidad de exportar exitosamente puede aumentar dramáticamente al implementar los siguientes pasos estratégicos:

- Para los exportadores novatos es conveniente contratar a una compañía experta en exportación, al menos a un consultor para ayudar a identificar las oportunidades y ofrecer soporte en el papeleo y regulaciones involucradas al exportar.
- Concentrarse al inicio en un solo mercado
- Entrar a una escala menor para reducir los costos de un posible fracaso
- El exportador necesita reconocer el momento y el compromiso involucrado en las ventas y debería contratar personal extra para monitorear esta actividad
- Poner mucha atención en la creación de relaciones duraderas con los distribuidores locales y los consumidores

¹³ Protección ambiental. Disponible en: <http://deconceptos.com/ciencias-naturales/proteccion-ambiental>

- Es importante contratar personal local para ayudar a la compañía a establecerse en el mercado extranjero
- Tener siempre en mente la posibilidad de producir localmente.

Por lo tanto, las teorías anteriores nos muestran paradigmas acerca del comercio exterior, como contribuye a un mercado internacional, los beneficios y las oportunidades que este ofrece, teniendo como base unos factores productivos que de una u otra forma influye a un intercambio internacional.¹⁴



Imagen 1. Adam Smith



Imagen 2. David Ricardo



Imagen 3. Charles Hill

¹⁴ Factores productivos en el intercambio internacional. Disponible en: <http://www.bcv.org.ve/reservas/reservas.htm>

1.7 ESTADO DEL ARTE

Colombia se encuentra desde hace mucho rato, en un proceso de inserción en la economía mundial, de lo que es correlación la combinación de reformas domésticas y las políticas de comercio e integración. Este proceso iniciado a partir de principios de la década del noventa en el marco del programa de Modernización de la Economía, basado en la internacionalización como estrategia básica de crecimiento, ha generado avances importantes en los procesos de integración adelantados por Colombia, sobre todo con algunos países latinoamericanos. La profundización de la integración constituye una prioridad de la política comercial colombiana, a fin de: incentivar la expansión del comercio dentro de espacios competitivos de libre intercambio; adoptar compromisos que le den estabilidad a la política de apertura buscar especializaciones más eficientes con empresas de varios países; y ampliar las alternativas políticas para negociar con terceros países. De esta manera, Colombia, ha venido desarrollando un proceso unilateral de liberación de exportaciones, acompañadas por una serie de reformas estructurales complementarias, tanto en la reorganización de las instituciones de comercio exterior, como en materia laboral, cambiaria, financiera, y de seguridad social. Así mismo ha procurado una dinamización de los compromisos de integración económica y de negociación de nuevos convenios de liberación del comercio¹⁵

A su vez, desde el 12 de agosto de 1980 Colombia participa en la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y en la Comunidad Andina de Naciones; y a su vez cuenta con varios acuerdos de preferencia comercial tales como el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), el tratado de libre comercio (TLC), la ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA), la ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA), entre otros. En el ámbito de las

¹⁵ Consejo Superior de Comercio Exterior, Programa de Comercio Exterior 1992 – 1994, abril de 1992.

relaciones comerciales con países Latinoamericanos se destacan: los países participantes en la Comunidad Andina naciones (CAN), sobre todo Ecuador.¹⁶

Por otro lado, la Comunidad Andina de Naciones (CAN) se constituye en uno de los socios comerciales más importantes de Colombia, que ha jugado un papel importante dentro de la consolidación de la estructura industrial productiva de Colombia al convertirse en el principal comprador de productos industrializados que tiene el país, siendo para éste uno de los mercados más dinámicos durante los últimos años.¹⁷

En síntesis, nuestro país, ha sufrido un proceso de transformación en relación con su vinculación al comercio exterior, generado unas veces por decisiones de política exterior, otras por acontecimientos económicos internos y otras por determinantes del comercio mundial según podemos determinar con los acuerdos de preferencia comercial.¹⁸

Por ejemplo, en términos de actividades de servicio y comercio se ha generado una expansión; en cuanto a la base industrial en el país ha tenido un crecimiento que se refleja en que para comienzos de esta década, el volumen de exportaciones de esta categoría alcanzada fue del 30% aproximadamente. Así mismo, desde la conformación de las instituciones multilaterales (Fondo Monetario Internacional - FMI y Banco Mundial) en la Conferencia de Bretton Woods, lo mismo que desde el inicio del Acuerdo General de Aranceles y Comercio, el conjunto de los diseñadores de las políticas internacionales adhirieron a las tesis del multilateralismo, entendido como la consideración de todos los países en pie de igualdad en el escenario económico mundial. Es decir que el multilateralismo se expresa en los criterios de trato igual y no-discriminación entre naciones, de

¹⁶ Consejo Superior de Comercio Exterior, Programa de Comercio Exterior 1992 – 1994, abril de 1992

¹⁷ Ibid, 16

¹⁸ Ibid, 16

modo tal que ningún agente económico podrá ser tratado de modo diferente a los actores nacionales en razón de su origen extranjero. Ello hace impugnabile por ejemplo, la adopción de gravámenes o limitaciones a empresas, inversiones o productos en razón de su nacionalidad. Por esa vía, cualquier beneficio otorgado a un socio comercial debería ser extensible a los demás países, so pena de ser impugnabile ante las instancias multilaterales. A través de diversas rondas de negociación (Tokio, Kennedy, Uruguay), los países fueron avanzando en diversos campos como la reducción de aranceles, la reducción (no la eliminación) de los subsidios, la regulación del comercio de servicios y los acuerdos sobre el sector agrícola. Por mucho tiempo se creyó que la opción por el multilateralismo era contrapuesta a la concreción de acuerdos regionales, pero el mismo texto del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) autorización a la conformación de acuerdos regionales siempre que se orientaran a la promoción del comercio y que no fueran discriminatorios. Aún hoy se discute si es discriminatorio o no que las concesiones otorgadas a un socio de integración, no sean extendidas al resto de las naciones, y se debate si es compatible o contradictorio con la letra y el espíritu del multilateralismo.¹⁹

Mientras se mantienen los enunciados teóricos sobre las ventajas del libre comercio indiscriminado y pese a las profesiones de fe en los organismos multilaterales, la dinámica regional avanza paralelamente y a una mayor velocidad que el proceso multilateral.

Durante el siglo XIX, la economía mundial estuvo regida por la hegemonía inglesa y operó sobre la base del libre comercio postulado por los pensadores clásicos. En esa lógica, cada país posee ventajas comparativas derivadas de su fertilidad, clima, disponibilidad tecnológica y costo de la mano de obra. Sobre esa base debe

¹⁹ Ibid, 16

especializarse en la producción de aquellos bienes que gocen de menores costos relativos y ello conduciría a la división internacional del trabajo²⁰

A partir de un visión general sobre el desempeño del comercio exterior en el departamento del Valle del Cauca, Escobar²¹ llega a la conclusión que el departamento ha presentado un considerable incremento en el comercio exterior a partir de la década de los noventa, lo cual se hace evidente para el año 2001, en el cual los ingresos por exportaciones menores alcanzaron por primera vez la suma de mil millones de dólares, superando las ventas externas de productos tradicionales a nivel nacional como el café. Con respecto a Ramírez²², presenta en su investigación los principales elementos estratégicos para el mejoramiento de la competitividad del Valle del Cauca de lo cual resalta que el desarrollo económico del departamento ha estado marcado o que es el resultado de situaciones tales como: la evolución económica general del país, las consecuencias de los procesos de ajuste, las reformas institucionales y económicas, el estancamiento significativo en la segunda mitad de los años noventa, los cambios en la estructura económica, el nivel de innovación de la industria departamental, la posición rezagada en la inversión sectorial, particularmente en educación, la infraestructura vial y la agilidad en las transacciones y conexiones del departamento con el mundo. Además Díaz²³, encuentra que tanto a nivel nacional como departamental las exportaciones ha presentado una tendencia creciente con una gran participación en exportaciones

²⁰ NAVIA, Sandra. Tratado de Libre Comercio.[en línea][consultado Enero 2012]Disponible en Internet: <http://www.gestiopolis.com/recursos5/docs/eco/tlcomercio.htm>

²¹ ESCOBAR. Julio Comercio externo del Valle del Cauca. 1980-2001. Centro regional de estudios económicos del Banco de la Republica. Sucursal Cali. Disponible En: www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/pdf/val_2.pdf

²² RAMIREZ, Juan Carlos. Elementos estratégicos para el mejoramiento de la competitividad. Valle del Cauca. Cámara de comercio Cali. 2005. Disponible en: www.ccc.org.co/Documents/2005/EstudiosVC/01.ppt

²³ CORPEI – COLOMBIA (Junio De 2002). p. 23

20 DIAZ MOLINA, Javier. Desarrollo exportador en el Valle del Cauca. ANALDEX: (Agosto 16 2007); Bogotá; Disponible en: http://ftp.icesi.edu.co/lcecomex/presentacon_expovalle_ago07.pdf

no tradicionales, siendo Venezuela es el principal destino de las exportaciones No Tradicionales agregadas. Por lo tanto, Ortega y Zarruk ²⁴, analiza la estructura productiva y de comercio exterior del departamento del valle de lo cual finalmente concluye que el notable crecimiento de los flujos de comercio de mercancías y de servicios durante las últimas décadas se ha dado de forma simultánea con la gradual supresión de obstáculos que los limitan, y a su vez que este proceso ha tenido al menos tres vías de desarrollo: las decisiones unilaterales, las que se dan en marco de la Organización Mundial del Comercio y las que resultan de las negociaciones entre grupos de países, como son los tratados de integración económica. Por otra parte la investigación en términos de la estructura y de comercio exterior a partir del análisis de indicadores encuentra que el departamento ocupa el segundo lugar dado a que tiene fortalezas en Internacionalización, Infraestructura, Finanzas y Fortaleza económica y debilidades en Medio ambiente y Recurso humano.

Si se parte de la base de que se quiere lograr una inserción eficiente de Colombia en el marco del proceso de internalización de su economía, se debe buscar la mejor forma de aprovechar las oportunidades de los mercados de mayor crecimiento y canalizar de la mejor manera los flujos de inversión extranjera.

Colombia necesita reemplazar la caída de las ventas (exportaciones) hacia los países vecinos con ventas a mercados grandes, dinámicos, con alta capacidad de compra y de acceso a bienes colombianos. Este tratado beneficia a la Nación, a los empresarios y a los habitantes del país que lo realiza, porque permite abrir las

²⁴ BOTERO Jorge Humberto; ORTEGA Juan Ricardo y ZARRUK, Carlos Alberto Estructura productiva y de comercio exterior del departamento del valle. Ministerio de comercio, industria y turismo. Bogota.2004. Disponible En: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/EstudiosEconomicos/documentos/ValleCauca.doc>

fronteras comerciales, obtener una nueva fuente de recursos y abaratar los costos de los productos y servicios.²⁵

Colombia dispone de ventajas naturales en muchos productos y ventajas adquiridas en la producción de otros. Quienes los producen con esas ventajas resultan ganadores. También lo son aquellos que se preparan oportunamente para mejorar sus productos, es decir, para fabricarlos con mayor eficiencia, más calidad, mejor tecnología y precios competitivos. Son quienes cambian incluso su mentalidad para competir a nivel mundial y logran la certeza de que con los cambios apropiados pueden encarar la competencia en los mercados externos y en el propio mercado doméstico.

1.8 MARCO LEGAL

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí.

➤ MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR²⁶

El sector de comercio, industria y turismo se remonta a 1991, con la creación del Ministerio de Comercio exterior con la ley 7 del mismo año, el cual regía las reglas que procurarían otorgarle al comercio exterior colombiano la mayor libertad posible en cuanto lo permitan las condiciones de la economía, y cuyo objetivo primordial era impulsar la internacionalización de la economía colombiana para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo, además permitía que las importaciones y

²⁵ Consejo Superior de Comercio Exterior, Programa de Comercio Exterior 1992 – 1994, abril de 1992

²⁶ Ministerio de comercio exterior: Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/>

exportaciones de bienes, tecnología y servicios se realizarán dentro del principio de libertad del comercio internacional en cuanto lo permitan las condiciones coyunturales de la economía.

Con el art. 4, se fusionaron los Ministerios de Desarrollo Económico y de Comercio Exterior, conformando el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y con el decreto 210 del 2003, se establecen la normatividad que regirá este órgano institucional.

La misión del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las regiones del país, con el fin de mejorar su competitividad, su sostenibilidad e incentivar la generación de mayor valor agregado, lo cual permitirá consolidar su presencia en el mercado local y en los mercados internacionales, cuidando la adecuada competencia en el mercado local, en beneficio de los consumidores y los turistas, contribuyendo a mejorar el posicionamiento internacional de Colombia en el mundo y la calidad de vida de los colombianos.

El objetivo primordial dentro del marco de su competencia es formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la microempresa, pequeña y mediana, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior.

Entre los objetivos estratégicos sectoriales de comercio, industria y turismo están: En relación a la internacionalización de la Economía es aumentar y diversificar el comercio exterior de bienes y servicios y los flujos de inversión extranjera directa. En cuanto al Desarrollo Empresarial, fortalecer un ambiente propicio para que

Colombia tenga una estructura productiva de bienes y servicios sólida, competitiva e innovadora, que contribuya a la generación de empleos formales y sostenibles. En el Turismo de Clase Mundial, hacer de Colombia un Destino Turístico de Clase Mundial mediante el desarrollo sostenible y el mejoramiento de la competitividad regional. En la relacionado a la gestión administrativa, ser Modelo en gestión administrativa para apoyar con eficiencia el trabajo de las áreas misionales, contribuyendo al desarrollo sostenible del sector y al progreso de los colombianos.²⁷

➤ **MARCO NORMATIVO Y REGULACIÓN**

La Dirección de Marco Normativo y Regulación –DMNR – trabaja en la promoción de un marco regulatorio que potencie y consolide las condiciones ideales para impulsar el crecimiento, la productividad y la competitividad de los sectores del PTP. Para ello, la DMNR trabaja principalmente con los siguientes objetivos:

➤ **REGULACIÓN COMPETITIVA**

Fomentar el diseño e implementación de un marco regulatorio idóneo y eficiente para cada uno de los sectores del Programa.

Identificar y promover la eliminación de barreras a la productividad y competitividad derivadas de procedimientos o regulaciones que imponen cargas excesivas o procedimientos o regulaciones inútiles – red tape-, para lo cual promueve un marco normativo simple, libre de trabas, amigable al empresario, a la inversión, al comercio y a las exportaciones.

Preparar o hacer recomendaciones a proyectos de Decreto o de Ley, que sean de interés para los sectores del PTP. (e.g. Proyecto de Decreto de Acceso al Recurso

²⁷ Ibid, 26

Genético, Proyecto de Decreto de Retención en la Fuente de Software, Proyecto de Decreto de Protección de Datos; o Proyecto de Ley Anti contrabando, Proyecto de Ley de Software, Proyecto de Ley de Promoción a la Agroindustria, Proyecto de Ley de Compras Públicas).

➤ **PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA (PTP)**²⁸

El Programa fue creado en el año 2008 por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para incrementar la productividad y la competitividad de sectores con elevado potencial exportador, cuáles serían sus ventajas , beneficios entre otras. Es una de las herramientas orientadas por el Gobierno Nacional para la ejecución de la Política Industrial que conduzca al Desarrollo Productivo del país y con la que se generan entornos más competitivos y empresas más fuertes y productivas. El PTP es un aliado de los empresarios porque ofrece acompañamiento para acelerar su productividad y competitividad, orientando sus capacidades y aprovechando sus ventajas comparativas.

Los sectores pueden hacer parte del Programa presentando una propuesta de valor que se evalúan.

El PTP trabaja con los sectores en la preparación de una oferta exportable que la empresa como tal pueda posicionarse de manera sólida en mercados internacionales. Contribuye a la identificación de la oferta exportable de las regiones a través de los Encuentros de Innovación y Transformación Regional, donde: Se presta asesoría a las regiones en la identificación y priorización de sectores productivos con gran potencial exportador, con el objetivo de que se conduzcan esfuerzos y recursos departamentales y municipales en su beneficio brindan apoyo a sus proyectos. Se le da a conocer la oportunidad que ofrece Pro

²⁸ Programa de transformación productiva. Disponible en: <https://www.ptp.com.co/portal/default.aspx>

Colombia a las regiones para conectar el potencial exportador de la región con las oportunidades de negocio a nivel internacional.

EL TPT brinda oportunidades para las empresas convocatorias, talleres, cursos, anuncios sectoriales, etc.

➤ **TRATADOS INTERNACIONALES**²⁹

En general, un TLC incluye alrededor de 23 Capítulos que cubren los siguientes temas:

Tabla 1. Temas que cubren los capítulos en TLC

Temas institucionales	Acceso a mercados		Transversales
Define las reglas generales del Tratado, conceptos generales, las declaraciones de tipo político y mecanismos de administración y solución de controversias.	Buscan la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias al comercio de bienes y servicios. Buscan acceso preferencial	Se definen condiciones para disciplinas que apoyan o facilitan el acceso a mercados.	Establecen reglas generales que permiten estabilidad y claridad para los empresarios en diferentes campos
Disposiciones Iniciales y Definiciones Iniciales	Trato Nacional y Acceso de Mercancías al Mercado	Reglas de Origen y Procedimientos de Origen	Política de Compet
Transparencia	Medidas Sanitarias y Fitosanitarias	Procedimiento Aduanero y Facilitación del Comercio	Derechos de Propiedad Intelectual
Administración del	Contratación	Obstáculos Técnicos al	Asuntos

²⁹ Tratados internacionales. Disponible en: <http://www.tlc.gov.co/publicaciones.php?id=5398>

Continuación tabla 1

Acuerdo y Fortalecimiento de Capacidades Comerciales	Pública	Comercio	Laborales
Solución de Controversias	Inversión	Defensa Comercial	Medio Ambiente
Excepciones Generales	Comercio transfronterizo de Servicios		
Disposiciones Finales	Servicios Financieros		
	Telecomunicaciones		
	Comercio Electrónico		

Fuente: Propia

Barreras Arancelarias

Estas barreras pueden ser de tipo Arancelario y están representadas en impuestos o gravámenes que se le cobran a los productos provenientes de otros países, y se llaman aranceles . Estos impuestos pueden ser calculados como un porcentaje del valor de la mercancía, incluyendo el seguro y flete (Ad valorem) o una cuantía por unidad de medida de peso o volumen (arancel específico). Ej. USD 1 por kg.

El Acuerdo busca establecer la forma y el tiempo en que el arancel llegará a 0%, es decir, quedará totalmente desgravado.

Barreras No Arancelarias

Las barreras pueden ser de tipo No arancelario constituyéndose igualmente en obstáculos al comercio y se utilizan principalmente para proteger a la industria local, de nuevos competidores.

Entre las principales barreras están:

- Licencias previas de importación: implican un permiso del Gobierno para autorizar la importación del producto.
- Cuotas o contingentes arancelarios: restringen la cantidad de productos que pueden ingresar al país.
- Barreras técnicas: son requisitos específicos que deben cumplir los productos para ingresar demostrables con inspecciones o certificaciones.
- Barreras sanitarias y fitosanitarias: son normas relativas a la salud, la seguridad y aplican específicamente a alimentos, productos farmacéuticos y cosméticos.
- Fijación de precios internacionales para que un grupo de países o empresas controlen los precios internacionales, como el caso del petróleo en la OPEP
- .Controles de tipo de cambio o a la inversión extranjera: entre otro tipo de requisitos adicionales que imponen los países para proteger la industria local.

ETAPAS DE UNA LA NEGOCIACIÓN³⁰

- Interés de los Gobiernos y acercamientos informales

³⁰ Etapas de una negociación. Disponible en: <http://www.apuntesgestion.com/las-4-fases-mas-importantes-de-una-negociacion/>

- Evaluación sobre la conveniencia del TLC, consulta con diferentes sectores sociales (canales de consulta permanente con gremios, sociedad civil).
- Rondas de negociación y Establecimiento del “Marco General de la Negociación” , documento que contiene las condiciones de la negociación, qué rondas habrán, cuántos capítulos, quiénes participarán en el equipo negociador, entre otros
- Matriz de intereses y canastas de desgravación, en donde se establecen los productos de interés para Colombia, aquellos sensibles y en los que no se puede ceder.
- Después inician la negociación con el envío de la propuesta de texto, por parte de un país, y la respuesta o contrapropuesta por parte del otro.
- Después de varias Rondas de negociación, se realiza una revisión legal del tratado el cual. Posteriormente, se firma o Suscribe.
- Ratificación en cada uno de los países después de surtir los trámites internos requeridos. En Colombia deben pasar por el Congreso y la Corte Constitucional
- Se hace la implementación de los compromisos acordados
- Se hace canje de notas entre Estados y entra en vigor

NORMAS DE ORIGEN

Cuando dos o varios países firman un Acuerdo y establecen unos beneficios arancelarios, también establecen unas normas y condiciones para garantizar la procedencia de esos productos, evitando la triangulación o ingreso de productos de países no miembros, dándole trato preferencial solo a productos considerados “originarios”. Esas normas se conocen como Normas de Origen.

Es decir que si alguien desea ingresar un producto a otro país miembro del Acuerdo con el arancel preferencial acordado, debe demostrar que el producto sí es originario de ese país o cumple con los criterios establecidos, los cuales

pueden estar definidos por el Porcentaje ad valorem o porcentaje de valor agregado a un bien durante su proceso productivo. Un bien puede ser obtenido totalmente en un país miembro, o producido exclusivamente con materias primas de países miembros o Transformado Sustancialmente en alguno de los países miembros, así sus materias primas provengan de un tercer país. En este último caso, se define si ésta condición es dada por un Cambio de Capítulo o de partida arancelaria o si se requiere un porcentaje mínimo de Contenido Regional, es decir de insumos provenientes de un país miembro.

Así mismo, el acuerdo establecerá si se permiten bienes usados o transbordos durante el trayecto internacional, entre otros requisitos que garanticen el origen y procedencia del bien.³¹

PANORAMA DE LOS ACUERDOS COMERCIALES DE COLOMBIA

- El componente comercial de la Comunidad Andina (CAN), que incluye a Bolivia, Ecuador, Perú, Venezuela, Chile
- CAN-MERCOSUR
Mercado Común del Sur
(Que incluye a Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay).
- EFTA
Suiza, Islandia, Noruega Liechtenstein
- México, Estados Unidos y Canadá,
- . CARICOM La Comunidad Caribe
Trinidad y Tobago, Jamaica, Barbados, Guyana, Antigua y Barbuda, Belice, Dominica, Granada, Monserrat, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas.

³¹ <http://valleinternacional.com/estrategias-de-la-internacionalizacion/conozca-mas-sobre-negocios-internacionales/colombia-y-los-acuerdos-internacionales/panorama-de-los-acuerdos-comerciales-de-colombia/>

- Triángulo del Norte centroamericano
El Salvador, Guatemala y Honduras³²

- **LOS INCOTERMS 2010**³³

EXW – En fábrica

El vendedor entrega la mercancía cuando la pone a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido, sin despacharla para la exportación ni cargarla en un vehículo receptor.

FCA – Franco Transportista

El vendedor entrega la mercancía despachada para la exportación, al porteador o a la persona designada por el comprador en lugar convenido.

CPT – Transporte pagado Hasta

El vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del porteador designado por el pero además, debe pagar los costes del transporte necesarios para llevar la mercancía al destino convenido.

CPI – Transporte y seguro Pago Hasta

El vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone en disposición del porteador y paga los costos del transporte necesario para llevar la mercancía al destino convenido. Así mismo, debe contratar cobertura del seguro.

DAT – Entrega en Terminal

³² <http://www.revistaalimentos.com.co/ediciones/edicion-10/especial-exportaciones/colombia-y-los-acuerdos-comerciales.htm>

³³ <http://www.legiscomex.com/Comunicacion/r/rep-comercio-internacional-ene19-2011/rep-comercio-internacional-ene19-2011.asp?paisingreso=col>

La mercancía es entregada en la terminal designada en el puerto o lugar de destino, una vez es descargada del medio del transporte de llegada.

DAP – Entrega en lugar

El vendedor realiza la entrega cuando la mercancía se pone a disposición del comprador en el medio de transporte de llegada y prepara la descarga en el lugar de destino y convenio.

DDP – entregada derechos pagados

El vendedor entrega la mercancía despachada para importación y preparada para su descarga, en el lugar de destino convenio.

FAS – franco al costado del buque

El vendedor realiza entrega cuando la mercancía es colocada al costado del buque en el puerto embarque convenido.

FOB – franco a bordo

El vendedor realiza la entrega de la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque convenido.

CFR –costo y flete

El vendedor realiza la entrega de la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque convenido y paga los costes y el flete necesario para llevar la mercancía al puerto de destino acordado.

CIF – costo, seguro y flete

El vendedor realiza la entrega de la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque convenido y paga los costes y flete necesarios. Así mismo, debe contratar la cobertura del seguro.³⁴

³⁴ <http://www.legiscomex.com/Comunicacion/r/rep-comercio-internacional-ene19-2011/rep-comercio-internacional-ene19-2011.asp?paisingreso=col>

CÓDIGO DE FRONTERA³⁵

Reglamento (CE) nº 562/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de marzo de 2006, por el que se establece un Código comunitario de normas para el cruce de personas por las.

El presente Reglamento se aplica a toda persona que cruce la frontera interior * o exterior * de un país de la Unión Europea (UE).

Las fronteras exteriores

Las fronteras exteriores sólo pueden cruzarse en los pasos fronterizos y durante los horarios de apertura establecidos.

Al cruzar una frontera exterior, los ciudadanos de la Unión Europea (UE) y personas que puedan ampararse en el derecho a la libre circulación dentro de la UE (tales como los miembros de la familia de un ciudadano de la Unión) serán objeto de una comprobación mínima. Este control mínimo se realiza para establecer su identidad en base a sus documentos de viaje y consiste en un simple y rápido examen de la validez de los documentos de viaje y de la existencia de indicios de falsificación. Los nacionales de países no pertenecientes a la Unión son sometidos a un control más detallado, que implica la comprobación de las condiciones de entrada, incluida la verificación en el Sistema de Información sobre Visados (VIS), así como, en su caso, de los documentos que les autorizan a residir, , y ejercer una actividad profesional.

Para una estancia no superior a tres meses dentro de un período de seis meses, los nacionales de países no pertenecientes a la Unión deben:

³⁵ <http://www.legiscomex.com/Comunicacion/r/rep-comercio-internacional-ene19-2011/rep-comercio-internacional-ene19-2011.asp?paisingreso=col>

- estar en posesión de un documento de viaje;
- estar en posesión de un visado, cuando sea necesario;
- justificar el objeto de la estancia prevista y disponer de medios de subsistencia suficientes;
- no estar incluidos en el Sistema de Información Schengen (SIS) a efectos de no admisión;
- no estar considerados como una amenaza para el orden público, la seguridad interior, la salud pública y las relaciones internacionales de los países de la UE.

Cuando no cumplan estas condiciones, podrá denegárseles la entrada en el territorio, excepto en caso de disposiciones especiales (por ejemplo, por razones humanitarias).

A la entrada y a la salida de los nacionales de países no pertenecientes a la Unión, se pone sistemáticamente un sello en su documento de viaje. Cuando el documento de viaje no lleve el sello de entrada, cabrá suponer que su titular no cumple o ya no cumple las condiciones de estancia. No obstante, el nacional del país no perteneciente a la Unión podrá aportar la prueba, por cualquier medio creíble de haber cumplido las condiciones relativas a la estancia de corta duración (por ejemplo, un billete o los justificantes de su presencia fuera del territorio de los países de la Unión).

Efectúa el control fronterizo la policía de fronteras , que debe respetar plenamente la dignidad humana en el ejercicio de sus funciones y no puede ejercer sobre las personas discriminación alguna basada en el sexo, la raza o el origen étnico, la religión o las convicciones, una minusvalía, la edad o la orientación sexual.

Los países de la Unión deben disponer del personal y los medios adecuados y suficientes para garantizar un nivel elevado y uniforme de control en sus fronteras exteriores. Deben velar por que la policía de fronteras esté integrada por profesionales especializados y formados. Los países de la Unión deben prestarse asistencia mutua para que el control fronterizo se aplique eficazmente. La Agencia europea para la gestión de la cooperación operativa en las fronteras exteriores de los países de la Unión (FRONTEX) coordina la cooperación operativa.

Las fronteras interiores

Toda persona, cualquiera que sea su nacionalidad, puede cruzar las fronteras interiores por cualquier paso fronterizo, sin que se efectúe control alguno. La policía puede efectuar controles en la zona fronteriza, de la misma manera que los efectúa en el resto del territorio, a condición de que éstos no tengan un efecto equivalente al de los controles oficiales fronterizos.

Los países de la Unión deben suprimir todos los obstáculos que impidan la fluidez del tráfico en los puntos de paso de las carreteras.

En caso de amenaza grave para el orden público y la seguridad interior, un país de la Unión puede restablecer excepcionalmente el control en sus fronteras interiores durante un período limitado. Cuando prevea tal restablecimiento, el país de la Unión afectado advertirá de ello lo antes posible a los demás países de la Unión y a la Comisión. También se informará al Parlamento Europeo.

Los países de la Unión y la Comisión se consultarán entre sí, al menos quince días antes de la fecha prevista para el restablecimiento, con el fin de organizar una cooperación mutua y de examinar la proporcionalidad de las medidas respecto a los acontecimientos causantes del restablecimiento del control. La decisión de restablecer el control en las fronteras interiores se adoptará de manera transparente, informándose plenamente al público de la misma, a menos que imperiosas razones de seguridad se opongan a ello.

Con carácter excepcional, cuando el orden público o la seguridad interior lo exijan, el país de la Unión afectado podrá restablecer inmediatamente el control en las fronteras interiores, notificando inmediatamente su decisión a los demás países de la Unión y a la Comisión.

El presente Reglamento deroga los artículos 2 al 8 del Convenio de aplicación del Acuerdo de Schengen de 14 de junio de 1985 y el Manual común de las fronteras exteriores.

NORMAS REGULADORAS DE COMERCIO EXTERIOR³⁶

a) medidas de carácter técnico:

- requisitos relativos a las características de los productos
- reglamentaciones en materia de envasado y etiquetado
- normas técnicas y normas de calidad
- requisitos relativos a la información

b) reglamentaciones de carácter sanitario:

- medidas sanitarias destinadas a proteger la salud pública
- medidas sanitarias destinadas a proteger la sanidad animal
- medidas sanitarias destinadas a proteger la sanidad vegetal

c) medidas destinadas a preservar el medio ambiente

d) medidas de control de la cantidad:

- cupos de importación de carácter global
- régimen discrecional de licencias de importación (licencias no automáticas)
- prohibición de las importaciones
- reglamentaciones relativas a la proporción de insumos internos en el valor

³⁶ http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitect.nsf/VSITIOWEB/Normas_reguladoras_de_comercio_exterior

agregado

e) régimen de concesión automática de licencias

f) medidas que surten efecto principalmente a través de los costos y los precios:

- derechos variables
- regímenes de precios mínimos u oficiales y de referencia
- medidas anti-dumping y compensatorias

g) medidas monopolísticas, que circunscriben la importación a un canal único

h) otras medidas

- medidas destinadas a garantizar la seguridad de las personas
- medidas destinadas a garantizar la seguridad nacional³⁷

➤ MARCO LEGAL Y NORMATIVIDAD EN COLOMBIA

Colombia, al igual que la mayoría de los países latinoamericanos bajo el modelo de sustitución de importaciones, no instituyó un marco normativo que favoreciera el movimiento de los flujos de inversión extranjera hacia el país. Algunos gobiernos consideraron que la inversión extranjera *generaba pérdida de soberanía del país* y competencia desigual para las empresas nacionales. Enmarcados dentro del modelo de sustitución de importaciones, se implantó una política altamente restrictiva frente a la inversión extranjera desde finales de la década de los sesenta, extendiéndose en términos generales hasta el decreto 1265 de 1988. Dentro los elementos que predominaron se destacan: prohibición de la IED y de inversión nueva en sectores considerados *claves* como el sector financiero. Asimismo, el régimen contemplaba un trato discriminatorio a las empresas

³⁷ http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitec.nsf/VSITIOWEB/Normas_reguladoras_de_comercio_exterior

extranjeras que lograron establecerse en el país, ya que éstas no tenían acceso al Programa de Liberación del Acuerdo de Cartagena, y estaban sujetas entre otras a limitaciones para la remisión de utilidades.

A través del mecanismo de autorizaciones previas, el Estado intervino en las operaciones de IED con el objetivo de obligar la participación del capital nacional en proyectos de inversión, evitar la adquisición de empresas existentes y la participación de empresas extranjeras en sectores en los que se creara competencia a las empresas nacionales o en sectores donde el Estado no la considerara como necesaria.

Durante la década del setenta la inversión extranjera se rigió por el Decreto Ley 444 de 1967 y el Decreto Ley de 1973. Este último desarrolló la Decisión 24 de 1971 del Pacto Andino que prohibió los flujos de IED hacia sectores como infraestructura energética, comunicaciones y telecomunicaciones, servicios públicos y saneamiento básico. La aplicación de esta normatividad, bajo una política de protección y una regulación de tipo administrativo para el desarrollo de ciertos sectores industriales considerados como *estratégicos* a través de los programas sectoriales de desarrollo industrial -PSDI-, restringió la dinámica de los flujos de capital foráneo. A las empresas transnacionales se les obligaba a convertirse en empresas mixtas después de un plazo, y se les condicionaba la transferencia de tecnología y el precio de las regalías que recibían por ella (Hommes, Montenegro y Roda, 1994); de igual manera se les impuso un control restrictivo al crédito interno, teniendo acceso sólo a crédito de corto plazo, de acuerdo con las condiciones fijadas por la Comisión del Acuerdo de Cartagena. Lo anterior debió haber influido en el bajo flujo de inversión de carácter productivo recibido por el país en ese período. En cierta forma, la reglamentación existente tuvo que haber incentivado el endeudamiento externo privado.³⁸

³⁸ http://www.aladi.org/nsfaladi/arquitec.nsf/VSITIOWEB/Normas_reguladoras_de_comercio_exterior

Un aspecto institucional en contravía a la agilización y facilitación de los flujos de inversión residía en el procedimiento por el cual el Departamento Nacional de Planeación -DNP- aprobaba o rechazaba las solicitudes de IED. Bajo los criterios de aprobación del DNP se tenían como referencia: los patrones de diversificación de las exportaciones, la generación de empleo y el impacto en la balanza de pagos. Adicionalmente, el Consejo de Política Económica y Social -Conpes- estaba facultado para determinar, según las prioridades de los programas de desarrollo, la conveniencia o no de permitir la entrada de recursos foráneos. Otro aspecto que perjudicaba la transparencia y el movimiento de flujos de capital fueron los regímenes particulares de inversión en el marco del Grupo Andino para determinados sectores considerados *sensibles* o estratégicos. Los países integrantes del Grupo Andino, conscientes del fracaso de la estrategia integracionista que guió el proceso durante más de década y media, y después de la crisis de los ochenta en la que las economías latinoamericanas encontraron cerrados los mercados internacionales de capitales, se vieron ante la necesidad de atraer IED como medio de generación de divisas y con miras a mejorar sus desequilibrios externos en la balanza de pagos. En 1987 se adoptaron las Decisiones 220 y 244 del Acuerdo de Cartagena, que fueron pasos significativos para mejorar las condiciones a los inversionistas extranjeros en el sector industrial. El régimen aplicado a través de estas normas comenzó a ser más flexible, aunque se mantuvo rígida la estructura de intervención y control mediante el sistema de autorizaciones previas, se amplió el tiempo requerido para que las empresas se transformasen en empresas mixtas y se aceptaron empresas en cualquier sector de la economía, entre otras. Sin embargo, este cambio no fue suficiente para atraer grandes flujos de IED.

Durante el período de apertura el país dio un paso decisivo en la flexibilización de la normatividad. A partir de 1991 se estableció una nueva legislación (6) que habría de contribuir a impulsar la entrada de flujos de inversión al país,

revirtiéndose la tendencia presentada en la década del ochenta. En 1991 la Comisión del Acuerdo de Cartagena aprobó las Decisiones 291 y 292 que derogaron la Decisión 220 de 1987, eliminando así las pocas restricciones existentes para el movimiento de capitales y tecnologías extranjeras. Además, el país adhirió a acuerdos internacionales para minimizar el riesgo político (7) con el fin de penetrar al mercado internacional. Bajo este esquema normativo sobre inversión extranjera en Colombia y de inversión de capitales nacionales en el exterior, se establecieron oportunidades de amplia rentabilidad al inversionista privado, nacional y extranjero. No obstante los incentivos para la IED creados en esta ley, es importante mencionar que también, en 1991, en el marco de la nueva Constitución Política de Colombia, particularmente en el inciso 5 del artículo 58, se contempló la posibilidad de expropiar sin indemnización por motivos de equidad.

En el marco normativo de la ley 9a de 1991, mediante la que se adoptó un nuevo régimen cambiario y de inversión extranjera, se estipularon tres principios fundamentales: el de igualdad, al estipular un tratamiento igual tanto para el inversor nacional como el extranjero; el de universalidad, al permitirse la entrada de flujos externos a cualquier actividad económica; y el de automaticidad, al suprimirse los criterios de aprobación por parte del Estado con excepción de algunas actividades (8). La única condición de cumplimiento institucional consiste en la obligación de los inversionistas extranjeros de registrar la inversión en el Banco de la República con el fin de garantizar sus derechos cambiarios. Así mismo, se flexibilizaron las disposiciones legales del derecho cambiario mediante la supresión de los topes máximos a la repatriación de utilidades, los reembolsos de capital y los pagos por contratos de transferencia de tecnología, con la garantía adicional de mantener esta decisión a pesar de posibles modificaciones legales posteriores.

Este marco se complementó con medidas tendientes a promocionar a Colombia como un país atractivo a la inversión extranjera. Se varió el régimen especial de

inversiones de entidades nacionales en el exterior en el caso del sector financiero y de seguros, permitiéndose a las instituciones financieras colombianas, vigiladas por la Superintendencia Bancaria, la realización de inversiones en entidades financieras y de seguros del exterior.

A partir de las reformas introducidas en la normatividad -ley 9 de 1991- se iniciaron diferentes estrategias de carácter promocional del gobierno a través de instituciones como Coinvertir, entidad creada por el gobierno en 1992, que contribuyeron a alcanzar resultados interesantes en términos del ingreso de capitales al país. De igual forma, el flujo de la inversión colombiana en el exterior también respondió satisfactoriamente.

Para 1994, y ante la falta de registro de flujos de inversiones en el período estipulado por la ley, se modificó el Estatuto de Inversiones Internacionales mediante el decreto 1812 de agosto de 1994, el cual permitió realizar el registro extemporáneo de capital, siempre y cuando los capitales ingresados se declararan como inversión extranjera al momento del ingreso de las divisas y en 1966 con la aprobación del Decreto 1295 se constituyó el estatuto de inversiones internacionales del país, que comprende el régimen de inversión de capital extranjero en el país el régimen de inversiones colombianas en el extranjero.

En materia tributaria, Colombia se caracteriza por presentar tasas impositivas elevadas en comparación con otros países de similar grado de desarrollo y un alto grado de inestabilidad de las normas tributarias (Capítulo 8). No obstante, se han creado algunas medidas tendientes a reducir el impacto negativo de la legislación tributaria. En la reforma tributaria de 1995 (Ley 223) se previó el desmonte gradual de los bonos para el desarrollo social y seguridad interna (instituidos en 1992) y se estableció la figura de los contratos de estabilidad tributaria, (9) con el objetivo de ofrecer seguridad a los inversionistas. En la actualidad dicho mecanismo tiene un bajo grado de utilización, debido en parte al desconocimiento de la norma.

Adicionalmente se estableció un régimen especial para inversionistas extranjeros en el sector de la explotación y producción de hidrocarburos. Dentro de estos lineamientos se expidió el 24 de julio de 1995, un decreto mediante el cual se eliminaron las autorizaciones previas que requerían las inversiones en servicios públicos e hidrocarburos y minería; se permitió la remisión de capital suplementario a las sucursales de empresas extranjeras; se autorizó a los fondos institucionales extranjeros la adquisición de títulos provenientes de un proceso de titularización inmobiliaria; y se dictaron normas para flexibilizar la inversión en portafolio. Por último, es importante anotar que si bien en términos generales la normatividad pretende estimular la entrada de inversión extranjera, existen otros factores como la corrupción y la violencia en general que pueden influir negativamente en las decisiones de los inversionistas extranjeros.

➤ **PROCOLOMBIA.**³⁹

PROCOLOMBIA es la entidad encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en Colombia. A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios.

¿Qué hace ProColombia?⁴⁰

Fomenta la realización de negocios internacionales a través de:

- Identificación de oportunidades de mercado.

³⁹ <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industralatina/068.htm>

⁴⁰ ¿Qué hace ProColombia. Disponible en: <http://www.procolombia.co/>

- Diseño de estrategias de penetración de mercados.
- Internacionalización de las empresas.
- Acompañamiento en el diseño de planes de acción.
- Contacto entre empresarios a través de actividades de promoción comercial, inversión y turismo internacional.
- Servicios especializados a empresarios extranjeros interesados en adquirir bienes y servicios colombianos o en invertir en Colombia.
- Alianzas con entidades nacionales e internacionales, privadas y públicas, que permitan ampliar la disponibilidad de recursos para apoyar diferentes iniciativas empresariales y promover el desarrollo y crecimiento del portafolio de servicios⁴¹

RED DE OFICINAS DE PROCOLOMBIA

- Norteamérica
- Centroamérica
- Suramérica
- Europa
- Asia

OFICINAS EN COLOMBIA

- Barranquilla
- Bogotá
- Bucaramanga
- Cali
- Cartagena
- Cúcuta
- Medellín
- Pereira

⁴¹ Portafolio de servicios de Precolombia. Disponible en <http://www.procolombia.co/procolombia/que-es-procolombia>

CAPÍTULO 2

2. ANÁLISIS INTERNO

(DOFA)

La matriz DOFA nos mostrará con claridad cuáles son las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas con las que cuenta la empresa AGROINDUSTRIA SANTANA, elementos que al tenerlos claros, nos da una visión global e integral de nuestra verdadera situación. Nos proporciona un diagnóstico de la empresa, nos dice cómo estamos, cómo vamos, lo que nos brinda el principal elemento requerido para tomar decisiones, que no es otro que la conciencia de la realidad, pues cuando conocemos nuestra realidad, casi siempre sabemos qué hacer.

Tabla 2. Matriz DOFA

DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Oportunidad de crecimiento Calidad en la producción Confianza en el personal Good will Capacidad de respuesta Conocimiento	Carencia de capacitación al personal Poca motivación al personal Baja calidad de la infraestructura Falta de un plan estratégico estructurado a corto y mediano plazo Falta de publicidad

Continuación tabla 2.

OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS(DO)
Alta aceptación del producto Tratado de libre comercio Innovación en la parte de la maquinaria y diseño del producto plan de mercado Disponibilidad de información de los portafolios oferentes de la empresa Diferenciación del producto y su marca Posicionamiento en el sector Agrícola Fidelización y captación de clientes Ser líder en el sector Agrícola Poder de negociación Apertura mercados Internacionales	Diversificar los productos para tener un alto crecimiento y desarrollo empresarial Realizar una investigación de mercado que permita conocer los mercados potenciales para la exportación Apalancamiento financiero Atraer a los clientes ofreciendo productos de alta calidad e innovación	Incrementar la publicidad de la empresa para apertura de nuevos mercados Perfeccionar la infraestructura de la empresa y la mejora de tecnología facilitando la operatividad de la empresa, para tener una ventaja competitiva Implementar un plan de mercado para lograr el liderazgo en sector Agrícola Capacitar el personal y lograr el poder de negociación para mejorar las operaciones de la empresa
AMENAZAS	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
El poder de negociación lo tiene los clientes Entrada potencial de competidores al mercado Facilidad de nuevos entrantes al sector	Incrementar la creatividad Ajustar los productos en líneas que satisfagan a todos los consumidores Preservar la imagen de la empresa para hacer	Penetración en el mercado Motivar al personal de la empresa para lograr la eficiencia de la operatividad de la

Continuación tabla 2.

agrícola	frente a la competencia	empresa.
Variedad de precios de la competencia		
Crecimiento de la competencia desleal		

Fuente: Propia

CAPITULO 3

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación para el desarrollo de este proyecto es Descriptivo Exploratorio. La parte que comprende los temas de investigación de mercado se trabaja de forma exploratorio, a través, de estudios de mercado existentes y la información disponible sobre el proceso de comercialización, así como personas, entidades y empresas de las cuales se pudo obtener información primaria y secundaria reciente sobre exportación , haciendo el respectivo análisis de la información obtenida; los demás temas se trabajaron de manera Descriptiva y complementaria como el proceso general de exportación, generalmente las características y funcionamiento del mercado internacional para llevar a cabo la propuesta del plan exportador.

3.1.1 Método de Investigación

- Deductivo

En este método se desciende de lo general a lo particular, de forma que partiendo de enunciados de carácter universal y utilizando instrumentos científicos, se infieren enunciados particulares.

Se partió de la recolección de información sobre las exportaciones en Colombia y a lo largo del desarrollo de la investigación se buscó particularizar sobre la factibilidad para que la empresa Agroindustria Santana pueda incursionar a un mercado Internacional.

3.2 FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

➤ Fuentes Primarias:

Directivos de la empresa Agroindustrias Santana, entidades y empresas que se dediquen a la exportación, Funcionarios de Pro Colombia las técnicas que se emplearan es por medio de entrevistas dirigidas, encuestas de selección múltiple y Data cónicas (cerradas).

➤ Fuentes secundarias

Información recolectada por medio de documentos y páginas Web como él (TPT) Programa De Transformación Productiva, ONC, ProColombia, herramientas diseñadas para facilitar la consulta y análisis de información sobre Comercio Exterior. Enciclopedias, libros o artículos e investigaciones, (análisis documental).

3.3 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

➤ RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la recolección de información se harán entrevistas (personales, profesionales Vía e-mail) a contactos expertos y especialistas en exportación Con el objetivo de establecer parámetros de cómo se realizan los procesos de exportación en la actualidad, para identificarlos y analizarlos.

➤ MANEJO DE LA INFORMACIÓN

Se determinara el procedimiento de las encuestas en la clasificación en matrices, se hará un análisis de dicha información y de las entrevistas, con base de ese análisis de los datos recopilados se concretara consideraciones finales sobre la exportación así como las conclusiones del mismo.

CAPITULO 4

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1 MATRIZ DE PRESELECCIÓN DE MERCADOS

En la siguiente matriz se evidenciara los países potenciales para la propuesta del plan exportador, su nivel arancelario y de cierto modo la participación de las importaciones del producto hacia los diferentes países preseleccionados.

Tabla 3. Matriz de preselección de mercados

MATRIZ DE PRESELECCIÓN DE MERCADOS								
POSICION ARANCELARIA	200961							
VARIABLES	P	EE.UU	P	ECUADOR	P	BRASIL	P	CANADA
IMPORTACIONES 2014 DEL PAÍS SELECCIONADO DEL MUNDO (US\$ FOB MILES)	10%	5.080	10%	5.018	10%	20.743	10%	697.492
PRINCIPAL PROVEEDOR	20%	CANADA 50%, CHILE 23,9 % ITALIA 6,4%	20%	ESTADOS UNIDOS 28,8%, BRASIL 17%, PERU14,4%	20%	SUDAFRICA 44%, COREA 37,5 %, TURQUIA 11%	20%	ESTADOS UNIDOS 62,2%, BRASIL 17,1%, CHINA 6,2%
ARANCEL GENERAL	10%	3.50%	10%	25%	10%	14%	10%	2%
ARANCEL PARA COLOMBIA		0%		0%		0%		0%
NORMAS TÉCNICAS	40%		40%		40%		40%	
LOGISTICA	10%		10%		10%		10%	
TOTAL	100%		100%		100%		100%	
PARTICIPACION DE LAS IMPORTACIONES DEL PRODUCTO		2,1		0,03		0,04		2,86

Fuente: Propia

En la siguiente tabla se mostrara los diferentes Países oopcionados para realizar la exportación, y según los requisitos, participación en el mercado, normas, posición arancelaria, barreras de entrada, cultura, medidas sanitarias y fitosanitarias y otros aspectos se escogerá el país más oopcionado para realizar la exportación del néctar de uva

Tabla 4. Países oopcionados para realizar la exportación

BRASIL ⁴²



Datos Generales

Capital: Brasilia

Idioma: Portugues

Tipo de gobierno: República federal

Religión: Católica 73.6%, protestante 15.4%, otras 11%

Moneda: Real del Brasil (brasil)

Principales ciudades: Belo horizonte pampulha, Curitiba, Porto alegre, Rio de janeiro, Sao paulo

Indicadores Socio-Económicos

Población: 192,800,000.00

PIB(US\$ millones): 2,493,000.00

PIB per capita(US\$): 11,900.00

CANADA ⁴³



Datos Generales

Capital: Ottawa

Idioma: Inglés, Francés

Tipo de gobierno: Monarquía constitucional, democracia parlamentaria

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

Moneda: Dólar Canadiense

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

Indicadores Socio-Económicos

Población: 34,300,083.00

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

⁴² Brasil. Disponible en:

<http://condiciones.colombiatrade.com.co/Pais?idPais=149&nombrepais=Canad%C3%A1>

⁴³ Canada. Disponible en:

<http://condiciones.colombiatrade.com.co/Pais?idPais=149&nombrepais=Canad%C3%A1>

% Crecimiento PIB: 2.70 Tasa de devaluación(%): -25.70 Tipo de cambio(moneda del país/USD\$): 0.48 Tipo de cambio bilateral(moneda del país/CO\$): 897.16 Tasa de desempleo(%): 6.00 Inflación(%): 6.60 Riesgo de no pago: A3(COFACE) Las importaciones de Brasil representan 0,04% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 74 El código de producto seleccionado arriba fue creado en la revisión 2002 del SA. POSICION ARANCELARIA : El promedio aritmético de las tasas arancelarias (NMF) aplicadas fue del 11.5%, variando por sector. En términos generales, los productos no agrícolas tuvieron un promedio de 11.6% mientras que los agrícolas alcanzaron un 10.1%. REQUISITOS DE INGRESO • Factura comercial • Documento de transporte. • Declaración de aduanas. • Certificado de Origen Documentación adicional según el tipo de producto: • Registro, Sanitario • Certificado Fitosanitario • Certificado Zoosanitario	PIB per capita(US\$): 41,100.00 % Crecimiento PIB: 2.50 Tasa de devaluación(%): 0.00 Tipo de cambio(moneda del país/USD\$): 1,022.00 Tipo de cambio bilateral(moneda del país/CO\$): 1,796.64 Tasa de desempleo(%): 7.50 Inflación(%): 2.80 Riesgo de no pago: A1 Las importaciones de Canadá representan 2,86% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 5 El código de producto seleccionado arriba fue creado en la revisión 2002 del SA. POSICIÓN ARANCELARIA 0% PARA Colombia REQUISITOS DE INGRESO • Factura comercial • Documento de transporte. • Declaración de aduanas. • Certificado de Origen Cumplir con La <i>Reglamentación para Productos Procesados</i> de la Ley de Productos Agrícolas de Canadá. La Reglamentación para empaquetado y etiquetado de la Ley Consumer Packaging and Labelling La Reglamentación de Alimentos y Medicamentos de la Ley Food and Drugs
--	--

• Certificado Ictiosanitario Documentos complementarios: • Certificado Calidad • Póliza de seguros • Registro Nacional de Exportadores (RNE) el SENIAT • Registro de Usuarios del Sistema de Administración de Divisas RUSAD Registros de Productos Importación de Bebidas: Deben tener Registro emitido por MAPA (Ministerio de Abastecimiento, Pecuária e Abastecimento).	Inspección de los productos para que se cumplan los requerimientos mínimos por la exportación CFIA. • grados y requisitos de calidad • declaración de importación • inocuidad y seguridad de los alimentos • análisis de peligros en puntos críticos de control (haccp) • la ley de empaquetado y etiquetado para el consumidor etiquetado nutricional • control de aditivos para alimentos. • grados y requisitos de calidad • declaración de importación • inocuidad y seguridad de los alimentos análisis de peligros en puntos críticos de control (haccp): • la ley de empaquetado y etiquetado para el consumidor. • etiquetado nutricional. Control de aditivos para alimentos.
BARRERAS DE ENTRADA Barreras no arancelarias: Ingreso de productos vegetales frescos En cuanto al ingreso de nuestros vegetales a Brasil, se tienen identificadas trabas como la autorización de nuevas especies y el establecimiento de patrones de calidad. Productos pesqueros a Brasil Según la normativa vigente, para los	BARRERAS DE ENTRADA⁴⁴ En cuanto a barreras arancelarias, con el tratado de libre comercio, se suprimió el pago de aranceles por lo cual hoy en día es más ventajoso exportar a Canadá. Barreras no arancelarias Control de divisas: no hay control de cambio. Licencias de importación: las licencias se exigen para algunas drogas,

⁴⁴ Barreras de entrada. Disponible en: <http://www.x.com.pe/lib160/canada.htm>

productos de origen animal se exige el registro de un rótulo. En cuanto a los productos pesqueros, tenemos entendido que los registros son bastante exigentes, dado que incluyen la descripción de procesos de fabricación, embalaje, almacenamiento, control de sanidad y conservación, y transporte del producto. Productos farmacéuticos Se presentan problemas al intentar comercializar plantas para productos farmacéuticos debido a los registros sanitarios. La gran demora de las autoridades brasileñas en la tramitación de los registros, como por ejemplo las auditorias de las fábricas, es considerada como un obstáculo innecesario al comercio. Barreras a las confecciones También se presentan una serie de trabas que dificultan las exportaciones de confecciones hacia el país carioca. Las aduanas están autorizadas a pasar a un canal “gris” (verificación documental, física y de precios) las importaciones de vestidos. Esto supone un retraso de hasta 180 días en el despacho en aduana, con los costes consecuentes, ya que unos inspectores deben verificar en las instalaciones del exportador las características comerciales de la fabricación. Licencias de importación Otra medida de Brasil que dificulta el comercio son las licencias de importación, las cuales se aplican con fines estadísticos y de control	ciertos productos agrícolas, carbón y productos de acero, textiles, vestuario, calzado, algunas especies de fauna y flora, gas, material y equipo para la producción de energía atómica. Para los productos lácteos no se expide licencia. Las solicitudes de licencia deben acompañarse de una factura proforma y eventualmente pueden requerir otros documentos. Bajo el Acuerdo de Libre Comercio entre Canadá y Estados Unidos, todas las barreras arancelarias y no arancelarias quedaron eliminadas en 1998. Disposiciones sanitarias y fitosanitarias: un certificado sanitario expedido por la correspondiente autoridad en el país de origen, se exige para los embarques de animales, plantas, derivados y subproductos. Régimen Especiales A. Admisión Temporal de Mercancías Cada Parte autorizará la admisión temporal libre de aranceles a las siguientes mercancías: a) equipo profesional, incluidos equipo de prensa y televisión, programas y equipo de radiodifusión y cinematografía necesaria para llevar a cabo la actividad, oficio o profesión de la persona que califica para entrada temporal de acuerdo con lo establecido en la Entrada Temporal de Personas de Negocios b) Los bienes admitidos con fines deportivos
--	--

regulatorio de importaciones. Existen tres tipos de regímenes administrativos de importaciones: las importaciones dispensadas de licencias de importación, las importaciones sujetas a licencias automáticas y las sujetas a licencias no automáticas; siendo esta última las que generan las mayores trabas. La aplicación de licencias no automáticas puede generar complicaciones operativas dado que los exportadores deben indicar los productos a exportar en un primer momento, para luego emitir la factura final. A veces ambos montos difieren cuando los tirajes de producción varían ligeramente. En estos casos, las autoridades brasileñas pueden acusar “falta de coincidencia” entre las proformas originales y en las facturas finales, y así demorar la exportación.	y bienes destinados a exhibición o demostración c) muestras comerciales y películas publicitarias y grabaciones B. Importación libre de aranceles para Muestras comerciales de valor insignificante y materiales de publicidad impresos Cada Parte otorgará entrada libre de aranceles aduaneros a muestras comerciales de valor insignificante y a materiales de publicidad impresos importados del territorio de la otra Parte, independientemente de su origen, pero podrá requerir que: a) tales muestras se importen sólo para efectos de solicitar pedidos de mercancías o servicios provistos desde el territorio de la otra Parte o de otro país que no sea Parte; o b) tales materiales de publicidad sean importados en paquetes que no contengan más de un ejemplar impreso y que ni los materiales ni los paquetes formen parte de una remesa mayor
POBLACION⁴⁵ La población de Brasil se estima en 187.641.714 habitantes. Está concentrada sobre la costa del océano Atlántico y principalmente hacia el sur del país. La población urbana corresponde al 75,4% y su composición étnica está constituida por: 55,2% blancos; 39,3% mestizos; 4,9% negros.	POBLACION⁴⁶ Con un área de 9,976,140 km², Canadá es el segundo país con mayor extensión territorial en el mundo después de Rusia. La densidad de la población de Canadá es la más baja de todos los países industrializados, con tan sólo tres personas por cada 100 kilómetros cuadrados para un total de 33.091.228

⁴⁵ Población de Brasil. Disponible en:
<http://www.mergium.com/Guia%20para%20exportar%20a%20Brasil.pdf>

⁴⁶ Población Canada. Disponible
en; http://www.academia.edu/6032835/GUIA_PARA_EXPORTAR_A_CANADA

	habitantes. La población de Canadá no está distribuida sobre su vasta extensión geográfica en una forma uniforme, casi el 89% del territorio canadiense permanece deshabitado. Tan solo la provincia más pequeña, la Isla del Príncipe Eduardo, está habitada por completo.
CULTURA⁴⁷ • Casi el noventa y nueve por ciento de la población brasileña habla portugués, una lengua románica perteneciente a la familia indoeuropea de idiomas. • El catolicismo romano es la fe religiosa predominante en Brasil y, aunque el porcentaje de brasileños que se identifican como católicos ha disminuido en los últimos años (de 95 por ciento en 1950 a 73 por ciento hoy en día), Brasil sigue siendo el mayor país católico del mundo. • los brasileños tienen menos sentido del espacio personal y no les molesta estar embutidos entre mucha gente en lugares públicos. Se sabe que la población brasileña se expresa físicamente y transmite sus sentimientos a través del tacto en lugar de las palabras. • En todo Brasil hay tres alimentos principales que, hasta cierto punto, representan el núcleo de la dieta de la población: arroz, frijoles y mandioca. • La celebración más importante	CULTURA⁴⁸ La forma de saludo habitual es el apretón de manos, sin hacer ninguna inclinación. Los hombres deben esperar a que las mujeres extiendan la mano primero. La distancia corporal es mayor que en los países latinos. Notará esto en la distancia que se mantiene al pararse junto a otra persona o en espacios compartidos como el pasillo de un supermercado. A expresión más utilizada para saludar es How are you?; también se utiliza mucho Pleased to meet you. Otras expresiones de saludo más coloquiales como Hi y Hello solo deben usarse cuando ya hay una relación personal. Se considera inadecuado hablar en una lengua extranjera en presencia de personas que no conocen esa lengua. Si hace compras y desea pagar en efectivo, hágalo en dólares Canadienses. Mientras algunos negocios aceptan moneda Americana 1. Valoran mucho el tiempo Cuidar la imagen, pero sin ostentación Son objetivos, se fijan en los hechos y las cifras Profesionalidad en las presentaciones Son muy directos. No tienen reparos en decir no Negocian duro, pero

⁴⁷ Cultura de Brasil. Disponible en: <http://www.studylands.com/es/guia-paises/BR-culture.htm>

⁴⁸ Cultura de Canada. Disponible en: <http://www.studylands.com/es/guia-paises/BR-culture.htm>

de Brasil es el Carnaval, un festival de renombre internacional celebrado antes de la Cuaresma y conocido por sus animadas fiestas y peculiares personajes. El Carnaval son cuatro días de todo tipo de fiestas, que se caracteriza por los desfiles diarios de bailarines y músicos disfrazados, por los encuentros formales, los artistas callejeros y los concursos musicales.	aceptan el beneficio mutuo No conviene hablar de la separación de Quebec Sienten orgullo de su historia y de su país La vestimenta es un poco más formal que en USA pero menos que en Europa. Los estudiantes se visten informalmente con jeans y remeras (en la estación cálida). Es muy popular el uso de mochilas (back pack). En algunos lugares durante el invierno se usando pares de calzado, uno para el exterior, que soporten la nieve y la humedad, y otro para el interior. Tenga en cuenta que los interiores son calefaccionados por lo cual se recomienda vestirse "por capas" para poder quitarse abrigo que necesita en el exterior pero que en los interiores lo sofocarían Según el lugar, en verano se usan remeras y camisas de manga corta pero en invierno necesitará abrigo, como guantes y gorro. En algunos lugares las temperaturas son extremas, por lo que deberá asesorarse. En Vancouver las temperaturas son mucho más moderadas pero llueve mucho, por lo que se recomienda ir preparado. 2. VESTUARIO Los canadienses aprecian la cultura y las artes propias de otros países.
--	---

MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS La Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (Anvisa) Ejerce su función de control sanitario de productos y servicios incluso inspeccionando los ambientes, procesos, insumos y tecnologías vinculados a su producción o prestación. Está presente en puertos, aeropuertos, fronteras y recintos aduaneros instalados en zonas primarias y secundarias. Brasil utiliza múltiples mecanismos de protección ambiental, incluyendo las prohibiciones de productos potencialmente dañinos, licencias de importación, medidas sanitarias y fitosanitarias.	MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS⁴⁹ El Ministerio de Salud del Canadá está encargado de establecer las normas y políticas en materia de inocuidad y calidad nutricional que han de cumplir todos los productos alimenticios vendidos en el país. Concretamente, realiza actividades de investigación, evaluación de riesgos con respecto a la inocuidad de los productos alimenticios, examen y evaluación previos a la comercialización de todas las cuestiones relacionadas con la inocuidad de los productos y la nutrición.
ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA⁵⁰ En 2014, la vulnerabilidad económica del país aumentó: el déficit público se elevó a 5% del PIB, la deuda sobrepasó 65% del PIB, la producción industrial y las inversiones bajaron, el consumo disminuyó, la inflación siguió elevada, la balanza comercial del país se degradó. Reelecta con un margen estrecho en octubre de 2014, Dilma Rousseff ha anunciado medidas de rigor para restaurar la confianza de los inversionistas, lo que significa un cambio de su política económica. Se le da prioridad al saneamiento de las	ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA⁵¹ Canadá es un país rico con una buena calidad de vida. La tasa de desempleo, que aumentó con la recesión, se estabilizó desde 2013 (en torno a 7%). Sin embargo, el país afronta el incremento de las desigualdades de salarios, y el aumento de conflictos laborales. Tras contraerse como consecuencia de la recesión mundial, el crecimiento del PIB de Canadá llegó a 1,6% en 2013 y 2,3% en 2014. Este resultado es inferior a las previsiones. Canadá se ha visto afectado por la débil

⁴⁹ Medidas sanitarias y fitosanitarias de Canadá. Disponible en: http://www.academia.edu/6032835/GUIA_PARA_EXPORTAR_A_CANADA

⁵⁰ Análisis de la economía de Brasil. Disponible en: <https://santandertrade.com/es/analizar-mercados/brasil/politica-y-economia>

⁵¹ Análisis de la economía de Canadá. Disponible en: <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/canada/politica-y-economia>

cuentas públicas, se busca relanzar la producción y controlar la inflación.

Brasil es el primer productor mundial de café, caña de azúcar, naranjas, y uno de los primeros productores de soja. El país atrae a un gran número de empresas multinacionales de la industria agroalimentaria y los biocarburantes. Brasil cuenta con el mayor volumen de ganado comercial del mundo. Aun así, el aporte de la agricultura al PIB es relativamente escaso: representa únicamente 5,5%, aunque este sector asegura el 40% de las exportaciones. Los bosques cubren la mitad del territorio nacional, teniendo la mayor selva ombrófila del mundo, en la cuenca del Amazonas. Brasil es el cuarto exportador mundial de madera.

demanda mundial y la baja del precio de las materias primas. Además, el crecimiento es irregular, las empresas no invierten lo suficiente y el sector inmobiliario está sobrecalentado. No obstante, la economía se ve beneficiada por un sistema bancario resiente y el endeudamiento público está en vías de ser absorbido. Por último, la inflación fue más alta de lo esperado en 2014.

Fuente: Propia

ESTADOS UNIDOS⁵²

ECUADOR⁵³



Datos Generales
Capital: Washington



Datos Generales
Capital: Quito
Idioma: Español

⁵² Estados Unidos. Disponible en:
<http://condiciones.colombiatrader.com.co/Pais?idPais=149&nombrepais=Canad%C3%A1>

⁵³ Ecuador. Disponible en:
<http://condiciones.colombiatrader.com.co/Pais?idPais=149&nombrepais=Canad%C3%A1>

Idioma: Inglés Tipo de gobierno: República federal Religión: Protestantes 51.3%, católicos romanos 23.9%, mormón 1.7%, otros cristianos 1.6%, judíos 1.7%, budistas 0.7%, musulmanos.6% Moneda: Dólar Americano Principales ciudades: Atlanta, Chicago, Los Ángeles, Miami, New York, Washington Indicadores Socio-Económicos Población: 313,847,465.00 PIB(US\$ millones): 15,290,000.00 PIB per capita(US\$): 49,000.00 % Crecimiento PIB: 1.70 Tasa de devaluación(%): 0.00 Tipo de cambio(moneda del país/USD\$): 1.0 Las importaciones de Estados Unidos de América representan 2,1% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 8 El código de producto seleccionado arriba fue creado en la revisión 2002 del SA POSICION ARANCELARIA : Arancel general 3.20% Arancel para Colombia 0% REQUISITOS DE INGRESO . Documentos Requeridos; toda importación a Estados Unidos requiere presentar los siguientes documentos: - Manifiesto de entrada o solicitud y permiso especial para la entrega	Tipo de gobierno: República Religión: Católica 95%, otras 5% Moneda: Dólar Americano Principales ciudades: Cuenca, Guayaquil, Loja, Machala Indicadores Socio-Económicos Población: 14,400,000.00 PIB(US\$ millones): 124,700.00 PIB per capita(US\$): 8,650.00 % Crecimiento PIB: 7.69 Tasa de devaluación(%): 0.00 Tipo de cambio(moneda del país/USD\$): 1.00 Tipo de cambio bilateral(moneda del país/CO\$): 2,156.29 Tasa de desempleo(%): 6.10 Inflación(%): 3.50 Riesgo de no pago: B Las importaciones de Ecuador representan 0,03% de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es 126 POSICION ARANCELARIA : Arancel general 30% Arancel para Colombia 0% REQUISITOS DE INGRESO 1. a) Certificado de Constitución del fabricante extranjero, de existencia y representación Legal de la entidad solicitante, es decir de la empresa representante en el Ecuador. b) Cédula de Identidad del representante, cuando sea éste el que solicite el Registro.
---	---

inmediata u otro formulario exigido por el director del distrito. - Prueba del derecho de entrada. - Factura comercial o factura pro-forma, cuando la primera no puede ser presentada. - Lista de empaque (si aplica). - Otros documentos necesarios para determinar la admisibilidad de la mercancía. La mercancía debe ser liberada de la aduana contra documento de entrada. Para esto hay que presentar un resumen de entrada para consumo y, además, se deben depositar los aranceles calculados en el puerto de entrada dentro de los diez días laborales, contados a partir de la fecha en que la mercancía entre y sea liberada. La factura comercial debe ser en inglés o con su debida traducción y debe llevar la siguiente información: - Puerto de entrada al cual se destina la mercadería - Fecha, lugar y nombres del comprador y del vendedor, si la mercancía es para la venta consignación o resulta de un contrato de venta. - Descripción detallada de la mercancía, incluyendo nombre, calidad, marcas, etc. - Cantidad en peso y medidas - Precio de compra de cada artículo en la moneda de venta, en caso de venta, o el valor de cada artículo en la moneda que normalmente se emplea en las operaciones de envíos en consignación. - Clase de moneda - Cargos y costos adicionales a los de la mercancía como flete, seguros, comisiones, etc. - Reintegros, rebajas y subvenciones que se reciban al exportarse la mercadería - País de origen	2. Certificado de Libre Venta. Documento original emitido por un organismo de salud OFICIAL del país del fabricante, en donde se detallan los nombres de los productos que se van a registrar y en el cual se certifique que dichos productos son de libre venta y circulación en el país de origen. 3. Certificado de análisis del producto extranjero, (Físico-Químico, Bromatológico y microbiológico) 4. Certificado de procedencia del producto, se trata del Certificado de Origen otorgado por la Cámara de Comercio Local, es necesario que este documento esté notariado en la localidad del fabricante 5. Interpretación del Código de Lote (significado del mismo), con la finalidad de identificar los productos correspondientes a ese lote, con firma del Técnico Responsable. Ficha de estabilidad emitida por un Laboratorio Acreditado o por el laboratorio interno de la fábrica para determinar la vida útil de cada producto
---	---

Los certificados sanitarios y fitosanitarios son exigidos particularmente en la importación de ciertos productos agrícolas, plantas y relacionados y animales vivos. Normalmente, estos certificados son emitidos por las autoridades correspondientes del país exportador, los cuales acompañarán a los permisos de importación. Este documento debe ser presentado a la FDA y esta entidad a su propia discreción decidirá realizar inspecciones sanitarias. En caso que la FDA decida no realizar esta inspección, en base al historial de inspecciones de la empresa implicada o de la naturaleza del producto, se expedirá un documento que libera la mercancía para su comercialización en ese país ("May Proceed Notice"). Este es el caso más común, ya que sólo un 2% de los productos alimentarios importados a Estados Unidos son inspeccionados por la FDA. La autoridad legal bajo la cual la FDA tiene la potestad de inspeccionar y regular los alimentos importados, se observa en la sección 801 de la Federal Food, Drug and Cosmetic Act (FFDCA). Las responsabilidades de este organismo en esta materia se detallan en la subparte E del capítulo 21 del Código de Regulaciones Federales (21CFR1 Subpart E). El principio seguido por la FDA a la hora de autorizar la importación de alimentos es que éstos deben ser sustancialmente idénticos a los producidos domésticamente en Estados Unidos en lo que se refiere a sus garantías sanitarias	

BARRERAS DE ENTRADA	BARRERAS DE ENTRADA
• Barreras no arancelarias de Estados Unidos • Mayor tiempo de espera en garitas • Incumplir el Tratado de Libre Comercio para permitirle a los autobuses cargueros mexicanos (y choferes) el circular en su territorio. • Barreras fitosanitarias Y zoosanitarias al sector Agropecuario (ganadería por la la Ley de Etiquetado por País de Origen y aguacate por la mosca de la fruta, guayaba y citricos) Barreras Arancelarias de Estados Unidos Harmonized Tariff Schedule of the United States • CAPITULO I: animales vivos • CAPITULO II: carnes y despojos comestibles • CAPITULO III: pescados y crustaceos, moluscos y demas invertebrados acuaticos. • CAPITULO IV: leche y productos lacteos, huevos de ave, miel natural, productos comestibles de origen animal. • CAPITULO V: los demás productos de origen animal no expresados en otra parte. • CAPITULO VI: plantas vivas y productos de la floricultura • CAPITULO VII: hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios • CAPITULO VIII: frutos y frutas comestibles, cortezas de agrios, melones o SANDIAS. • CAPITULO IX: café, te, yerba mate y especias • CAPITULO X: cereales • CAPITULO XI: productos de la	Las preparaciones alimenticias (alimentos transformados) están gravadas, en general, con un arancel ad-valorem de aproximadamente entre el 10% y 25%. - La cláusula salvaguardia de marzo 2015 afecta a algunos de estos productos con una sobretasa arancelaria adicional del 25% al 45%, tales como jamones, embutidos de cerdo, anchoas, bombones, golosinas, especias, conservas de marisco o galletas (véase la ficha de la barrera Sobretasas arancelarias por problemas de balanza de pagos para mayor información).

molinería, malta, almidón, fécula, inulina, gluten de trigo • CAPITULO XII: semillas y frutos oleaginosos • CAPITULO XIII: gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales • CAPITULO XIV: materias trenzables y demás productos de origen vegetal • CAPITULO XV: grasas y aceites animales o vegetales • CAPITULO XVI: preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos • CAPITULO XVII: azúcares y artículos de confitería • CAPITULO XVIII: cacao y sus preparaciones • CAPITULO XIX: preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche, productos de panadería • CAPITULO XX: preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas • CAPITULO XXI: preparaciones alimenticias diversas • CAPITULO XXII: bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre • CAPITULO XXIII: residuos y desperdicios de las industrias alimenticias. • CAPITULO XXIV: tabaco y sucedaneos del tabaco elaborado	
POBLACION⁵⁴ Compuesto por cincuenta estados y un Distrito Federal, es considerado uno de los países con mayor influencia económica y política en el mundo. Su nombre oficial es Estados Unidos de América, usualmente conocido con las siglas EUA o EE.UU. Es	

⁵⁴ WorldFactbook, Gobierno de los Estados Unidos <http://www.state.gov/> , <http://www.america.gov>

el cuarto país más grande del mundo en superficie, después de Rusia, Canadá y China, y el tercero en población con 313.847.465 habitantes según estimaciones para julio de 2012. Estados Unidos, se caracteriza por tener una gran variedad de áreas geográficas y climáticas. Al norte limita con Canadá y al sur con México. Cuenta con un poco más de 19 mil kilómetros de costa sobre los océanos Pacífico y Atlántico y el Golfo de México. Estados Unidos se caracteriza por altos índices de migración, por esta razón es considerado el país con mayor diversidad cultural y étnica del mundo. El principal grupo étnico es el hispano, que ocupa alrededor del 15,1% del total de la población.	
CULTURA Para iniciar un proceso de negociación con estadounidenses, es primordial estar preparado para el proceso que se debe desarrollar con el propósito de lograr una venta efectiva. Para lograrlo, es importante que el empresario tenga conocimiento de algunos aspectos generales de la cultura de negocios que caracteriza este país. Lo primero que el empresario debe tener presente es que por su diversidad cultural, Estados Unidos es un país complejo ya que cada uno de estos grupos y comunidades conserva su cultura propia de negocios. Sin embargo, los estadounidenses son cordiales en el trato y muy atentos, se caracterizan por ser muy buenos negociadores. Tienden a ser dominantes y directos durante el proceso, y suelen demostrar el desacuerdo de una manera recia. Les gusta aprovechar las	CULTURA DE NEGOCIOS ⁵⁵ Reuniones Las reuniones de negocio se llevan a cabo en las oficinas o los restaurantes, este último usado a menudo para conseguir un socio potencial de negocios. El anfitrión de una reunión generalmente presenta a cada invitado individualmente. Quien ha iniciado el contacto es quien suele extender la invitación y quien generalmente paga la cuenta. Si una mujer de negocios invita a un ecuatoriano a comer, es necesario que se lo haga saber con tiempo pues de no ser así, es muy probable que el no la deje pagar la cuenta. Durante la comida, deje que el anfitrión efectúe el primer brindis. Es

⁵⁵ <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo3980DocumentNo3388.PDF>

nuevas oportunidades y son empresarios arriesgados que no le temen al cambio. Son también muy persistentes a la hora de resolver problemas durante la negociación. Se caracterizan por considerar que siempre hay una solución para resolver dichos inconvenientes. Así mismo, el empresario estadounidense es muy consistente ya que a la hora de finiquitar las condiciones de una negociación es muy raro que cambien de opinión. Sin embargo, buscan siempre negociar bajo un esquema de gana- gana para ambas partes, lo cual permite establecer relaciones comerciales de largo plazo. Con respecto a los productos, tenga en cuenta que para los estadounidenses pesa más la innovación que la tradición. • Reuniones de negocios En cuanto a las reuniones de negocios es de anotar que los estadounidenses son muy puntuales en citas. Por esta razón cualquier cita que se requiera con un empresario del país norteamericano debe programarse con tiempo para evitar posibles incumplimientos. El idioma oficial de Estados Unidos es el inglés, por esta razón el empresario debe estar preparado para que la negociación se lleve a cabo en este idioma. Es importante que al momento de conocer a las personas con las que se va a reunir les ofrezca sus tarjetas de presentación. De igual manera, lea cuidadosamente las tarjetas de presentación de su contraparte para evitar equivocaciones en sus nombres ya que esto se verá de mal gusto. Para evitar este tipo de situaciones, puede ordenar las tarjetas de presentación sobre la mesa en el orden en que están	aceptable tomar un coctel o un trago antes de la comida. Una botella de un buen vino o algún artículo típico de su país son buenos regalos si se es invitado a la casa y desea llevar un obsequio. Puntualidad Las reuniones comienzan usualmente después del tiempo designado. Un retraso de 15 minutos es aceptable. Sugerimos sin embargo el cumplimiento de los horarios. Etiqueta de saludo Estrechar las manos tanto a hombres como mujeres es usual al conocerse. Cuando existe confianza se acostumbra el saludo con besos en la mejilla y abrazos entre hombres y mujeres. Los títulos son indicadores del status personal y se usan comúnmente. A diferencia de Colombia es común el uso de los títulos como Ingeniero, Contador o Abogado, acompañado del apellido Etiqueta de vestido Corbata / Sastre. Existen diferencias entre los empresarios de la Sierra (Quito) y de la Costa (Guayaquil). El empresario quiteño es más formal y se asemeja en su comportamiento al de Bogotá. Por su parte el de Guayaquil puede ser más informal en su atuendo condicionado por el clima cálido de la ciudad.
---	---

sentadas las personas. La manera más habitual de saludarse es con un firme apretón de manos. De igual manera trate de siempre dirigirse a una persona que conozca por primera vez por el apellido antecedido del título “ • Recomendaciones ☐ Previo a una entrevista personal sería de gran ayuda que documente a su contraparte sobre su producto. • ☐ Tenga presente que el empresario estadounidense es generalmente directo y claro. En este sentido, la empresa interesada en iniciar un proceso de exportación con este país debe prepararse para expresar sus ideas de manera clara y directa. No olvide la gran premisa del empresario estadounidense “el tiempo es oro”. Por esto, es fundamental ser conciso e ir al punto ya que en la negociación la tendencia es analítica y se busca llegar rápidamente a los principales aspectos. • El empresario debe estar familiarizado con las Normas y políticas de la industria a la que desea llegar. Así mismo, debe estar seguro de poder cumplir con éstas en aras de no tener problemas posteriores de despacho, distribución de productos y entregas. • En Estados Unidos la mujer cumple un papel de preponderancia. Es importante procurar abstenerse de hacer bromas sexistas y éstas deben ser tratadas de igual manera que los hombres.	
--	--

Los negociadores estadounidenses suelen tener poder de decisión. Por esta razón, es importante que el interlocutor también la tenga ya que si no es así, a la hora de tomar decisiones las expectativas bajan. • En Estados Unidos los contratos se plasman de manera escrita con el mayor detalle posible. Es por esto que es recomendable contratar los servicios de un bufete estadounidense, ya que un contrato redactado adecuadamente ofrece mayores garantías frente a las posibles amenazas legales. • No intente ofrecer algo de lo cual no se sienta seguro con su precio de venta ya que el regateo no es frecuente y por el contrario es visto como algo deshonesto. Tenga en cuenta que el formato para fechas se escribe empezando por el mes, día y año.	
PANORAMA ECONÓMICO⁵⁶ La de Estados Unidos es considerada la mayor economía del mundo y una de las más poderosas tecnológicamente hablando. Este país es el importador más grande del planeta y el tercero que más exporta. Su economía es mixta, de carácter capitalista orientada hacia el	PANORAMA ECONOMICO⁵⁷ En el primer semestre de 2007, el PIB tuvo un incremento de un 1,3% con respecto a igual período de 2006 y, según las proyecciones, en 2007 crecerá un 2,7%, menos que el 3,9% registrado en 2006. En forma

⁵⁶ Reserva Federal de los Estados Unidos (www.federalreserve.gov), Bureau of Labor Statistics (www.bls.gov), Diario El Economista (<http://eleconomista.com.mx/columnas/columna-especial-valores/2011/12/19/estados-unidos-panoramaeconomico-2012>)

⁵⁷ Panorama económico. Disponible en: <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo3980DocumentNo3388.PDF>

mercado, en la cual los privados tienen una alta relevancia en las decisiones macroeconómicas y en la que el Estado desempeña un rol secundario. A mediados de 2008 esta economía atravesó por una dura crisis generada por la recesión mundial, la crisis de las hipotecas sub-prime, la caída de precios de la vivienda y la escasez de crédito. Durante ese año y hasta mediados del 2009 el PIB se contrajo, haciendo de esta etapa la más profunda y prolongada desde la llamada Gran Depresión. El 2010 fue un año de repunte para la economía estadounidense, luego de esta crisis. Con un crecimiento de 2,8% y aunque la inversión tuvo un comportamiento más sólido, fueron los gastos de consumo los que siguieron manteniendo una tendencia moderada, impidiendo alcanzar la meta esperada por el gobierno, de 2,9%. Esta situación, aunada a la intensa turbulencia económica del 2011, no garantizaba resultados óptimos para la economía estadounidense, por lo cual el gobierno tuvo que aumentar su techo de endeudamiento para no poner en riesgo el pago de su deuda. Los impactos a nivel global de la crisis en la zona Euro, así como los rompimientos en el ciclo productivo, derivados del terremoto en Japón, aumentaron la intranquilidad en la economía del país del norte. Se temía por parte de los especialistas que esta situación llevara a Estados Unidos a presentar un cuadro de recesión, al menos por un par de meses. Sin embargo, las cifras de finales de 2011 muestran un crecimiento de la economía en 1,7%. El consumo creció un 2%, pero lo que más impulsó el crecimiento fue el proceso de reabastecimiento de inventarios por parte de los mayoristas y detallistas. Esto refleja que las compañías	paralela, el ritmo inflacionario se desaceleró en relación con el del año precedente. Por otra parte, en las elecciones realizadas el 30 de septiembre de 2007 para instituir una asamblea constitucional el gobierno obtuvo una importante mayoría y se espera que este respaldo político se traduzca en la implementación de diversas reformas económicas en apoyo del plan de gobierno del Presidente Correa
--	--

estadounidenses se están sintiendo más confiadas con el comportamiento del consumidor y se atreven a tomar nuevos riesgos en cuanto a sus compras. Para 2012 se espera un crecimiento entre 2% y 2,3%, con expectativas que sea una señal del inicio de la recuperación de la economía de este país. Junto con el aumento del consumo, la reducción del desempleo es la otra variable que sustenta el optimismo de los analistas económicos, ya que pasó de cerrar el año 2010 con una tasa de 9.4% al final de 2011 con 8.5%, la más baja desde que inició la crisis económica en 2008. Esta tendencia continúa para enero de 2012, la tasa de desempleo cayó a 8.3%. A pesar de este panorama, no se puede ser demasiado optimista, pues en la economía global de hoy en día, dependen los mercados de las inyecciones de liquidez que están haciendo los bancos centrales de las principales economías, esta generación de billetes y monedas, puede llevar nuevamente a comportamientos inflacionistas que podrían desestabilizar el sistema financiero Mundial.	
Normas, regulaciones y estándares⁵⁸ Normas de etiquetado, cualquier producto destinado a la comercialización dentro del territorio estadounidense, debe llevarlas en inglés. Así mismo, el Código Federal de Regulaciones de Estados Unidos requiere que se señale claramente en el envase el lugar en el que se fabricó o manufacturó el producto. Esta declaración del origen del producto se puede localizar en cualquier	Regulaciones y Normas Ecuador prohíbe la importación de cualquier sustancia psicotrópica (y/o controlada) como consta en una lista publicada por el MCE. Las sustancias controladas de uso médico únicamente pueden ser importadas con la expresa autorización del MCE. Recientemente el Ecuador prohibió la importación de

⁵⁸ Plan de Desarrollo del Mercado de Estados Unidos de América- POM EE.UU. Proexport (www.proexport.com.co). Guía para exportar a Estados Unidos. Cámara de Comercio de Bogotá.

lado del envase, excepto en su base. Específicamente para los productos alimenticios, el Código General de Estados Unidos requiere que todo producto alimenticio contenga un nombre común o usual que lo describa en el lado o cara principal del envase, debe tener una declaración de contenido neto, lista de ingredientes, llegado el caso debe contener un panel de información nutricional, nombre y dirección del responsable, el idioma debe ser el inglés y debe contener información para cualquier reclamo sobre el producto Las normas de calidad establecidas por el sector privado son, en principio, voluntarias, si bien en muchos casos acaban siendo de cumplimiento forzoso, en la medida en que los diferentes agentes del mercado así lo exijan como requisito previo a su comercialización y como garantía de calidad. Un gran número de entidades y asociaciones privadas desarrollan normas de calidad voluntarias para determinados sectores. Esto es independiente que ya existan normas en el ámbito federal o estatal	desechos tóxicos y nucleares. Ecuador requiere la autorización previa de varios Ministerios para un número de mercancías incluyendo: alimentos procesados; cosméticos; licores; ampollas; jeringuillas; vendajes; ciertas materias agrícolas; equipo del juego; pienso; fertilizante mineral; y gérmenes vegetales. La importación de los vehículos de motor, de los neumáticos y de la ropa usada todavía está prohibida. El Registro Sanitario⁸ Varias mercancías agrícolas están conforme al sistema andino a la venta con precios que protegen a productores locales. Bajo este sistema una 7 Fuentes: Córdoba y asociados (Informe Legal – Guía para hacer Negocios en Ecuador). 8 Fuente: Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito. Tomado el 21/12/08. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - PROEXPORT Diciembre de 2008 36 GUIA PARA EXPORTAR A ECUADOR _____ variable adicional se establece para las importaciones de terceros en la relación con precios de mercado internacional. Las importaciones de armas, municiones, explosivos, vehículos armados, helicópteros, aeroplanos, naves y otros productos relacionados, requieren la autorización previa del Ministerio de la Defensa. En el Ecuador, los alimentos procesados y aditivos
---	---

	alimentarios, los cosméticos, los productos higiénicos o perfumes, los productos naturales procesados y los plaguicidas de uso doméstico industrial o agrícola, deben obtener, previamente a su comercialización y/o importación, el Registro Sanitario. Este Registro se regula por lo establecido en el Reglamento de Registro y Control Sanitario, expedido el 18 de Junio de 2001 (Registro Oficial N° 349), que contiene cambios y modificaciones sustanciales al anterior Reglamento vigente. En lo que se refiere a medicamentos en general, medicamentos genéricos, drogas, insumos o dispositivos médicos y homeopáticos, el registro se rige por lo dispuesto en la Ley de Producción, Importación, Comercialización y Expendio de Medicamentos Genéricos de Uso Humano (R.O. No. 59 de 17.4.2000) y su Reglamento (R.O. No. 84 de 24.5.2000).
--	---

Fuente: Propia

4.2 ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La idea de identificar el mejor país para la exportación del producto elaborado en la micro empresa AGROINDUSTRIA SANTANA, proviene de una necesidad de incursionar en nuevos mercados con el fin de dar a conocer los productos innovadores producidos en la región frutivinícola de Colombia que cuenta con sus estándares de calidad en y con los múltiples nutrientes necesarios para el consumo humano, y con el objetivo de generar mayores utilidades que permitan brindar mayor empleo para la región. Es precisamente ahí donde se afianza la

presente necesidad de investigar el país más conveniente para llevar a cabo el proceso de exportación del producto.

Con la afirmación anterior y de acuerdo a una investigación de mercado realizada a distintos países y donde se pudo analizar las exigencias de entrada como también aquellas ventajas y desventajas que podría obtener el producto , y teniendo en cuenta la matriz de preselección de mercados se evidenció que CANADA es el país más viable para realizar la exportación de los Néctares de uva de la Microempresa Agroindustria Santana , ya que las importaciones de Canadá para este producto representa el 2.86% de las importaciones del mundo ocupando el 5 lugar, mientras en los demás Países de América Latina su participación en el mercado es más baja , como Estado Unidos que representa el 2.1, Brasil el 0.04% y Ecuador el 0.03%.

También se consideró en que Canadá es el mercado objetivo porque mediante el identificador de oportunidades de la página de Colombia Trade (ProColombia) las importaciones de los néctares de uva durante los últimos tres años Canadá representa un alto índice de crecimiento paso de 6.496.21 a 6.697.84 y luego a 7.456.9, realmente las importaciones de este producto han sido satisfactorio, a pesar que Estados Unidos tiene buena representación en el mercado como importador del producto, y siendo más cerca que Canadá, las importaciones de los néctares de uva han disminuido durante los últimos años (8.544.37 – 5269.92 a 4.115.82).

Esto es lo que constituye una oportunidad importante en el momento para la microempresa agroindustria santana.

La empresa cuenta con todos los registros sanitarios como el ICA e INVIMA, estos son los documentos más exigidos por el País importador, para ingresar a dicho País se tiene en cuenta los siguientes requisitos:

- Factura comercial
 - Documento de transporte.
 - Declaración de aduanas.
 - Certificado de Origen
-
- Cumplir con La *Reglamentación para Productos Procesados* de la Ley de Productos Agrícolas de Canadá.
 - La Reglamentación para empaquetado y etiquetado de la Ley Consumer Packaging and Labelling
 - La Reglamentación de Alimentos y Medicamentos de la Ley Food and Drugs
-
- grados y requisitos de calidad
 - declaración de importación
 - inocuidad y seguridad de los alimentos
 - análisis de peligros en puntos críticos de control (haccp)
 - la ley de empaquetado y etiquetado para el consumidor y etiquetado nutricional
 - control de aditivos para alimentos.
 - grados y requisitos de calidad
 - declaración de importación
 - inocuidad y seguridad de los alimentos análisis de peligros en puntos críticos de control (haccp):

PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE NÉCTAR DE UVA EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS

La información suministrada de esta base de datos nos muestra cuales son los países que más importaciones realizan del néctar de uva, y donde observamos que el de mayor importación del producto es Alemania que maneja un equilibrio de importación como el mayor importador del producto durante los tres años en el que se tomó la muestra, y donde también se obtuvo la información del que menos producto solicita pero que de cierta forma lo adquiere y es Japón también con un equilibrio de importación inferior a los demás países durante los tres años de seguimiento según las fuentes que suministran dicha información.

En esta imagen podemos ver las oportunidades que puede obtener la microempresa agroindustria santana debido a que estos países cuentan con una gran población de habitantes que adquieren productos que sean totalmente sanos para el consumo humano y que por terrenos no fértiles ellos no pueden producirlos, también cuando este cuenta con una producción totalmente natural que beneficia a la persona con sus nutrientes de acuerdo a estudios realizados por laboratorios permitiendo ser hoy en día más solicitados.

Imagen 4. Importaciones

Importaciones

Importaciones del mundo de este producto y principales países importadores, durante los tres últimos años disponibles.

País	Último año		
Alemania	46.609,92	62.939,20	77.054,26
Italia	11.711,03	26.019,95	46.870,65
Francia	25.958,13	32.896,08	36.317,79
Países Bajos	6.025,62	9.949,60	13.894,48
Reino Unido	7.597,27	7.532,45	9.269,36
Canadá	6.496,21	6.697,84	7.456,94
Austria	3.414,11	4.153,61	5.477,42
Estados Unidos	8.544,37	5.269,92	4.115,82
Japón	1.986,25	3.787,32	3.617,35
China	1.149,92	2.063,13	3.340,66
Otros	32.528,88	30.781,46	36.653,74
TOTAL	152.021,71	192.090,57	244.068,46

Nota: Los valores se encuentran en miles de dólares.

La información contenida en ésta base de datos tiene como fuente para las importaciones The World Integrated Trade Solution (WITS) y para las exportaciones de Colombia el Departamento Nacional de Estadística – DANE, Proexport no se hace responsable de la utilización impropia o incorrecta de la información descrita y/o contenido aquí y no asume ninguna responsabilidad del empleo ni de la información, para mayor investigación de las cifras consulte:
www.wits.worldbank.org/wits/ o www.dane.gov.co

Fuente:<http://www.colombiatrader.com.co/herramientas/identificador-oportunidades>

Canadá considero la eliminación de los aranceles aplicados a las mercancías originales comercializadas entre Colombia y Canadá , por el cual hoy en día es más ventajoso exportar en Canadá , se debe tener en cuenta las disposiciones sanitarias y fitosanitarias que es un certificado sanitario expedido por la correspondiente autoridad en el País de origen por el cual es exigido.

Los requisitos de ingreso es que se debe tener en cuenta la factura comercial, documento de transporte, declaración de aduana, certificado de origen.

Cumplir con la reglamentación para los productos procesados de la ley de productos agrícolas de Canadá, reglamentación de empaquetado y etiquetado, requisitos de calidad, declaración de importación.

Canadá es el segundo País con mayor extensión territorial en el mundo después de Rusia con un área de 9.976.140 Km².

Con un mercado de más de 33 millones de habitantes, Canadá es una alternativa atractiva para los exportadores Colombianos. Sin embargo es necesario conocer algunos aspectos clave para concretar un negocio exitoso.

El empresario canadiense tiene sentido del humor y lo usan en momentos de tensión, pero es fuerte cuando debe tomar las decisiones y no tiene dificultades para dar una respuesta negativa. Tiene una buena impresión del empresario Colombiano y perciben nuestro País como uno serio al momento de hacer negocios. En Canadá, la primera impresión es fundamental y en general los exportadores tendrán una sola oportunidad para causar la mejor. Tenga en cuenta que es recomendable que la documentación promocional, como catálogos y tarjetas, debe estar traducida al francés y al inglés.

Los compradores canadienses buscan que sus proveedores sean confiables, con experiencia y capacidad para mantener relaciones comerciales de largo plazo.

Se debe considerar que en las negociaciones se usa en general el apellido de las personas, mientras que en las conversaciones telefónicas utiliza el nombre. Cualquiera que sea la instancia, los empresarios canadienses suelen entrar en materia de negocios directamente. En las empresas Canadienses, el poder de decisión son bastante descentralizados, los mandos intermedios pueden tomar decisiones importantes, aunque siempre por la política general de la empresa. Respecto a la cultura canadiense, se debe saber que ésta es más cercana a la

británica que a la estadounidense. Evitar hacer comparaciones con este último país, así como también hablar en una lengua extranjera frente a personas que no la hablen. Por otro lado, prefiera conversar sobre culturas, viajes, historia y gastronomía. Se debe tener en cuenta:

Las relaciones de negocios⁵⁹

Principios fundamentales de la cultura de negocios

➤ Puntualidad.

Conviene avisar si llegamos con retraso. Un retraso de más de 20 minutos puede suponer el aplazamiento de la reunión. Es conveniente preparar y seguir un orden del día. Si la reunión dura más de dos horas, se propondrá tomar algo de beber y un aperitivo. Si la reunión tiene lugar a la hora de alguna comida, a menudo se ofrecerán alimentos más sustanciosos o se propondrá terminar la reunión en un restaurante.

En las situaciones de negocios, tanto los hombres como las mujeres reciben el mismo trato. La cultura de negocios varía según las regiones de Canadá, y la mayoría de los canadienses se sienten muy identificados con su región. Lo más importante es proyectar una primera impresión positiva, y vender su fiabilidad y su honestidad antes de promocionar su producto o servicio. Es común recurrir a una presentación en Power-Point u otro tipo de recurso tecnológico.

⁵⁹ Relaciones de negocios. Disponible es: <http://www.portafolio.co/negocios/relaciones-comerciales-canada-y-colombia>

➤ **El primer contacto**

Es preferible solicitar una cita para un primer encuentro. Se puede realizar por teléfono o por correo electrónico. Si la persona está realmente interesada, va a proponer la cita rápidamente.

➤ **Los saludos.**

El apretón de manos, franco, honesto y cortés, mirando directamente a los ojos, sobre todo sin pretensión, es clave para un buen comienzo de la relación.

➤ **Cómo presentarse**

Hay que dar la mano y presentarse, presentar a la compañía y asegurarse de que la persona que tenemos delante es la apropiada si ésta no se presenta. Dar las gracias por conceder la cita.

➤ **Las relaciones de negocios**

Hay que presentar una actitud confiada, estar sonriente e ir directamente al objetivo de la reunión.

➤ **Los regalos⁶⁰**

Los intercambios de regalos se producen particularmente en períodos festivos.

⁶⁰ <http://www.portafolio.co/negocios/relaciones-comerciales-canada-y-colombia>

A veces se ofrecen pequeños regalos de negocios en el momento de cerrar un acuerdo o al finalizar una misión comercial o una visita oficial. Los regalos procedentes del país de origen son muy apreciados. Observación: en Canadá es inaceptable, en el mundo de los negocios, ofrecer un regalo para obtener un tratamiento especial. Esto se considera un acto de corrupción que podría conllevar consecuencias judiciales. El gobierno canadiense y algunas empresas han decidido adoptar un código de conducta que prohíbe aceptar regalos en determinadas circunstancias.

➤ **Comunicación de negocios**

Cuando hay un verdadero interés, la respuesta se va a producir rápidamente. Hay que estar preparado para responder a un encargo. Los acuerdos se cierran a menudo con un apretón de manos y un pedido por escrito. Se debe confirmar este pedido mediante una carta indicando los términos y condiciones acordados. Siempre se agradece la presentación de un contrato formal.

➤ **Código de etiqueta**

La manera correcta de vestirse puede variar considerablemente de una organización a otra. Por ejemplo, se viste con traje en la mayoría de las oficinas gubernamentales y en muchos despachos de empresas. Un atuendo más informal es corriente en los sectores de la alta tecnología y cada vez en un número mayor de empresas. Las mujeres llevan trajes, vestidos o pantalones clásicos con los correspondientes complementos.

Los canadienses no llevan perfume en los ambientes de negocios.

➤ **Tarjetas de visita**

En Canadá, es la "Tarjeta de Visita" ("Business Card"). Normalmente está en un idioma diferente por cada cara de la tarjeta (Inglés/Francés). Ésta se presenta e intercambia generalmente al inicio de la reunión.

Los consumidores buscan productos saludables. Es importante tener en cuenta que la población canadiense está envejeciendo, ha aumentado sus niveles de ingreso y ha vivido un cambio demográfico recibiendo inmigrantes de países de África, Asia y Latinoamérica que aumentan la demanda. Las frutas orgánicas tienen gran acogida siendo las favoritas fresas, plátanos, kiwis, naranjas y manzanas. En cuanto a las hortalizas, las principales presentaciones son mini-zanahorias peladas, las zanahorias, los corazones de lechuga romana, el brócoli y la mezcla de hortalizas frescas. También tienen espacio el mango, la guayaba y la piña.

Llama la atención la presentación del producto en porciones individuales, fáciles de llevar o preparar. Se estima que tres de cada cuatro productos frescos vendidos son importados, sin embargo en otoño y verano hay una gran competencia con los productos locales debido a la competitividad de precios.

Canal de Distribución

Es necesario que el exportador haga parte de una cooperativa y en lo posible sea directamente el productor, de esa forma podrá llegar al intermediario, que es el encargado de tocar las puertas del importador o agente. Una vez se ha completado esta tarea, llegará hasta el mayorista o usuario industrial, que le abrirá

las puertas del sector de servicios de alimentos e institucional, donde aparecen los hoteles por ejemplo. También, es posible llegar en estas instancias a las cadenas de supermercados, tiendas especializadas y las independientes.

4.3 TRÁMITES ADUANEROS PARA LA EXPORTACIÓN EN CANADÁ⁶¹

REGÍMENES ARANCELARIOS⁶²

➤ Restricciones

Pocos productos pertenecen a la categoría de mercancías controladas o restringidas (algunos productos agrícolas, los bienes culturales, los productos farmacéuticos y algunos sectores tecnológicos). La categoría de productos prohibidos incluyen, por supuesto, productos como la droga y el dinero falso. Para determinar si sus productos son aceptados, puede dirigirse a la Dirección General de Control sobre la Exportación e Importación (en francés DGCEI) que proporciona números de teléfono para obtener información sobre los diferentes productos controlados⁶³.

➤ Impuestos a la exportación

Ninguna

Despacho de aduana de mercancías

Generalmente es preferible consultar a un agente de aduana que, tras obtener una descripción precisa del producto, proporciona el número de

⁶¹ Exportaciones en Canada. Disponible en:

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

⁶² Ibid, 61

⁶³ Ibid, 61

código canadiense correspondiente (código SCIAN) y podrá ayudar respecto a las exenciones de impuestos. Cuesta menos de 70€ y es una buena manera de obtener información fiable.

➤ **Declaraciones necesarias**

La declaración de aduana debe contener la información sobre el origen de la mercancía, la tarifa arancelaria y el valor de la mercancía en aduana.

4.4 CONTROL DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

➤ **Empresas de control de calidad**

Agencia canadiense de Inspección alimentaria

Instituto Nacional de investigación sobre el agua

Consejo canadiense de Normas

Administración canadiense de seguridad en el transporte aéreo

4.5 ORGANIZAR EL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS DESDE Y HACIA CANADÁ

➤ **Principales medios de transporte**

Canadá dispone de un sistema de transporte moderno.

El transporte de mercancía por carretera asegura más del 50% del flete comercial. Canadá ocupa el primer lugar de los países del G7 en cuanto a la oferta de rutas.

El sistema ferroviario canadiense es el tercero más grande entre los países de la OCDE.

Vancouver es el puerto más grande de Canadá y se clasifica siempre entre los cinco primeros puertos de América del Norte en términos de tonelaje de las importaciones y exportaciones con el extranjero. Es el puerto más importante en mercancías a granel de la costa oeste de América del Norte con un tonelaje superior a 80 millones de toneladas.

Todos los puertos del este de Canadá representan 68,9 MT.

Acceso Marítimo Canadá cuenta con más de 200 puertos y subpuertos distribuidos a lo largo de sus costas; la mayoría están dotados con una infraestructura especializada en el manejo de diferentes tipos de mercancías. 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 directo y regular principalmente desde Buenaventura. Por el Este, Halifax 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.

4.6 POR VÍA MARÍTIMA

➤ Puertos

Puerto de Montreal

Puerto de Quebec

Puerto de Halifax

Puerto de Toronto

Puerto de Vancouver

Alianza de los puertos canadienses, de América Latina, del Caribe y de Estados Unidos

➤ Profesionales del transporte

Transport intermodal

Canadian Steamship (GRUPO CSL INC.)

➤ Administración del transporte

Transporte de Canadá

4.7 PERFIL DE LA EMPRESA

La empresa fue constituida en el año 2008 con el nombre comercial de agroindustrias SANTANA, la cual cuenta con su representante legal que es la señora ANABEIMA BERMÚDEZ DE PARRA, también encontramos su grupo de funcionarios que son cinco personas que pertenecen a miembros de la junta directiva.

De igual forma observamos la dirección de domicilio con que cuenta la microempresa y su ubicación de actividades, departamento, ciudad y teléfonos de localización.

Esta información también nos muestra la descripción de su principal actividad, certificaciones de calidad que ha venido obteniendo durante su trayecto de constitución, ventas obtenidas durante los últimos cuatro años y el número de empleados que esta tiene en el momento para su funcionamiento.

En la siguiente tabla encontramos la información de la microempresa, del producto y la parte comercial.

Imagen 5. Perfil de la empresa

	ANEXO 4	FOR-VPE220-003
	PERFIL DE LA EMPRESA	FECHA: Mayo 26 de 2009
		Versión : 3
		Página 1 de 3

A continuación diligencie la información de la Empresa, de Producto y Comercial contenida en las siguientes tres hojas:

NIT: 900220219 - 5	NOMBRE COMERCIAL: AGROINDUSTRIAS SANTANA
RAZON SOCIAL: ASOCIACION AGROINDUSTRIAS SANTANA	AÑO DE CONSTITUCION: 2008
REPRESENTANTE LEGAL: Anabeiba Bernudez de Parra	
WEBSITE: frutas_santana@yahoo.com	GREMIOS A LOS QUE PERTENECE:

CONTACTOS:

NOMBRE FUNCIONARIO	CARGO	EMAIL
Anabeiba Bernudez de Parra	Representante Legal	frutas_santana@yahoo.com
Martha Cecilia Henao Palacios	Miembro Junta Directiva	frutas_santana@yahoo.com
Julio Cesar Gomez Bueno	Miembro Junta Directiva	frutas_santana@yahoo.com
Cleofelina Burgos Gonzalez	Miembro Junta Directiva	frutas_santana@yahoo.com
Francisco Jvier Hidaraga Burgos	Miembro Junta Directiva	frutas_santana@yahoo.com

DIRECCIONES:

TIPO	DIRECCION	CIUDAD	DEPTO	TELEFONOS	FAX
OFICINA PRINCIPAL	Cll 21 Nro. 10-47	La Union	valle	2293436- 3116224988	
PLANTA PRINCIPAL					

UBICACIÓN DE OTRAS PLANTAS:

ACTIVIDAD: PRODUCTOR ☒ COMERCIALIZADOR ☒ GREMIO O ASOCIACION ☐ SERVICIOS ☐

DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD PRINCIPAL DE LA EMPRESA

Ofrecer dulces y nectares derivados de la transformacion de cascara y pulpas de frutas,

VENTAS TOTALES ULTIMOS 4 AÑOS

AÑO	CFRA EN PESOS \$	% PARA EXPORTACION
2011	\$ 28.632.000	
2012	29.630.500,00	
2013	45.236.100,00	
2014	50.622.800,00	

VALOR ACTIVOS TOTALES ULTIMO AÑO \$

CERTIFICACIONES DE CALIDAD:

NOMBRE CERTIFICACION	DESCRIPCION	FECHA
registro inima	ENOS PERMITE FABRICAR Y VENDER EN TODO EL TER	hasta el 2020

NUMERO DE EMPLEADOS:

ADMINISTRACION	1
VENTAS	1
PRODUCCION	
TEMPORALES	2
INDIRECTOS	15
TOTAL	19

NOTA: Por favor anexe copia del Certificado de Constitución y Gerencia de Camara de Comercio o envíelo a la calle 28 No. 13A - 15 piso 36.

CAPITULO 5

5. MEZCLA DE MERCADO (LAS 4 P)

5.1 PRODUCTO

El producto que se pretende introducir al mercado Canadiense es:

NÉCTAR DE UVA

➤ PROPIEDADES NUTRITIVAS DE LAS UVAS⁶⁴

La composición nutricional de la uva varía de acuerdo con el tipo de que se trate (blanca o negra). En ambas destacan los azúcares, principalmente glucosa y fructosa, más abundante en las uvas blancas.

En cuanto a los minerales, la uva, principalmente la negra, es rica en potasio el cual es necesario para la transmisión y generación del impulso nervioso, para la actividad muscular normal, e interviene en el equilibrio de agua dentro y fuera de la célula

⁶⁴ <http://www.jugos-curativos.com/uvas.html>

➤ PROPIEDADES CURATIVAS DE LAS UVAS

La uva está indicada para las personas con hipertensión arterial, pues posee un efecto diurético beneficioso. También se recomienda su consumo para las personas con gota, ya que favorece la eliminación del ácido úrico. Además, contiene elementos que protege el sistema cardiovascular. Las uvas son poderosas antioxidantes que combaten los nocivos radicales libres los cuales que se encuentran relacionados con los procesos degenerativos, cáncer y el envejecimiento.

➤ BENEFICIOS DEL JUGO CONCENTRADO DE LA UVA

- En la piel de la uva abunda el resveratrol que estimula las sirtuinas, enzimas celulares que retrasan el envejecimiento y que podría prevenir enfermedades geriátricas como el Alzheimer.
- Contiene fructosa de la misma Uva Isabella
- Contiene Antioxidantes como las 97 flavonas que protegen a los vasos sanguíneos, previene la arteriosclerosis y estimulan el sistema inmune.
- El consumo de esta bebida disminuye el riesgo de enfermedades de las arterias del corazón y los vasos sanguíneos.
- Evita que las plaquetas se agrupen y se peguen a las paredes arteriales formando obstrucciones, mejora la vasodilatación.
- La dilatación es la capacidad de los vasos sanguíneos en ampliarse en respuesta a la necesidad de más Oxígeno y flujo creciente de sangre.
- Recomendable para desordenes derivados de la mala eliminación; fue usada en el antiguo Egipto como remedio contra el asma y la anemia, reduce el nivel del colesterol y aumenta los glóbulos rojos.

- PARA DESINTOXICARSE: Gandhi tomaba únicamente jugo de uva en sus ayunos.
- Un ayuno de dos días de uva es recomendable para aquellos que desean limpiar su organismo.
- Ayuda a regular la glucosa en la sangre. Además contiene abundante fibra beneficiosa para el estreñimiento, combate la gota al eliminar el ácido úrico y sus sales.

➤ PROPIEDADES MEDICINALES⁶⁵

El jugo fresco y natural de esta fruta es de fácil y rápida digestión. La **uva** posee propiedades diuréticas y sales potásicas que estimulan la secreción de la orina. Por su alto contenido de celulosa tiene además propiedades laxantes, proporciona potencia al músculo y facilita su habilidad de funcionamiento. La **uva tiene, además, propiedades desintoxicantes y depurativas, y es un buen reconstituyente por su riqueza en glucosa y alto contenido de vitaminas.**

PRESIÓN ARTERIAL⁶⁶

Según el Dr. José Vita de la Boston University School of Medicine, beber jugo de uva Concord Welch puede beneficiar a tu presión arterial durante la noche y por lo tanto, te proporcionará una mejor salud cardiovascular en general. En el sitio web de Welch, el Dr. Vita dice que la presión arterial nocturna debe descender por la noche, lo que permite que el corazón y los vasos sanguíneos descansen. Los resultados de un estudio realizado por el Dr. Vita demostraron una fuerte

⁶⁵ Propiedades medicinales. Disponible en: <http://www.biomanantial.com/uva-usos-medicinales-dieta-para-bajar-peso-a-1050-es.html>

⁶⁶ Propiedades medicinales, presión arterial. Disponible en: http://www.livestrong.com/es/cuales-son-beneficios-lista_8444/

correlación entre el consumo de jugo de uva Welch y un promedio normal de presión arterial nocturna. Además, un artículo de la revista “Circulation” de la American Heart Association afirma que consumir los flavonoides presentes en la piel, en las semillas y en el tallo de las uvas Concord puede mejorar tu salud coronaria.

MEMORIA⁶⁷

Una prueba doble ciego controlada por placebo realizada por el Dr. Robert Krikorian de la University of Cincinnati College of Medicine estableció que beber jugo de uva Concord puede mejorar la memoria, especialmente si transitas por la edad adulta y comienzas a experimentar cambios en la misma. El sitio web de Welch informa que los sujetos del estudio del Dr. Krikorian, que bebieron jugo de uva Concord durante 12 semanas, mostraron una mejoría en la capacidad de aprender listas, retener listas y demostraron una mayor memoria espacial. Según el sitio web Psychology Today, los antioxidantes que se encuentran en el jugo de uva Concord también ayudan a la función cerebral reduciendo la incidencia de los radicales libres en el torrente sanguíneo y promueven un mayor flujo de sangre al cerebro.

Según la clínica mayo, estudios recientes sugieren que el jugo de la uva tiene los mismos beneficios para el corazón que el vino tinto. El jugo de las uvas rojas y moradas también reduce los coágulos, el LDL (el colesterol malo) y previene el daño a los vasos sanguíneos del corazón.

⁶⁷ Propiedades medicinales, memoria. Disponible en: http://www.livestrong.com/es/cuales-son-beneficios-lista_8444/

NÉCTAR DE UVA



Imagen 6. Néctar de uva

5.2 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

El néctar de uva está constituido por el componente de uva, no contiene azúcar y tiene una gran textura y espesura, por lo que se diferencia entre los demás néctares de la región y Santana se ha posicionado en el mercado regional por la calidad de jugo, que brinda unas proteínas y vitaminas a pro del ser humano.

➤ Tipo de Empaque:

El contenido del néctar estará envasado en plásticos de alimentos PET, donde le brindara una gran seguridad y protección al producto, es cristalino y transparente, tiene un buen comportamiento frente a esfuerzos permanentes, alta resistencia al desgastes, y buenas propiedades térmicas.

Imagen 7. Tipo de empaque



5.3 PROMOCIÓN

Actualmente Agroindustria Santana, no cuenta con ningún tipo de publicidad, por lo que se tendrán en cuenta folletos, volantes, y degustaciones del producto para dar a conocer sus productos actuales y de igual manera los potenciales.

Se pretende promocionar el producto principalmente a través de la promoción directa ante las empresas por medio de un agente de ventas que se encargue de la parte comercial de la empresa, el asesor de venta será miembro de la organización, por lo que se capacitara.

También se pretende realizar promoción por medio del correo tradicional, por correo electrónico siendo esta opción un medio de contacto con el cliente para darle a conocer el producto.

El fax también puede ser una alternativa, ya que por este medio se pueden enviar cotizaciones a los clientes y, a la vez que pueden recibirse sus confirmaciones.

La anterior estrategia de publicidad y promoción puede apoyarse con catálogos y mediante el apoyo y búsqueda de relaciones comerciales estratégicas y personales con clientes potenciales y por ultimo Mediante la creación de una página de internet donde pueda dar a conocer sus productos, beneficios y ventajas

.
5.3.1 Estrategias De Servicio. Para tener éxito en la fidelización de clientes es importante trabajar con personas que se identifiquen con la empresa, para esto se realizarán talleres cada mes de manejo de procedimientos, explicaciones de las metas de la organización.

Posibilidades de reconocimientos por objetivos, entre otras actividades orientadas a que el personal de Agroindustria Santana , comprenda el objetivo de la empresa y la necesidad de lograrlo, las posibilidades de tener éxito y lo más importante que se sientan útiles en la organización y desarrollen las siguientes características de atención y cultura organizacional.

- Amabilidad
- Paciencia
- Respeto
- Trabajo en equipo
- Labores por metas u objetivos
- Apoyo y cooperación entre áreas
- Identificación con la misión y visión

5.4 PRECIO

La política de precios buscan obtener objetivos dirigidos a las utilidades, a las ventas y a la situación actual, donde se prioriza alcanzar un rendimiento que maximice las utilidades, y una alta participación en el mercado, ofreciendo un buen precio para la exportación de cada uno de ellos, teniendo en cuenta varias variables que compone el producto.

Mediante la matriz de costos se pudo calcular que el precio que se podría cobrar en el mercado Canadiense es 1.99 dólares x cada litro.

5.5 PLAZA

Para la comercialización de los néctares de uva en el mercado Canadiense es el canal más apropiado es:

- Importadores y distribuidores: generalmente actúan por su cuenta, aceptando la total responsabilidad de las operaciones, incluyendo especificaciones técnicas, precios, stocks y distribución. Este tipo de agentes por lo general residen en Canadá y se caracterizan por vender directamente o vender a los distribuidores.

Por lo general la modalidad de ganancia con la que estos agentes trabajan es una cantidad fija más comisiones, que podrá, con el tiempo y el volumen de las ventas, migrar a un contrato de comisiones exclusivamente.

5.6 DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

El néctar de uva el cual es producido y elaborado en el municipio de la unión valle del cauca, llevara a cabo su distribución del mismo a mercados de nivel internacional por medio de un canal indirecto, ya que es el que se encarga de la

distribución a través de unos intermediarios hasta que llegue el producto al destino final que es el consumidor.

Este proceso se llevara acabo de la siguiente manera:

La microempresa agroindustria SANTANA al tener su producto terminado, el néctar de uva y de estar disponible para su proceso de traslado, esta contrata el respetivo camión de transporte para ser llevado a cabo hacia el puerto de Cartagena donde se maneja el término de FOB , este proceso de transporte dura aproximadamente tres horas siempre y cuando no exista algún inconveniente, luego de que la mercancía sea puesta sobre el buque inicia ahí el proceso de responsabilidad de la empresa con la que se ha llevado a cabo la negociación del producto.

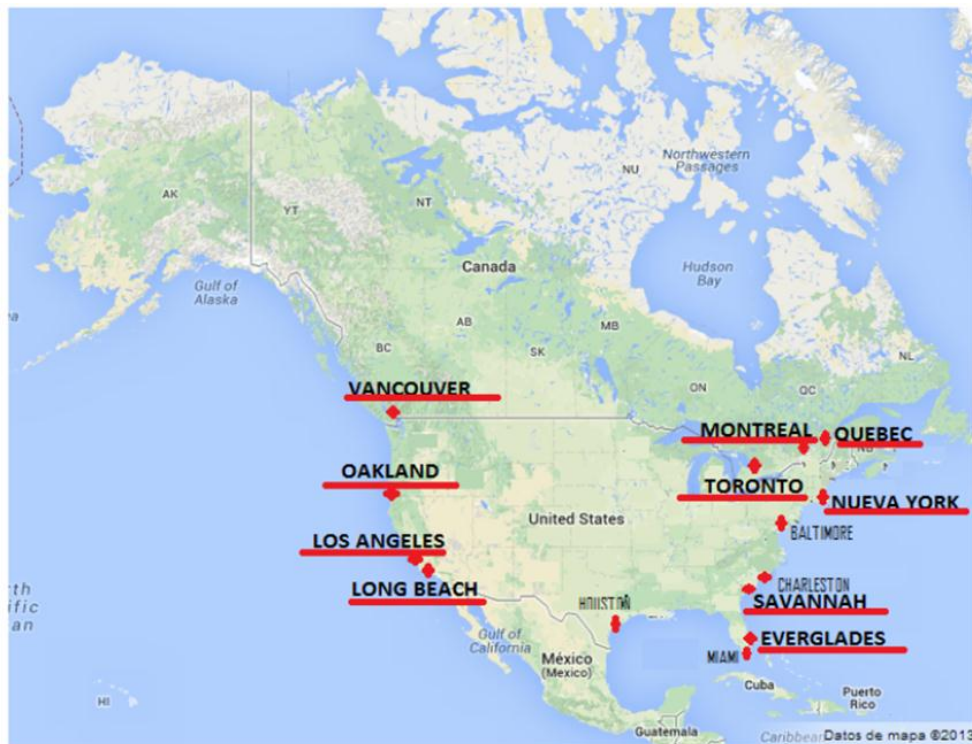
Dicho transporte de la mercancía hacia su destino final que es el Puerto Marítimo Toronto de Canadá, cuando llega al lugar de origen es trasladado por medio de un camión de transporte, al lugar de almacenamiento en el cual reposa la mercancía hasta que esta sea trasladada a los otros punto de intermediarios para ser distribuida en ultima al punto final donde estará a disposición del cliente cuando este lo desee adquirir para su consumo.

La distribución de esta mercancía hacia mercados internacionales se maneja de este modo ya es una manera más conveniente para la empresa debido a la distancia que se tiene entre diferentes países y debido a la capacidad de la microempresa en el momento.

➤ **Puerto Toronto:**

El puerto⁶⁸, uno de los mayores puertos fluviales más importantes de Canadá, se encuentra en la Orilla Noroeste del lago Ontario. En un año promedio, más de dos millones de toneladas de carga pasan por el puerto de Toronto.

Imagen 8. Mapa Canadá



⁶⁸ Puerto marítimo Canada. Disponible en: <https://prezi.com/ybborreswe0r/puertos-maritimos-de-canada/>

Imagen 9. Puerto Canadá vista panorámica



Imagen 10. Puerto Canadá



Imagen 11. Puerto Canadá



Imagen 12. Puerto Canadá



CAPITULO 6

6. PROCESO GENERAL DE UNA EXPORTACIÓN

Se inicia esta primera parte con el proceso general de una exportación, para posteriormente analizar de manera individual las diferentes modalidades con cada una de sus variables.

ENVIO COTIZACIÓN INTERNACIONAL

Para la elaboración de su cotización u oferta, es importante tener en cuenta los costos fijos y los costos variables y los gastos que se generan para llevar su producto hasta el punto de entrega acordado previamente con su comprador, precisando el termino INCOTERMS al cual está cotizando.

Los INCOTERMS regulan cuatro grandes problemas que soportan toda transacción comercial:

1. La entrada de la mercancía
2. Transferencia e riesgo
3. Distribución de gastos
4. Tramites documentales

De esta forma, en caso de conflicto quedan claramente establecidas las responsabilidades y las obligaciones de las partes que intervienen en la operación. Estas reglas son de aceptación voluntaria por cada una de las partes y pueden ser incluidas en el contrato de compraventa internacional.

La estimación del precio de exportación es el resultado de un proceso de análisis de diferentes variables como: costos de producción; costos de distribución internacional, de promoción, y comercialización en general.

ESTABLECIMIENTO DE LA FORMA DE PAGO

Al igual que en importación, existen varias formas para garantizar el pago del producto de la exportación, las cuales enunciamos en el capítulo de exportación, así mismo estas operaciones pueden ser financiadas por el exportador o por intermediarios del mercado cambiario.

El manejo cambiario en exportaciones requiere del cumplimiento de los requisitos exigidos por el banco de la república en cada una de sus diferentes modalidades conforme se señala al final de este capítulo, al tratar el tema de reintegro de las divisas en el numeral 7, que de no cumplirse a cabalidad genera la aplicación de las sanciones previstas en el régimen cambiario.

RÉGIMEN DE EXPORTACIÓN

Aunque la legislación colombiana no establece claramente los regímenes de exportación, puede decir que estos están divididos en tres grupos así: libre exportación, exportaciones sujetas a vistos buenos y prohibida exportación.

Régimen de libre exportación

La libre exportación supone la eliminación de la mayor cantidad posible de requisitos y condiciones de tipo administrativo, con el fin de facilitar al máximo la salida de bienes del país.

Régimen de exportación sujeta a vistos buenos.

En este grupo se enmarcan las exportaciones que deben obtener un visto bueno previo o condición para su salida del país las cuales señalamos a continuación, citando la respectiva norma que regula cada uno de ellos.

- Exportación de cosméticos (Dto. 219/98)
- Exportación de carga peligrosa (Res.66/81 CDCE)
- exportaciones de productos agropecuarios.
 - Exportaciones de café (Res. 355/02 mincomercio, Res.1/92 Y 2/92 CNC)
 - Exportaciones de animales (Dto. 2371/70 y Res. 361/84 minagricultura)
 - Exportaciones de algodón (visa textil C.P. SE 60/74 INCOMEX)
 - Exportación de frutas frescas (Res. 1806/04 ICA)
 - Exportación de plantas ornamentales (Res. 264/00 ICA)
- exportación de productos mineros y sus derivados.
 - Exportación de esmeraldas (Dto. 2477/84)
 - Exportación de petróleo, gas, carbón y ferroníquel (ley 223/95, Art. 152)
 - Exportación de oro y platino (Res 54/92 junta directiva banco de la república)
 - Exportación de hierro, acero, cobre, aluminio y plomo (Dto. 1771/04)
- Exportación de textil y confecciones (USA y puerto rico – Cir. 047/04)
- Exportaciones de drogas, medicamentos, materias primas y precursores de control especial (Res. 4651/05 ministerio de protección social)
- Exportación de armas (Ley 540/99)
- Exportación de cigarrillos (Dto. 1572/93)
- Exportación de sustancias agoladoras de la capa de ozono (Dto. 423/05)
- Exportación de especies en vía de extinción.

Régimen de prohibida exportación

Este régimen agrupa las mercancías que no se pueden exportar, entre las cuales se encuentran las siguientes:

- Patrimonio cultural de la nación (Ley 397 de 1997)
- Armamento y materias conexas de todo tipo de resolución 148 de 2002 – INDUMIL)
- hembras de la especie bovina menores de dieciocho (18) meses (Decreto 1056 de 2006)

PREPARACIÓN DEL PRODUCTO EXPORTADOR

Según el medio de transporte a utilizar deberá tomarse las precauciones necesarias en el empaque para evitar daños al producto, hoy existen varias empresas especializadas en el embalaje de mercancías de exportación.

FACTURA COMERCIAL Y DEMÁS DOCUMENTOS

Teniendo en cuenta lo pactado de su comprador (cotización, oferta comercial y ajustes a la misma), el exportador debe proceder a elaborar la factura comercial, en el término de cotización internacional – INCOTERMS acordado, lista de empaque, certificado de origen, si se requiere y demás documentos exigidos por el comprador.

De acuerdo con la circular citada anteriormente, la factura debe contener por lo menos los requisitos que se describen a continuación:

Facturas por talonario o papel

- en forma reimpresa de la denominación “factura de venta”, el nombre o la razón social del exportador y el número de NIT, con dirección,

teléfono, ciudad y país del exportador o vendedor; la numeración consecutiva autorizada por la DIAN; la identificación del impresor.

- Nombre o razón social del importador, con dirección, teléfono, ciudad y país.
- Fecha de exportación
- Descripción del producto
- Valor total de la exportación.

Facturas por computador

A partir del 10 de julio de 1997, el sistema de facturación debe ser solicitado ante la DIAN, el cual debe garantizar la numeración de las facturas en forma consecutiva, conteniendo como mínimo la información citada en el numeral anterior.

Facturas por fax

Conforme a la resolución 2719 de 1991, se acepta igualmente la factura por fax, la cual debe expedirse bajo la gravedad de juramento, con la información relacionada en el numeral 6.1.

Adicionalmente, en la factura puede incluirse además de la información citada anteriormente, la acordada con su comprador, siguiendo las instrucciones que aparecen en la guía para elaborar su oferta comercial.

TRAMITE ANTE LA DIAN PARA REALIZAR LA EXPORTACIÓN

Las disposiciones que regulan todo lo relacionado con el proceso de exportación, están contenidas en el título VII del decreto 2685 de 1999, en cuya parte inicial define la exportación como: la salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país. También se considera exportación, además de las operaciones expresamente consagradas como tales en el mencionado Decreto, la salida de mercancías a una zona franca industrial de bines y servicios.

En cuanto al descaramiento, al igual que en importaciones, la legislación aduanera define quienes son los declarantes en el proceso de exportación cuyo enunciado se plasmó en el punto 11.2. Del título de importaciones.

Así mismo, en el régimen de exportaciones se establecen varias modalidades de exportación, las cuales se analizarán detalladamente.

OBLIGACIÓN DE REINTEGRAR LOS PAGOS DE LAS EXPORTACIONES

Conforme a la resolución del artículo 15 de la resolución extrema 8 de 2000 y sus respectivas modificaciones, expedida por la junta directiva del banco de la república, los residentes en el país deberán analizar a través del mercado cambiario las divisas recibidas por concepto de sus exportaciones. De igual manera, deberán canalizarse las devoluciones por concepto de exportaciones de bienes cuando el comprador extranjero rechace total o parcialmente la mercancía. De otra parte es importante señalar que mediante el decreto ley 2245 de 2011, el gobierno nacional estableció el régimen sancionatorio a los infractores del mencionado régimen.

En las operaciones efectuadas por conducto de los intermediarios del mercado cambiario, el exportador puede escoger cualquiera de las siguientes modalidades:

- Vender las divisas al intermediario del mercado cambiario seleccionado, el cual entregara el equivalente en pesos colombianos a la tasa de cambio que acuerden libremente.
- Vender los instrumentos de pago en moneda extranjera a entidades financieras del exterior, intermediarios del mercado cambiario autorizado y compañías de financiamiento comercial. En este caso, las divisas obtenidas por la venta los instrumentos de pago o la negociación de la factura

comercial en operaciones de factoring, deberán ser vendidas al intermediario del mercado cambiario seleccionado, el cual entrega el equivalente en pesos colombianos a la tasa de cambio que acuerden libremente.

Plazo de reintegro

Una vez recibidas las divisas del comprador del exterior o de su mandatario, representante legal o apoderado, o de su cesionario, el exportador tiene la obligación de reintegrar a través del mercado cambiario la totalidad de las divisas obtenidas por la venta de sus mercancías dentro de los seis (6) meses contados a partir de la recepción de las mismas. Este plazo se aplica para los pagos recibidos por exportaciones realizadas o para los pagos recibidos en forma anticipada, antes del embarque de las mercancías. El reintegro se puede realizar a través de una cuenta de compensación en el exterior a nombre del exportador, o de los intermediarios financieros debidamente autorizados.

Declaración de cambio

Los exportadores de bienes deberán diligenciar la declaración de cambio por Exportadores de bienes, formulario N° 2 del banco de la república (ver formulario N° 9) en el momento de reintegrar las divisas recibidas en pago de sus exportaciones, bien sea mediante su venta a los intermediarios del mercado cambiario o su consignación en las cuentas de compensación.

A través de cuentas de compensación

Los titulares de cuentas de compensación deberán presentar trimestralmente a la unidad administrativa especial – dirección de impuestos y aduanas nacionales – DIAN la información requerida, dentro del mes siguiente al trimestre en el cual se canalizaron los reintegros de las divisas a través de la cuenta de compensación del exportador, ciñéndose para ello al calendario establecido por la DIAN mediante

la resolución 09147 de 2006, de acuerdo con el ultimo digito del NIT el titular de la cuenta obligada a presentar la información.

Dicha información será entregada de manera virtual utilizando los servicios informáticos electrónicos de la dirección de impuestos aduanas nacionales o en los puntos habilitados para hacer presentación asistida. Cuando el trámite se realice de manera virtual, la información debe venir con firma electrónica respaldada con certificación digital.

Para quienes realicen el trámite en los puntos habilitados por la dirección de impuestos y aduanas nacionales, la presentación podrá hacerse directamente por el obligado o por interpuesta persona, caso en el cual se requiere comunicación suscrita por el representante legal o el mismo interesado, en la que se autorice entregar la información en su nombre. En estos casos la DIAN entregara la constancia de radicación.

Pago de exportaciones en moneda legal colombiana

Los residentes en el país podrán recibir el pago de sus exportaciones en moneda legal colombiana únicamente a través de los intermediarios del mercado cambiario, representando al intermediario del mercado cambiario donde se consignó el pago de los recursos en pesos, la declaración de cambio por exportación de bienes, formulario N° 2 del banco de la república, utilizando el numeral cambiario 1060 “pago de exportaciones de bienes en moneda legal colombiana”, dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la realización del pago y relacionando en dicha declaración el valor en dólares de los Estados Unidos de América (USD). Dicho reintegro en pesos únicamente está autorizado para los abonos en cuenta que provengan de transferencias en pesos colombianos hechas desde una cuenta en moneda colombiana mantenida en un banco del país por el comprador de la mercancía del exterior.

Financiación para el pago de las exportaciones otorgadas por los exportadores a sus compradores del exterior

Los residentes colombianos podrán conceder plazo para cancelación de sus exportaciones a los compradores del exterior, sin ninguna restricción, y sin tener que informar esta financiación como una operación de endeudamiento externo al banco de la república. Esta regla se aplica a todas las exportaciones amparadas en DEX con fecha igual o posterior al 1 de marzo de 2010.

Pago anticipados

Las divisas recibidas por los exportadores antes del embarque de las mercancías son consideradas como pagos anticipados y no pueden constituir una obligación financiera con reconocimiento de intereses, ni generar para el exportador obligación diferente a la entrega de la mercancía. El exportador deberá diligenciar el formulario N° 2 de banco de la república, utilizando el numeral cambiario 1050 “anticipo por importación de bienes diferentes de café, carbón, ferroníquel, petróleo y sus derivados”.

Si no se realiza la exportación o se hace una exportación parcial, el exportador puede adquirir divisas en el mercado cambiario para devolverlas al exterior.

Prefinanciación de exportaciones (financiación pasiva)

Los exportadores podrán obtener préstamos provenientes de entidades financieras del exterior o de los intermediarios del mercado cambiario o de un residente en el exterior a fin de refinanciar sus exportaciones de bienes, incluidas las de bienes de capital, las cuales constituyen una operación de endeudamiento externo que debe ser informada al banco de la república antes de su desembolso, mediante el diligenciamiento del formulario N°6 de información de endeudamiento externo otorgado a residentes. Estas prefinanciación se podrá pagar con el producto de

RÉGIMEN CAMBIARIO DE EXPORTACIONES

Tabla 5. Régimen cambiario de exportaciones

		Fecha de la obligación	Tipo de reintegro	Formulario	Obligaciones
1	Exportaciones de bienes diferentes de café, carbón ,ferroníquel , petróleo u sus derivados pagaderas en divisas o con tarjeta de crédito internacional abonada en una cuenta de compensación del exportador	Fecha de la declaración de exportación definitiva	Anticipo	F2- Num 1050	Exportador residente en el país.
			Directo(inferior o igual a 12 meses)	F2- Num 1040	
			Directo (Mayor a 12 meses)	F2- Num 1043	
2	Exportaciones de bienes pagadas en moneda legal Colombiana	Declaración de exportación definitiva	Directo atreves de I.M.C, mediante transferencia hecha desde cuentas en pesos abierta en el país por el comprador del exterior	F2- Num 1060	Exportador residente en el país.
3	Exportaciones de bienes pagadas en moneda legal colombiana con tarjeta de crédito internacional	Declaración de exportación definitiva	Directo por abono en cuenta en pesos del exportador Declaración No. De perdonas dentro de los 5 días hábiles siguientes al abono	F2- Num 1061	Exportador

Fuente: Propia

RÉGIMEN CAMBIARIO EN ZONA FRANCA

Tabla 6. Régimen cambiario en zona franca

Tipo de operaciones		Fecha de la obligación	Tipo de reintegro	Formulario	Obligaciones
1	Salida de mercancías de Z.F al Resto del mudo por venta entre residencia a un no. De residentes en el país.	PMM-Salida	Anticipado	F2- Num 1050	Exportador residente usuario y No. Usuario de Z.F.
			Directo (Inferior o igual a 12 meses)	F2- Num 1040	
			Directo (mayor a 12 meses)	F2- Num 1043	
2	Salida de mercancías del T.A.N	No existe obligación cambiaria			
3	Salida de mercancías del T.A.N a Z.F por compraventa por residentes en el país y no residente.	Fecha de la declaración de exportación definitiva	Anticipado	F2- Núm. 1050	Exportador residente en T.A.N. no. Usuarios de Z.F
			Directo(Inferior o Igual a 12 meses)	F2- Núm. 1040	
			Directo (mayor a 12 meses)	F2- Núm. 1043	
4	Venta de Z.F, de mercancías de parte de un residente , usuario o no de la Z.F a un no residente en el país	Fecha de factura comercial de compraventa	Anticipado	F2- Núm. 1050	Exportador residente. Usuarios y no. De Usuario de Z.F
			Directo(Inferior o Igual a 12 meses)	F2- Núm. 1040	
			Directo (mayor a 12 meses)	F2- Núm. 1043	
5	Salida de mercancías de la Z.F al R.M precedida de la operación de ensamble y distribución con agregado nacional	Fecha de factura comercial por Valor agregado Nacional	Anticipado	F2- Núm. 1050	Exportador residente. Usuarios y no. De Usuario de Z.F, proveedor del V.A.N
			Directo(Inferior o Igual a 12 meses)	F2- Núm. 1040	
			Directo (mayor a 12 meses)	F2- Núm. 1043	

Fuente: Propia

Imagen 11. Declaración de cambio por exportaciones de bienes

Formulario No. 2



Declaración de Cambio por Exportaciones de Bienes
Formulario No. 2
 Circular Reglamentaria Externa DCIN-83 de febrero 24 de 2011

I. TIPO DE OPERACIÓN

1. Número:	
------------	--

II. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN

2. Nit del I.M.C o Código cuenta de compensación	3. Fecha AAAA-MM-DD	4. Número

III. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN DE CAMBIO ANTERIOR

5. Nit del I.M.C o Código cuenta de compensación	6. Fecha AAAA-MM-DD	7. Número

IV. IDENTIFICACIÓN DEL EXPORTADOR

8. Tipo	9. Número de identificación	DV	10. Nombre o razón social

V. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN

11. Código moneda reintegro	12. Valor moneda reintegro	13. Tipo de cambio a USD

Para los fines previstos en el artículo 83 de la constitución política de Colombia, declaro bajo la gravedad de juramento que los conceptos, cantidades y demás datos consignados en el presente formulario son correctos y la fiel expresión de la verdad.

VI. IDENTIFICACIÓN DEL DECLARANTE

14. Nombre	15. Número de identificación	16. Firma

Observaciones:

INFORMACIÓN REQUERIDA POR LA DIAN:

VII. INFORMACIÓN DE LOS DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN
 (Declaración de exportación / Formulario de movimiento de mercancías y/o Factura Comercial)

17. Número	18. Fecha AAAA-MM-DD	19. Numeral	20. Valor reintegrado USD
21. Total valor FOB			
22. Total gastos de exportación: (numeral cambiario 1510)			
23. Deducciones (numeral cambiario 2016)			
24. Reintegro neto: (FOB + gastos - deducciones)			

Exportaciones realizadas con posterioridad a la fecha de la prefinanciación o con divisas adquiridas en el mercado cambiario.

Tratamiento cambiario de los reintegros en una financiación activa de exportaciones

Cuando el reintegro de exportaciones de bienes se efectuó dentro de los doce (12) meses, contados a partir de la fecha de la declaración de exportación definitiva, independientemente del plazo y monto financiado, se deberá diligenciar la declaración de cambio por exportaciones de bienes (formulario N°2) utilizando el numeral cambiario 1040 “reintegro por exportaciones de bienes diferentes de café, carbón, ferroníquel, petróleo y sus derivados y por exportaciones de bienes pagados con tarjeta de crédito internacional”.

Cuando el reintegro de las exportaciones se efectuó después de los doce (12) meses, contados a partir de la fecha de la declaración de exportación definida, independientemente del plazo y monto financiado, se debe diligenciar la declaración de cambio por exportaciones de bienes (formulario N°2) utilizando el numeral cambiario 1043 “reintegro por exportaciones de bienes en un plazo superior a los doce (12) meses financiados por el exportador”

Reintegro de exportaciones con tarjeta de crédito

Los exportadores podrían recibir el pago de sus exportaciones con tarjeta de crédito internacional en moneda legal colombiana o en divisas.

cuando las exportaciones sean canceladas en moneda legal colombiana mediante consignación en cuenta, se deberá diligenciar en formulario N° 2 del banco de la república, utilizando el numeral cambiario 1061 “pago de exportaciones de bienes pagados con tarjeta de crédito internacional” y se deberá presentar dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la consignación.

Cuando las exportaciones sean canceladas en divisas mediante consignación en cuenta de compensación, se deberá diligenciar el formulario N° 2 del banco de la república, utilizando el numeral cambiario 1040 “reintegro por exportación de bienes diferentes de café, carbón, ferroníquel, petróleo y sus derivados y por exportaciones de bienes pagados con tarjeta de crédito internacional”. Esta operación se deberá incluir como un ingreso en formulario N°. 10 del banco de la república relación de operaciones cuenta corriente de compensación”.

Obligación de diligenciar la declaración de cambio N°. 2 por parte del exportador

Las obligaciones del exportador respecto del diligenciamiento de la declaración de cambio formulario N°. 2 a fin de reintegrar sus ingresos provenientes del pago de sus exportaciones de bienes, son de la misma índole de las obligaciones expuestas respecto del diligenciamiento del formulario N°. 1 declaración de cambio por importaciones de bienes.

Corrección a la declaración de cambio

Las condiciones legales de las correcciones a la declaración de cambio N°2 por exportaciones de bienes, son las mismas aplicaciones a la declaración de cambio N°. 1 por importaciones de bienes.

Obligaciones de conservar y exhibir la declaración de cambio y sus documentos soportes

Las obligaciones de conservar y exhibir la declaración de cambio N° 2 por exportaciones de bienes, junto con sus documentos soporte, es la misma que se aplica a las declaraciones de cambio por importaciones.

Obligaciones cambiarias de los exportadores de bienes, sujetas a plazo legal

Al igual que en las importaciones de bienes, existen algunas obligaciones cambiarias sujetas a plazo legal cuyo incumplimiento o cumplimiento

extemporáneo por parte de los exportadores de bienes puede generar infracciones cambiarias sancionadas mediante multas de elevado costo.

De dichas obligaciones se destaca la siguiente:

OBLIGACIONES DE INFORMAR AL BANCO DE LA REPUBLICA EN ENDEUDAMIENTO EXTERNO PASIVO OBTENIDO PARA PREFINANCIAR UNA EXPORTACIÓN DE BIENES

- Cuando se obtenga créditos en moneda extranjera para financiar exportaciones de bienes, otorgados por entidades financieras del país o del exterior, o por cualquier persona no residente en el país, se deben observar las siguientes condiciones legales:
- Antes del desembolso de los créditos en moneda extranjera destinados a prefinanciar operaciones de exportación de bienes, los beneficiarios de dicho crédito deben informarlos al banco de la republica mediante el diligenciamiento y presentación del formulario N°.6 “información de endeudamiento externo otorgado a residente,” por conducto de un intermediario del mercado cambiario.
- El desembolso de los créditos concedidos deben ser canalizados por el exportador mediante la declaración de cambio formulario N°.3 por endeudamiento externo, utilizando el numeral cambiario 4022 para operaciones del sector cafetero, y el 4024 para los desembolsos de cualquier otro sector.
- Una vez efectuada la exportación, se cuenta con el término legal de dos (2) meses contados a partir de la fecha de la declaración de exportación definitiva DEX, para transmitir por vía electrónica al banco de la republica el

formulario N° 3A “informe de desembolso y pagos de endeudamiento externo” a fin de cancelar el crédito externo previamente informado, de acuerdo con el monto exportado. Dicha transmisión podrá hacerse en forma directa al banco de la república, si el exportador es titular de cuenta corriente de compensación, o , en caso contrario, por conducto de un intermediario del mercado cambiario (I.M.C)

- Si el exportador amortiza en forma directa en el exterior un préstamo concedido por una entidad financiera del exterior para financiar una exportación de bienes, debe transmitir por vía electrónica al banco de la república el formulario N° 3A “informe de desembolsos y pagos de endeudamiento externo “a fin de cancelar o abordar el crédito externo previamente informado, de acuerdo con el monto amortizado. Dicha obligación debe cumplirse dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a la fecha en que se efectuó la operación de amortización directa en el exterior.
- La transmisión del formulario 3ª podrá hacerse en forma directa al banco de la república, si el exportador es titular de cuenta corriente de compensación, o, en caso contrario, por conducto de un intermediario del mercado cambiario (I.M.C.)

SOLICITUD DE DEVOLUCIÓN DEL IVA

Cuando en un bien exportado se hayan incluido materias primas e insumos adquiridos en el mercado local, se podrá solicitar a la DIAN la devolución del impuesto correspondiente.

SOLICITUD DE RECONOCIMIENTO DEL CERTIFICADO DE REEMBOLSO TRIBUTARIO – CERT

Una vez realizada la exportación y verificado que la subpartida arancelaria correspondiente, genera este incentivo, el exportador podrá solicitar su reconocimiento ante el ministerio de comercio, industria y turismo, cuyo procedimiento está reglamentado mediante la resolución N°. 267 de agosto 6 de 2008.

7. VIABILIDAD FINANCIERA

7.1 DISPOSICIÓN DE LA CARGA

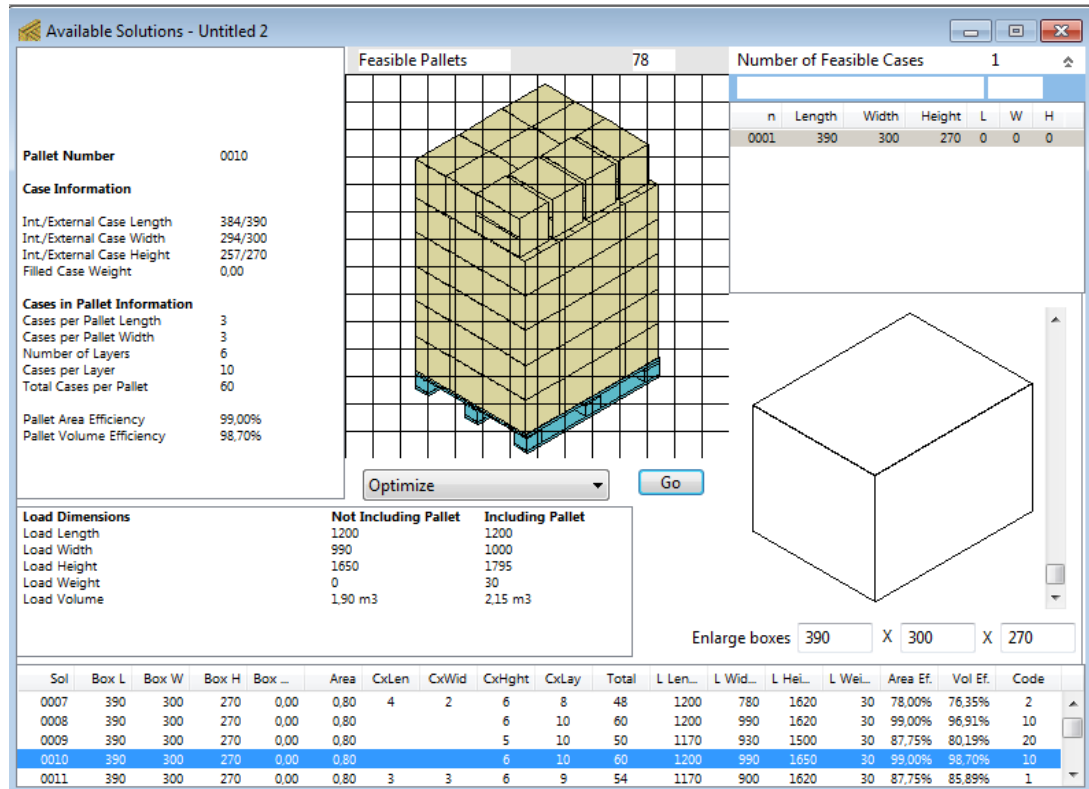
7.1.1 Embalaje. El producto se transportará en cajas de 390 mm x 300 mm x 270 (Largo, Ancho, Alto). En cada caja vienen 17 unidades con un contenido de un litro de zumo de uva.

Imagen 12. Caja

Amo...	Length	Width	Height	C...	D...
0000	390	300	270	0	
0017	390	300	270	1	

Para establecer la disposición en el pallet se optimizó el uso del área y la eficiencia del pallet para el cual se analizan 78 posibilidades con la siguiente mejor opción:

Imagen 13. Patrón de arrume



Con la disposición de la carga presentada en la figura se logra una eficiencia en la utilización del pallet de 99% y en el volumen de 98.70%. La altura máxima de la carga alcanzada con la disposición anterior es 1795 mm (1,8 m aprox.) y la altura máxima permitida por la norma ISO incluyendo la estiba es 2050 por lo cual se cumple con esta recomendación.

7.1.2 Unitarización de la Carga. Se utilizarán 10 pallets de material plástico con medidas 1.20 cm X 100 cm X 15 cm (largo, ancho y alto), un peso aproximado de 30kg y una capacidad de carga de 1500 kg por cada pallet. El producto se dispondrá en 10 cajas por capa y un total de 6 capas por pallet para un total de 60 cajas y una carga por pallet de 2152 kg peso neto y 2182 kg peso bruto.

Tabla 7. Medidas de la estiba

Tipo estiba	Estandarizada por la ISO para el transporte marítimo y terrestre
Largo (mm)	1200
Ancho (mm)	1000
altura (mm)	150

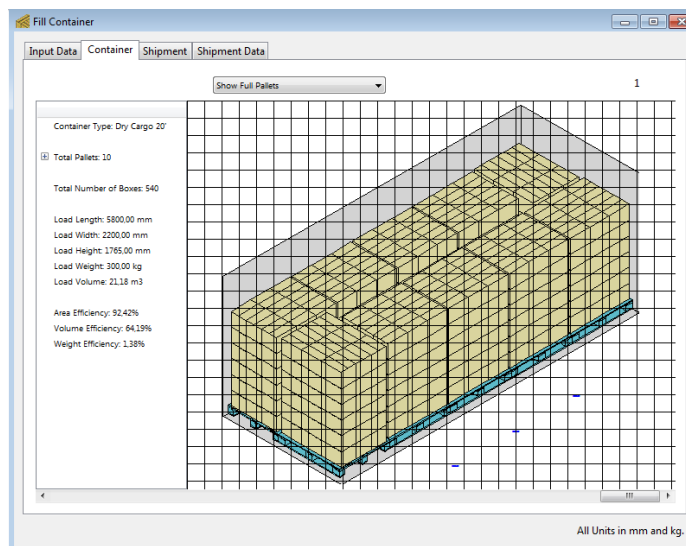
Contenedorización

En un contenedor de 20 ft se pueden disponer 10 estibas tal como se presenta a continuación:

Tabla 8. Características contenedor 20 ft

CONTENEDOR 20 PIES	
	VOLUMEN
	33,20 m3
	MEDIDAS EXTERNAS
	base: 606 x 243 cm
	max alto: 260 cm
	MEDIDAS INTERNAS
	base: 590 x 235 cm
	max alto: 239 cm
	PESO VACÍO
	2.230 kg

Imagen 14. Disposición de las estibas en un contenedor de 20 ft



En la siguiente tabla se presenta el total de producto a transportar en un contenedor de 20ft.

Tabla 9. Total carga contenedor

Cálculo de la carga	
Estibas por contenedor	10
cajas por estiba	60
cajas por contenedor	600
Peso x caja (kg)	35,87kg
Total Peso neto producto contenedor (kg)	21522

El peso total del contenedor considerando 30kg por cada estiba se detalla a continuación:

Tabla 10. Peso Total Contenedor

Peso neto producto (kg)	21522
Peso estibas (kg)	300
Peso contenedor (kg)	2230
Peso total contenedor (kg)	24052

Es muy importante aclarar que se toma la decisión de llevar el producto en el contenedor de 20 ft y no en el de 40 ft ya que en el de 40 ft caben 20 estibas que en total incluyendo el peso de las estibas y el contenedor da una carga total de 45 toneladas superando el peso máximo del contenedor de 40 ft que es de aproximadamente 26 toneladas dependiendo del tipo de contenedor.

7.2 COSTOS PARA LA EXPORTACIÓN

A continuación se presentan los costos y precio de venta para un contenedor de 20 ft con zumo de uva.

Tabla 11. Costo EXW para un contenedor de 20 pies con 10 estibas de 30 sacos de 50 kg.

Costos para un contenedor de 20 ft			
Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Producto	10200	\$ 2.000,00	\$ 20.400.000
Estibas (120x100x15 cm) plástica	10	\$ 35.000,00	\$ 350.000,00
Empaque	600	\$ 1.155,00	\$ 693.000,00
Etiquetas y cinta adhesiva cierre caja	600	\$ 900,00	\$ 540.000,00
Elementos de fijación carga	10	\$ 15.000,00	\$ 150.000,00
Mano de obra Empaque	1	\$ 322.968,00	\$ 322.968,00
Total Exwork			\$ 22.455.968,00

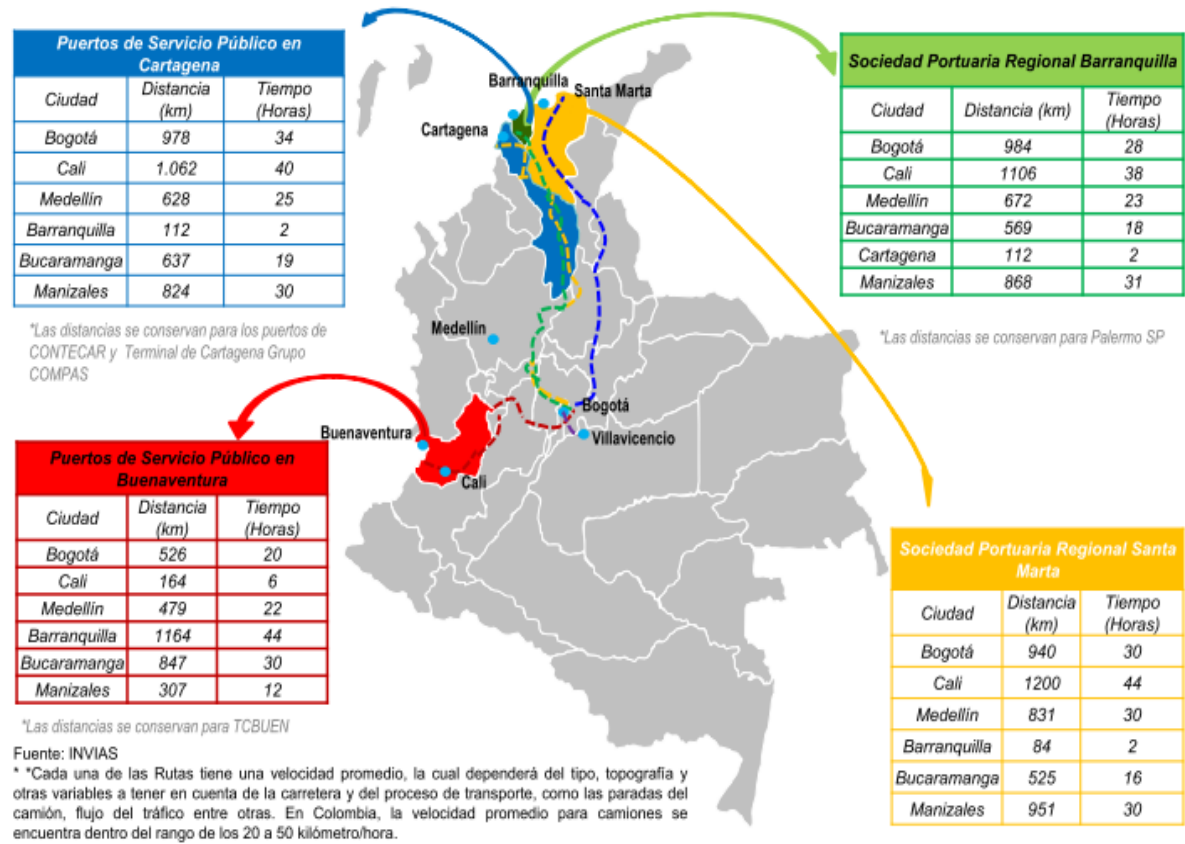
El costo de un contenedor 20 pies con 600 cajas de 17 unidades de un litro de zumo de uva bajo la modalidad EXW es 22.455.968. El precio de venta es de \$ 31.438.355 y la utilidad de 8.982.387 equivalentes a 40% de rentabilidad. En la tabla siguiente se muestra los cálculos.

Tabla 12. Precio de venta contenedor 20 ft EXW con 600 cajas de zumo de uva

Descripción	valor
Costo unitario caja 17 unidades	\$ 37.426,61
costo un litro de zumo de uva	\$ 2.201,57
Precio venta un litro de zumo de uva	3082,191686
Precio venta contenedor EXW	\$ 31.438.355,20
Utilidad	\$ 8.982.387,20
Rentabilidad	40%

Para la modalidad FOB se selecciona el puerto de Cartagena por la mayor disponibilidad de oferta para el transporte marítimo al país destino.

Imagen 15. Distancia y tiempo de los puertos a las principales ciudades



Fuente: Procolombia

Los costos de un contenedor de 20 ft con 600 cajas de 17 unidades de un litro de zumo de uva bajo la modalidad FOB se presentan a continuación:

Tabla 13 Mano de obra de empaque

Mano de obra Empaque	
Rendimiento cartones/hora	60
Número operarios	6
Horas Tripulación 600 cartones	10
Salario mes 1 SLMMV (prestaciones	\$ 1.033.500,00
Valor hora hombre	\$ 5.382,80
Costo Mano de Obra Empaque	\$ 322.968,00

Tabla 14. Costos FOB Cartagena

B CARTAGENA para un contenedor de 20 ft			
Descripción	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Producto	10200	\$ 2.000	\$ 20.400.000
Estibas (120x100x15 cm) plástica	10	\$ 35.000,00	\$ 350.000,00
Empaque	600	\$ 1.155	\$ 693.000
Etiquetas y cinta adhesiva cierre ca	600	\$ 900,00	\$ 540.000,00
Elementos de fijación carga	10	\$ 15.000,00	\$ 150.000,00
Mano de obra Empaque	1	\$ 322.968,00	\$ 322.968,00
Total Exwork			\$ 22.455.968,00
Cargue contenedor	1	50000	\$ 50.000
Transporte terrestre nacional	1	5400000	\$ 5.400.000
Carguex handling Feee 20 ST	1	125,00 (USD)	\$ 300.000
ISPS	1	12,00 (USD)	\$ 28.800
DOC FEE	1	70,00 (USD)	\$ 168.000
MONTING	1	70,00 (USD)	\$ 168.000
AGENCIAMIENTO ADUANERO	1	130,00 (USD)	\$ 312.000
GASTOS OPERATIVOS	1	80,00 (USD)	\$ 192.000
CLASIFICACIÓN ARANCELARIA	1	20,00 (USD)	\$ 48.000
ELABORACIÓN DECLARACIÓN E	1	12,00 (USD)	\$ 28.800
ACOMPañAMIENTO INSPECCIÓN	1	50,00 (USD)	\$ 120.000
COMUNICACIONES	1	20,00 (USD)	\$ 48.000
BAF BUNKER ADJUSTMENT FAC	1	470,00 (USD)	\$ 1.128.000
MANEJO CUARTO FRÍO	1	300,00 (USD)	\$ 720.000
GASTOS DE PUERTO	1		\$ 3.700.000
Sub Total FOB			\$ 12.411.600
TOTAL FOB			\$ 34.867.568,00
Flete Maritimo	1	2800,00 (USD)	\$ 6.720.000
Total			\$ 41.587.568,00

La tasa de cambio que se utilizó para el cálculo de los costos es de 2400 pesos por dólar TRM para el día 13 de noviembre de 2015. El precio de venta de un contenedor de 20 ft FOB Cartagena y su rentabilidad se presenta a continuación:

Tabla 15. Precio y rentabilidad de un contenedor de 20 ft FOB Cartagena

Descripción	valor
costo/litro FOB cartagena	\$ 3.418,39
Precio venta	\$ 4.785,74
Venta contenedor 20 ft	\$ 48.814.595,20
Utilidad	\$ 13.947.027,20
Rentabilidad	40%

INVERSIÓN REQUERIDA PARA LA EXPORTACIÓN

Para asumir el proceso de exportación se requiere realizar una inversión inicial en activos fijos y capital de trabajo como se describe a continuación:

Inversión en activos fijos

La empresa cuenta con una maquinaria e infraestructura existente y requiere de otros activos. Las inversiones en activos fijos con los que cuenta actualmente la empresa se presentan a continuación:

Tabla 16. Equipos necesarios para exportar

EQUIPOS NECESARIOS PARA EXPORTAR			
PESA GRANDE	1	550.000	550.000
GRAMERAS	2	350.000	700.000
CANASTILLAS	100	4.000	400.000
TOTAL			1.650.000

Tabla 17. Inversión en activos fijos

EQUIPOS DE OFICINAS REQUERIDOS	CANT.	VR/UNIT.	VALOR TOTAL
Portatil	1	1500000	1500000
Computador de mesa	2	1500000	3000000
Papeleria	12	120000	1440000
Archivador	1	2000000	2000000
Muebles de oficina	4	3000000	12000000
Escritorio	1	2000000	2000000
		Total	\$ 21.940.000,00

La inversión en capital de trabajo que representa lo que necesita la empresa para garantizar su operación en el corto plazo se establece considerando el capital necesario para solventar los costos relacionados con un contenedor de 20 ft en la modalidad exwork. Lo anterior, como medida para garantizar la liquidez ya que aunque en la venta se asegura un 60% del valor del producto por adelantado.

Tabla 18. Inversión inicial requerida por la empresa

Inversión inicial	
<i>Inversión activos fijos</i>	
Equipos de computo	\$ 4.500.000,00
Muebles y enseres	\$ 17.440.000,0
EQUIPOS NECESARIOS PARA EXPORT	1.650.000
<i>Inversión capital de trabajo</i>	
Capital requerido para un contened	\$ 34.867.568,00
<i>Total inversión inicial</i>	\$ 58.457.568,00

Fuentes de Financiación

La inversión inicial requerida es de 58.457.568 millones de pesos. En la tabla se presenta el plan de financiación establecida por la empresa y la tasa mínima atractiva de retorno con la combinación de fuentes de financiación establecidas.

Tabla 19. Fuentes de Financiación y Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR)

TMAR FUENTES DE FINANCIACIÓN				
Aporte	Monto	interés	TMAR	Participación
Socio1	\$ 9.228.784	25%	30,0%	15,79%
socio2	\$ 9.228.784	28%	33,1%	15,79%
Davivienda	\$ 40.000.000	19,6%	19,6%	68,43%
Total	\$ 58.457.568,00			
TMAR global	23,35%			

En la tabla se presenta las fuentes de financiación para cumplir con la inversión inicial y la tasa mínima atractiva de retorno calculada para cada fuente. La tasa mínima (tasa esperada por los inversionistas) permite calcular la TMAR global del proyecto ponderando con la participación de cada fuente en la inversión en total. La TMAR del proyecto es de 23.35 % por lo cual esta tasa se utiliza para el cálculo del VPN (Valor presente neto) o para compararla con la TIR (Tasa interna de retorno).

El crédito se hará con la entidad financiera Davivienda a una tasa de interés de 19,6% efectiva anual para un monto de 40.000.000 de pesos a un plazo de 60 meses. La tabla de financiamiento y pago de la deuda se presenta a continuación:

Tabla 20. Financiamiento y pago de la deuda

Tabla de financiamiento mensual				
Mes	Cuota	Interés	Abono Capital	Deuda
0				\$ 40.000.000,00
1	\$ 1.015.737,10	\$ 600.000,00	\$ 415.737,10	\$ 39.584.262,90
2	\$ 1.015.737,10	\$ 593.763,94	\$ 421.973,15	\$ 39.162.289,75
3	\$ 1.015.737,10	\$ 587.434,35	\$ 428.302,75	\$ 38.733.987,00
4	\$ 1.015.737,10	\$ 581.009,80	\$ 434.727,29	\$ 38.299.259,71
5	\$ 1.015.737,10	\$ 574.488,90	\$ 441.248,20	\$ 37.858.011,50
6	\$ 1.015.737,10	\$ 567.870,17	\$ 447.866,92	\$ 37.410.144,58
7	\$ 1.015.737,10	\$ 561.152,17	\$ 454.584,93	\$ 36.955.559,65
8	\$ 1.015.737,10	\$ 554.333,39	\$ 461.403,70	\$ 36.494.155,95

Continuación Tabla 20

9	\$ 1.015.737,10	\$ 547.412,34	\$ 468.324,76	\$ 36.025.831,19
10	\$ 1.015.737,10	\$ 540.387,47	\$ 475.349,63	\$ 35.550.481,56
11	\$ 1.015.737,10	\$ 533.257,22	\$ 482.479,87	\$ 35.068.001,69
12	\$ 1.015.737,10	\$ 526.020,03	\$ 489.717,07	\$ 34.578.284,62
13	\$ 1.015.737,10	\$ 518.674,27	\$ 497.062,83	\$ 34.081.221,79
14	\$ 1.015.737,10	\$ 511.218,33	\$ 504.518,77	\$ 33.576.703,02
15	\$ 1.015.737,10	\$ 503.650,55	\$ 512.086,55	\$ 33.064.616,47
16	\$ 1.015.737,10	\$ 495.969,25	\$ 519.767,85	\$ 32.544.848,62
17	\$ 1.015.737,10	\$ 488.172,73	\$ 527.564,37	\$ 32.017.284,25
18	\$ 1.015.737,10	\$ 480.259,26	\$ 535.477,83	\$ 31.481.806,42
19	\$ 1.015.737,10	\$ 472.227,10	\$ 543.510,00	\$ 30.938.296,42
20	\$ 1.015.737,10	\$ 464.074,45	\$ 551.662,65	\$ 30.386.633,76
21	\$ 1.015.737,10	\$ 455.799,51	\$ 559.937,59	\$ 29.826.696,17
22	\$ 1.015.737,10	\$ 447.400,44	\$ 568.336,65	\$ 29.258.359,52
23	\$ 1.015.737,10	\$ 438.875,39	\$ 576.861,70	\$ 28.681.497,82
24	\$ 1.015.737,10	\$ 430.222,47	\$ 585.514,63	\$ 28.095.983,19
25	\$ 1.015.737,10	\$ 421.439,75	\$ 594.297,35	\$ 27.501.685,84
26	\$ 1.015.737,10	\$ 412.525,29	\$ 603.211,81	\$ 26.898.474,03
27	\$ 1.015.737,10	\$ 403.477,11	\$ 612.259,99	\$ 26.286.214,04
28	\$ 1.015.737,10	\$ 394.293,21	\$ 621.443,89	\$ 25.664.770,15
29	\$ 1.015.737,10	\$ 384.971,55	\$ 630.765,54	\$ 25.034.004,61
30	\$ 1.015.737,10	\$ 375.510,07	\$ 640.227,03	\$ 24.393.777,58
31	\$ 1.015.737,10	\$ 365.906,66	\$ 649.830,43	\$ 23.743.947,15
32	\$ 1.015.737,10	\$ 356.159,21	\$ 659.577,89	\$ 23.084.369,26
33	\$ 1.015.737,10	\$ 346.265,54	\$ 669.471,56	\$ 22.414.897,70
34	\$ 1.015.737,10	\$ 336.223,47	\$ 679.513,63	\$ 21.735.384,07
35	\$ 1.015.737,10	\$ 326.030,76	\$ 689.706,34	\$ 21.045.677,73
36	\$ 1.015.737,10	\$ 315.685,17	\$ 700.051,93	\$ 20.345.625,80
37	\$ 1.015.737,10	\$ 305.184,39	\$ 710.552,71	\$ 19.635.073,09
38	\$ 1.015.737,10	\$ 294.526,10	\$ 721.211,00	\$ 18.913.862,09
39	\$ 1.015.737,10	\$ 283.707,93	\$ 732.029,17	\$ 18.181.832,92
40	\$ 1.015.737,10	\$ 272.727,49	\$ 743.009,60	\$ 17.438.823,32
41	\$ 1.015.737,10	\$ 261.582,35	\$ 754.154,75	\$ 16.684.668,57
42	\$ 1.015.737,10	\$ 250.270,03	\$ 765.467,07	\$ 15.919.201,50
43	\$ 1.015.737,10	\$ 238.788,02	\$ 776.949,07	\$ 15.142.252,43
44	\$ 1.015.737,10	\$ 227.133,79	\$ 788.603,31	\$ 14.353.649,12
45	\$ 1.015.737,10	\$ 215.304,74	\$ 800.432,36	\$ 13.553.216,76
46	\$ 1.015.737,10	\$ 203.298,25	\$ 812.438,85	\$ 12.740.777,91
47	\$ 1.015.737,10	\$ 191.111,67	\$ 824.625,43	\$ 11.916.152,49
48	\$ 1.015.737,10	\$ 178.742,29	\$ 836.994,81	\$ 11.079.157,68
49	\$ 1.015.737,10	\$ 166.187,37	\$ 849.549,73	\$ 10.229.607,94
50	\$ 1.015.737,10	\$ 153.444,12	\$ 862.292,98	\$ 9.367.314,97

Continuación Tabla 20

51	\$ 1.015.737,10	\$ 140.509,72	\$ 875.227,37	\$ 8.492.087,59
52	\$ 1.015.737,10	\$ 127.381,31	\$ 888.355,78	\$ 7.603.731,81
53	\$ 1.015.737,10	\$ 114.055,98	\$ 901.681,12	\$ 6.702.050,69
54	\$ 1.015.737,10	\$ 100.530,76	\$ 915.206,34	\$ 5.786.844,35
55	\$ 1.015.737,10	\$ 86.802,67	\$ 928.934,43	\$ 4.857.909,92
56	\$ 1.015.737,10	\$ 72.868,65	\$ 942.868,45	\$ 3.915.041,47
57	\$ 1.015.737,10	\$ 58.725,62	\$ 957.011,47	\$ 2.958.030,00
58	\$ 1.015.737,10	\$ 44.370,45	\$ 971.366,65	\$ 1.986.663,35
59	\$ 1.015.737,10	\$ 29.799,95	\$ 985.937,15	\$ 1.000.726,20
60	\$ 1.015.737,10	\$ 15.010,89	\$ 1.000.726,20	\$ 0,00

En la tabla siguiente se presenta el resumen de la tabla de financiamiento anual separando el costo financiero deducible de impuestos del abono a capital no deducible de impuesto por cada año de vigencia de la deuda.

Tabla 21 Pago de deuda

Resumen Tabla de financiamiento y pago de la deuda anual				
Mes	Pagado	Interés	Abono Capital	Deuda
0				\$ 40.000.000,00
1	\$ 12.188.845,17	\$ 6.767.129,78	\$ 5.421.715,38	\$ 34.578.284,62
2	\$ 12.188.845,17	\$ 5.706.543,73	\$ 6.482.301,43	\$ 28.095.983,19
3	\$ 12.188.845,17	\$ 4.438.487,78	\$ 7.750.357,39	\$ 20.345.625,80
4	\$ 12.188.845,17	\$ 2.922.377,04	\$ 9.266.468,12	\$ 11.079.157,68
5	\$ 12.188.845,17	\$ 1.109.687,49	\$ 11.079.157,68	\$ 0,00

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

En las tablas siguientes se presenta la depreciación de los activos empleando el método de la línea recta que considera el tiempo de vida útil de los activos.

Tabla 22. Depreciación equipos de computo

Depreciación equipos de computo			
Vida Util	3 años		
Valor Total	\$ 4.500.000,00		
Año	Cuota Depreciación	Depreciación acumulada	Valor libros
0	0	0	\$ 4.500.000,00
1	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	\$ 3.000.000,00
2	\$ 1.500.000,00	\$ 3.000.000,00	\$ 1.500.000,00
3	\$ 1.500.000,00	\$ 4.500.000,00	\$ -

Tabla 23. Depreciación Muebles y enseres

Depreciación Muebles y enseres			
Vida Util años	10		
Valor Total	\$ 19.090.000,00		
Año	Cuota Depreciación	Depreciación acumulada	Valor libros
0	0	0	\$ 19.090.000,00
1	\$ 1.909.000,00	\$ 1.909.000,00	\$ 17.181.000,00
2	\$ 1.909.000,00	\$ 3.818.000,00	\$ 15.272.000,00
3	\$ 1.909.000,00	\$ 5.727.000,00	\$ 13.363.000,00
4	\$ 1.909.000,00	\$ 7.636.000,00	\$ 11.454.000,00
5	\$ 1.909.000,00	\$ 9.545.000,00	\$ 9.545.000,00
6	\$ 1.909.000,00	\$ 11.454.000,00	\$ 7.636.000,00
7	\$ 1.909.000,00	\$ 13.363.000,00	\$ 5.727.000,00
8	\$ 1.909.000,00	\$ 15.272.000,00	\$ 3.818.000,00
9	\$ 1.909.000,00	\$ 17.181.000,00	\$ 1.909.000,00
10	\$ 1.909.000,00	\$ 19.090.000,00	\$ -

En la siguiente tabla se presenta el resumen del monto total a depreciar para los próximos cinco años periodo para el cual se realiza el análisis del proyecto.

Tabla 24. Depreciación Total Anual Para los 5 años Método de la línea recta

Depreciación Total Anual Para los 5 años Método de la línea recta	
Año	Cuota Depreciación
1	\$ 3.409.000,00
2	\$ 3.409.000,00
3	\$ 3.409.000,00
4	\$ 1.909.000,00
5	\$ 1.909.000,00

7.3 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Para determinar la rentabilidad del proyecto se hace una proyección a cinco años del flujo de caja considerando lo siguiente: Cada año se incrementa en dos (a partir del segundo año) la cantidad de contenedores a exportar y en el primer año se inicia con seis contenedores anuales (1 cada dos meses). En al año 5 se llega a una exportación de un contenedor de 20 pies por mes. Se considera incremento de los costos y de los precios de 4% de acuerdo con la proyección del IPC y la inflación.

Tabla 25. Flujo de Caja Proyectoado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Contenedores 20 ft /año		6	6	8	10	12
Precio contenedor		\$ 48.814.595,20	\$ 50.767.179,01	\$ 52.797.866,17	\$ 54.909.780,82	\$ 57.106.172,05
Venta contenedores año (FOB)		\$ 292.887.571,20	\$ 304.603.074,05	\$ 422.382.929,35	\$ 549.097.808,15	\$ 685.274.064,57
Costo contenedores año (FOB)		\$ 209.205.408,00	\$ 217.573.624,32	\$ 290.098.165,76	\$ 362.622.707,20	\$ 435.147.248,64
Depreciación		\$ 3.409.000	\$ 3.409.000	\$ 3.409.000	\$ 1.909.000	\$ 1.909.000
Intereses		\$ 6.767.130	\$ 5.706.544	\$ 4.438.488	\$ 2.922.377	\$ 1.109.687
Utilidad antes de impuestos		\$ 73.506.033,42	\$ 77.913.906,00	\$ 124.437.275,81	\$ 181.643.723,91	\$ 247.108.128,44
Impuesto (35%)		\$ 25.727.111,70	\$ 27.269.867,10	\$ 43.553.046,53	\$ 63.575.303,37	\$ 86.487.844,95
Utilidad después de impuestos		\$ 47.778.921,72	\$ 50.644.038,90	\$ 80.884.229,27	\$ 118.068.420,54	\$ 160.620.283,49
Depreciación (+)		\$ 3.409.000,00	\$ 3.409.000,00	\$ 3.409.000,00	\$ 1.909.000,00	\$ 1.909.000,00
Abono Capital (-)		\$ 5.421.715,38	\$ 6.482.301,43	\$ 7.750.357,39	\$ 9.266.468,12	\$ 11.079.157,68
Inversiones	\$ (58.457.568)	\$ -	\$ (16.666.666,67)	\$ (16.666.666,67)	\$ (16.666.666,67)	
FLUJO DE CAJA	\$ (58.457.568)	\$ 45.766.206	\$ 30.904.071	\$ 59.876.205	\$ 94.044.286	\$ 151.450.126

Las inversiones en los años 2 hasta al año 5 se deben a que el capital de trabajo se aumenta dada que se incrementa la cantidad de contenedores a exportar y por consiguiente la cantidad de dinero requiriendo más dinero para garantizar el funcionamiento a corto plazo del negocio.

Con el flujo de caja anterior se realiza el cálculo de los indicadores VPN y la TIR para determinar la rentabilidad del proceso de exportación. Los resultados se presentan a continuación:

Tabla 26. Resultados cálculo VPN y TIR

TMAR PROYECTO	23,35%
VPN	\$ 124.518.784
TIR	84,71%

Los resultados del cálculo del VPN y la TIR indican que el proceso de exportación es rentable. La TIR indica que el proyecto genera una rentabilidad de 84.71% y lo mínimo esperado es la TMAR de 23.35% por lo tanto el proyecto permite cubrir los costos de exportación y el costo de capital de las diferentes fuentes de financiación. De igual forma, el VPN indica que el proyecto cubre el 23.35% de tasa mínima esperada y genera 124.518.784 adicionales que permiten decir que se está generando valor.

Tabla 27 Recuperación de la inversión

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
CONCEPTO	UNIDAD	AÑO	FLUJO ACUMULADO
inversión inicial	\$ 58.457.568	1	\$ 45.766.206
Por recuperar	\$ 12.691.362	2	\$ 76.670.277
ultimo flujo	\$ 30.904.071		
%	0,410669576		
4,928034916			
LA INVERSIÓN SE RECUPERA AL AÑO 1 Y 5 MES			

La inversión inicial se recupera al año y 5 meses es decir a la mitad del plazo. Para lo anterior, es importante señalar que se inicia el proceso de exportación de una forma muy conservadora ya que con la inversión establecida y la capacidad de la empresa se puede producir 20000 litros de zumo al mes y un contenedor tiene 10200 litros. Es decir, la empresa está en capacidad de una oferta mayor (2 contenedores por mes) y con la planeación se toma una actitud conservadora. Sin embargo, la evaluación siendo muy conservadores es muy positiva 4.9% por lo tanto la posibilidad de lograr una mayor rentabilidad para la empresa en el mercado internacional al vender un mayor número de contenedores por año es muy interesante.

Tabla 28 Punto de equilibrio

Punto Equilibrio	4803	litros
Cajas de 17 unidades	282,5294118	
Estibas	4,708823529	

El punto de equilibrio es de 4803 litros es decir 283 cajas y 5 estibas para alcanzar el total del valor EXW.

CONCLUSIONES

Los resultados de los indicadores de rentabilidad aplicados en el proyecto como la TIR y el VPN indican que el proceso de exportación a Canadá es rentable. Existen algunas limitantes, no se dispone de experiencia en el desarrollo de los procesos de exportación.

Se evidencia falta de organización en la empresa. Los procesos se realizan de forma empírica por lo cual es necesario desarrollar y apropiar una estructura administrativa que permita planear, organizar, dirigir y controlar los recursos de la empresa en pro del cumplimiento de los objetivos organizacionales.

El proceso de exportación es muy beneficioso ya que para el cumplimiento de las exigencias de los mercados internacionales se requiere que las empresas se organicen y mejoren sus procesos para poder lograr competitividad en estos mercados. De igual forma, el mercado nacional no queda sobresaturado de productos lo que permite que los precios de los productos del campo no disminuyan drásticamente ante la excesiva oferta. Otro factor muy importante es la disminución del riesgo en las empresas dedicadas a la producción del campo y su transformación ya que los mercados internacionales no presentan tanta variabilidad en cuánto a precio como si se presenta en el mercado nacional. Además, la realización de contratos para comercio internacional permite crear contratos a largo tiempo que hacen más fácil la planificación y la toma de decisiones de inversión.

Se debe seguir buscando generar alternativas de transformación de los productos del campo ya que así se logra mayor desarrollo en las regiones principalmente en el valle del cauca por su vocación agrícola y potencial agroindustrial. De igual forma, es indispensable realizar estudios en otros mercados internacionales para aprovechar las ventajas que puedan ofrecer nuevas plazas. La ventaja de la

región norte del valle del cauca es que el mundo necesita lo que se produce en el campo. Hace falta organización, capacitación, familiarizarse y principalmente atreverse a incursionar en estos procesos de exportación. Lo peor que puede pasar es que se mejoren los procesos al interior de las empresas del campo por tratar de cumplir las exigencias de los mercados internacionales.

RECOMENDACIONES

- ✓ Tener excelentes relaciones de servicio al cliente, porque los comerciantes quieren tener la certeza que serán atendidos eficientemente y que alguien estará siempre del otro lado de la línea, atento a sus necesidades.
- ✓ Tomar la decisión de apalancarse financieramente con el fin de poder disponer de los recursos necesarios para llevar a cabo el plan exportador.
- ✓ La propietaria y socios se deberán capacitar acerca del tema de exportación y tomar un curso de inglés para que se pueda desenvolver en otros mercados.
- ✓ Disponer de personal suficiente y capacitado para que desarrollen las actividades de la microempresa al momento de la ejecución del producto a exportar.
- ✓ Proyectarse metas productivamente a largo plazo con el fin que le permita poder medir y mejorar poco a poco cada una de las actividades que esta desempeña.
- ✓ Llevar a cabo alianzas y estrategias que le permitan poder reducir costos y les permitan obtener una mejor cobertura a nivel internacional, permitiendo un mejor posicionamiento.
- ✓ Diseñar y mejorar la presentación del producto que sea innovador para que sea más llamativo para los consumidores y clientes, permitiendo acaparar nuevos mercados.

ANEXO 1. FOTOS DE LA EMPRESA







ANEXO 2. ENCUESTA PARA RECOLECCION DE INFORMACION DEL POTENCIAL EXPORTADOR

Esta encuesta se realiza con el fin de conocer el potencial importador y exportador de la empresa Agroindustria Santana de la Unión Valle.

Razón social de la empresa:	<u>Asociación Agroindustria Santana</u>
Nombre del gerente o representante legal	<u>Anabeiba Bermúdez Parra</u>
Nit.	<u>900220219-5</u>
Dirección actual	<u>CI 21 N° 10-47</u>
Objeto social de la empresa	<u>Producir y comercializar</u>
Fecha de creación de la empresa	<u>2008</u>
Cómo está constituida la empresa?	<u>Representante legal y</u>

Cuatro miembros de la junta

Número de empleados de la empresa

Siete empleados

Principales productos que están en el mercado:

Néctar de uva, Mermeladas

Cuál es su capacidad de producción mensual actualmente?

20 TONELADAS

Tiene certificados (de calidad, de procesos, normas ISO, entre otras) en los productos que comercializa? cuáles?

Registros sanitarios , cámara y comercio

Ha realizado ejercicios de exportación e importación?

No se ha realizado

Si la respuesta es sí: cuándo a dónde y de qué productos

Específicamente? _____

Si la respuesta es no. por qué no ha intentado exportar su producto, cuales son los impedimentos?

Los impedimentos son la no disponibilidad de recursos con los que cuenta la microempresa

Sabe si algún producto de los que produce o comercializa tienen destino de

Exportación? El néctar de uva

Estaría interesado en realizar exportación de su producto? si la respuesta es sí ¿Qué ventajas visualiza para su producto? ¿Cuáles considera los mayores impedimentos para exportar su producto?

La ventaja es que es un producto de calidad y totalmente natural a comparación de otros y que se posee la materia prima con facilidad.

Los impedimentos seria la falta de recursos, desconocimiento de las barreras de entrada a determinado país como también las necesidades de los habitantes, desconocimiento acerca del proceso de exportación.

ACTIVIDADES DE PREPARACIÓN A LA EXPORTACIÓN

Tabla 29 Potencial de la empresa

AGROINDUSTRIA SANTANA	SI	NO	EN CURSO
Su empresa Cuenta con alguna certificación de calidad	X		
Ha realizado estudios para determinar el nivel de satisfacción de los clientes	X		
Tiene una página web.		X	
Existe un departamento de diseño		X	
Ha elaborado un plan exportador?		X	

Fuente: Propia

En lo analizado podemos evidenciar que la microempresa cuenta con las certificaciones necesarias para producir néctares de calidad como también lo necesario para poder comercializar su producto en el territorio a nivel departamental y nacional, aunque se observa de acuerdo a la tabla de actividades que esta carece de los medios de diseño en cuanto a presentación de productos y pagina web que le permita ser más atractiva para el mercado ya que este día tras día es más exigente, de igual manera con la pagina le permita a los interesados conocer el portafolio que la microempresa ofrece con el fin de atraer mayor demanda de clientes.

FACTORES DE COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA

De los siguientes factores de competitividad, califique a su empresa, siendo 5 más competitivo con respecto a las demás empresas del sector.

Tabla 30 Factores de competitividad

	CALIFICACIÓN				
	1	2	3	4	5
Rendimiento del equipo de producción				X	
Calidad del producto(certificación, satisfacción de clientes)				X	
Calidad de los servicios relacionados (pre y pos venta)				X	
Precios competitivos (el precio con respecto al mercado; si es igual o inferior es competitivo)			X		
Competitividad tecnológica		X			
Innovación en procesos		X			
Diseño y originalidad		X			
Conocimiento de mercados (sistemas de información en mercados)			X		
Diferenciación o reconocimiento en el mercado doméstico					X
Otro, cuál?					

Fuente: Propia

La microempresa santana a pesar de ser una pequeña asociación tiene como prioridad buscar el rendimiento en la producción, de igual forma busca producir productos de excelente calidad que satisfagan la necesidad de los clientes en todos los sentidos como es con el producto y la atención de los mismo ya que de este depende que se lleve a cabo una buena compra, gracias a la demanda de materia prima que hay en la región donde está ubicada la microempresa conlleva a que ella pueda de cierto modo obtener materia prima a un costo bajo y así poder ofrecer productos a un buen precio que permita competir con los productos que hay en el mercado a pesar de que le hace falta atraer más clientes para poder obtener quizás una economía de escala que permita ser el primero en competencia.

En cuanto a la competitividad tecnológica no se cuenta con todo el equipo necesario que le permita obtener un mejor desempeño pero si bien es cierto si la empresa se abre a nuevos campos esto le puede permitir ir poco a poco actualizando su maquinaria que le permita tener un mejor rendimiento y desempeño empresarial, en cuanto a innovación en proceso tiene como ser competitiva, solo le falta es obtener las herramientas suficientes y necesarias para ejecutarlo.

En el diseño no se obtiene el conocimiento necesario para que sea más atractivo el producto lo cual conlleva a que la empresa debe buscar alguien con buenos conocimientos para diseñar de forma atractiva lo que la empresa necesita, y en conocimiento de mercados y diferenciación se obtiene buenas herramientas que permitan crear estrategias de competencia ante sus competidores solo que falta implementarlas para un mejor uso.

De las siguientes necesidades, califique a su empresa, siendo 5 mayor necesidad para exportar

Tabla 31 Necesidades

	CALIFICACIÓN				
	1	2	3	4	5
Capacidad disponible en producción					X
Personal calificado en mercadeo				X	
Disponibilidad de la gerencia (compromiso internacional)					X
Disponibilidad de recursos financieros					X
Mejoras de productividad				X	
Estructura administrativa acorde a la estrategia de la empresa					X
Control de la logística de distribución				X	
Sistemas de información gerenciales				X	
Formación en aspectos de comercio exterior					X
Adaptación del producto					X

Fuente: Propia

En cuanto a las necesidades de exportación la microempresa en su totalidad carece de las necesidades suficientes para realizar el proceso de exportación ya que es una asociación familiar que fue creada por una persona pionera de bajos recursos y que gracias a su dedicación y empeño poco a poco ha venido implementando he invirtiendo lo que ha podido para producir y sacarla adelante pero que al momento de ejecutar tal proceso necesita de recursos suficientes que permitan cumplir con la demanda de producción que esto exigiría.

INTENCIÓN EXPORTADORA Y PERCEPCIÓN DE BARRERAS A LA EXPORTACIÓN

Para cada una de las siguientes motivaciones o razones para iniciar el proceso de internacionalización Indique el grado de importancia, siendo **5** mayor importancia. Si no tiene importancia marque 1.

Tabla 32 Motivaciones o Razones para iniciar el proceso de exportación

	CALIFICACIÓN				
	1	2	3	4	5
Contactos establecidos					X
Crecer porque el mercado interno es pequeño / Decisión de expansión la empresa.			X		
Diversificar riesgos de las operaciones.		X			
Excedentes de producción.		X			
Información sobre oportunidades en mercados externos.					
La competencia doméstica está exportando		X			
Exportar porque la cadena productiva a la que pertenece la empresa está exportando		X			
Estabilizar las ventas de productos (mercado doméstico estacional)		X			
Obtener economías de escala.				X	
Oportunidades identificadas en los Acuerdos externos y Comerciales (preferencias arancelarias)			X		
Pedidos para la exportación (en ferias, contactos, etc.)			X		
Planeación estratégica					X

Fuente: Propia

Con lo analizado en la empresa para llevar a cabo el plan de exportación se evidencia que esta carece la necesidad de tener contactos con personas del extranjero que le permitan obtener más conocimiento del país de origen y otros, el crecimiento pues conllevaría a acaparar más mercado que le permita crecer a nivel empresarial y así poder hacer llegar su productos a más partes del país y parte del extranjero, el riesgo de producción es bajo ya que la producción sería de acuerdo a la demanda que exista en el momento.

En las oportunidades de mercado observamos que para santana sería de gran ventaja porque tiene poca competencia que ofrezca el mismo producto ya que la calidad no es igual permitiéndole atraer más clientes, en definitiva le permitiría crear estrategias como una ventaja competitiva.

Para cada una de las otras motivaciones o razones para exportar pues tiene una relevancia permitiéndonos conocer que la empresa cuenta con la mitad de lo necesario para el plan exportador.

CAPACIDAD INTERNA DE LA EMPRESA

¿Qué tan graves son los obstáculos que usted tiene que enfrentar como empresario para consolidar los esfuerzos hacia la exportación? (califique cada uno de los siguientes ítems, siendo **5** más grave y 1 menos grave).

Tabla 33 Capacidad interna de la empresa

	CALIFICACIÓN				
	1	2	3	4	5
Adecuación de productos a exigencias de mercados			X		
Capacidad de producción			X		
Capacitación del personal en Mercadeo				X	
Competitividad de productos o servicios				X	
Control de la logística				X	
Fijación de precios en los mercados		X			
Desconocimiento del costo real unitario del producto		X			
Capital de trabajo					X
Recursos financieros para ampliación					X
Desconocimiento de los aspectos legales de los contratos internacionales			X		
Manejo de lenguas extranjeras	X				
Recursos gerenciales				X	
Necesidades de formación (comercio exterior)					X
Falta de plan estratégico (metas, escenarios, planes contingencia)					
CAPACIDAD INTERNA DE LA EMPRESA		X			
Diferenciación en el producto, precio, promoción y distribución según mercados.			X		
Debilidad en el análisis de la información de mercados			X		
	CALIFICACIÓN				
	1	2	3	4	5

Acceso a canales de distribución externos		X			
Acceso al crédito (financiar operación internacional)					X
Barreras no tarifarias del país (normas técnicas,...)				X	
Barreras tarifarias en el país			X		
Acceso a contactos en los mercados internacionales		X			
Infraestructura externa				X	
Logística de distribución		X			
Necesidades de información de mercados				X	
Variabilidad de las tasas de cambio				X	
Trámites de exportación			X		
Otra, cuál:			X		

Fuente: Propia

En cuanto a la capacidad interna que posee santana y que debería enfrentar al momento de implementar un proceso de exportación observamos que los recursos, necesidad de exportación y posibilidades de excesos a créditos son los obstáculos más grande que debe enfrentarse la microempresa, en los menos graves tenemos el manejo del lenguaje, fijación del precio, capacidad interna de la empresa y logística de distribución ya que son los que la empresa maneja con mayor conocimiento.

Toda esta evaluación de obstáculos nos permite medir como estamos en capacidad para llevar a cabo un proceso de exportación, aquí podemos evidenciar como esta santana para el plan exportador.

ANEXO 3. CERTIFICADOS

Formulario del Registro Único Tributario Hoja Principal			001
2. Concepto: 02 Actualización Espacio reservado para la DIAN		4. Número de formulario: 14289150072	
		 (415)7707212489984(8020) 0000014289150072	
6. Número de identificación Tributaria (NIT): 9 0 0 2 2 9 2 1 9		12. Dirección seccional: Impuestos y Aduanas de Tulua	
14. Buzón electrónico: 2 1			
IDENTIFICACION			
24. Tipo de contribuyente: Persona jurídica		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. Segundo nombre:	
35. Razón social: ASOCIACION AGROINDUSTRIAS SANTANA			
36. Nombre comercial:			
37. Siglo:			
UBICACION			
38. País: COLOMBIA		39. Departamento: Valle del Cauca	
40. Ciudad/Municipio: La Unión		41. Dirección principal: CL 21 10 47	
42. Correo electrónico: frutas_santana@yahoo.com		43. Apartado aéreo:	
44. Teléfono 1:		45. Teléfono 2:	
CLASIFICACION			
Actividad económica		Ocupación	
46. Código: 1 0 2 0	47. Fecha inicio actividad: 2 0 0 8 0 4 0 3	48. Código: 1	49. Fecha inicio actividad: 2
50. Código: 3 1 1 6 2 2 4 9 8 8		51. Código: 4 0 0	
52. Número establecimientos:			
Responsabilidades, Calidades y Atributos			
53. Código:			
04- Impto renta y compl. régimen especial 07- Retención en la fuente a título de renta 14- Informante de exogena			
Usuarios aduaneros		Exportadores	
54. Código:		55. Forma:	
56. Tipo:		57. Modo:	
58. CPC:		59. CPC:	
Para uso exclusivo de la DIAN			
59. Anexos: SI ☐ NO ☒		60. No. de Folios: 0	
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia corresponde exactamente a la realidad, por lo anterior, cualquier falsedad o inexactitud en que incurra podrá ser sancionada. Artículo 18 Decreto 2460 de Noviembre de 2013 Firma del solicitante:		Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada:	
984. Nombre: URRAGO LOZANO MARCELA		985. Cargo: Gestor I	

Fecha generación documento PDF: 21-04-2014 11:35:38AM



EL SUSCRITO ASESOR CON ASIG.DE FUNC. DE LA SUBD. DE REGISTROS SANITARIOS DEL INVIMA CERTIFICA

QUE TENIENDO EN CUENTA LA LEGISLACIÓN VIGENTE EN MATERIA DE ALIMENTOS Y EL DECRETO 3075 DEL 23 DE DICIEMBRE DE 1997, ARTÍCULO 41, "OBLIGATORIEDAD DEL REGISTRO SANITARIO", TODO ALIMENTO QUE SE EXPENDA DIRECTAMENTE AL CONSUMIDOR BAJO MARCA DE FABRICA Y CON NOMBRES DETERMINADOS, DEBERÁ OBTENER REGISTRO SANITARIO EXPEDIDO CONFORME A LO ESTABLECIDO EN EL PRESENTE DECRETO.

QUE EL PRODUCTO MANJAR DE UVA, NO REQUIERE REGISTRO SANITARIO SI ES COMERCIALIZADO SIN MARCA (ENTENDIÉNDOSE COMO MARCA LO DISPUESTO POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO), PERO ESTA SUJETO AL CONTROL QUE EJERCEN LAS AUTORIDADES SANITARIAS.

INTERESADO:

NUMERO DE RADICACIÓN:

FECHA DE RADICACIÓN:

ANABEIBA BERMÚDEZ DE PARRA

2009125585

26/11/2009

OBSERVACIÓN: PARA COMERCIALIZAR LOS PRODUCTOS AMPARADOS CON ESTA CERTIFICACIÓN, ESTOS ENTRE OTRAS COSAS DEBEN CUMPLIR CON LOS ESTABLECIDOS EN LA LEGISLACIÓN SANITARIA VIGENTE EN MATERIA DE ROTULADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS ESTIPULADA EN LA RESOLUCIÓN 005109 DE 2005 DEL MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL, O NORMAS QUE LA MODIFIQUEN, SUSTITUYAN O ADICIONEN.

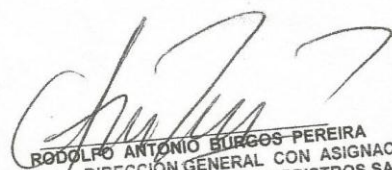
EL ESTABLECIMIENTO DONDE SE ELABOREN LOS PRODUCTOS OBJETO DE LA PRESENTE CERTIFICACIÓN DEBEN CUMPLIR CON LAS BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA ESTABLECIDAS EN EL DECRETO 3075 DE 1997 Y SER INSPECCIONADO, VIGILADO Y CONTROLADO POR LA AUTORIDAD SANITARIA LO CUAL SE EVIDENCIA A TRAVÉS DE LAS ACTAS DE VISITA.

LA PRESENTE CERTIFICACIÓN NO HACE LAS VECES DE REGISTRO SANITARIO Y/O PERMISO SANITARIO.

EL INTERESADO PODRÁ SOLICITAR CORRECCIÓN ÚNICAMENTE DENTRO DE LOS CINCO (5) DÍAS CONTADOS A PARTIR DEL DÍA SIGUIENTE A LA ENTREGA DE LA PRESENTE.

SE EXPIDE EN BOGOTÁ D.C., EL 8 de Abril de 2010.

ESTE ESPACIO, HASTA LA FIRMA SE CONSIDERA EN BLANCO.


RODOLFO ANTONIO BURGOS-PEREIRA
ASESOR DE LA DIRECCIÓN GENERAL CON ASIGNACIÓN DE
FUNCIONES DE LA SUBDIRECCIÓN DE REGISTROS SANITARIOS.



Página 1 de 1



República de Colombia
Ministerio de la Protección Social
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA

RESOLUCIÓN No. 2009038431 DE 17 de Diciembre de 2009
Por la cual se concede un Registro Sanitario

El Subdirector de Registros Sanitarios del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos- INVIMA, en ejercicio de las facultades legales conferidas en el Acuerdo 003 del 22 de enero de 1998 y con base en lo previsto por la Ley 9a. de 1979, Decreto Reglamentario 3075 de 1997 y Decreto Reglamentario 612 de 2000

RESUELVE

ARTICULO PRIMERO.- Conceder REGISTRO SANITARIO por el término de 10 años al producto que se describe a continuación:

REGISTRO SANITARIO No.:

EXPEDIENTE:

MODALIDAD:

PRODUCTO:

MARCA:

TITULAR(ES):

FABRICANTE(S):

RS12132409
20015013

FABRICAR Y VENDER

NECTAR DE: UVA, MARACUYA, MORA, LULO, MANGO

SANTANA

ASOCIACION

VALLE

ASOCIACION

VALLE

VIGENTE HASTA:

RADICACIÓN:

2009135089

11 MAR 2020

ARTICULO SEGUNDO:- Contra la presente resolución procede únicamente el Recurso de Reposición, que deberá interponerse ante EL SUBDIRECTOR(A) DE REGISTROS SANITARIOS DEL INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS INVIMA dentro de los CINCO (5) días siguientes a la notificación personal, de conformidad con lo señalado en el Código Contencioso Administrativo. Una vez ejecutoriado quedará agotada la vía gubernativa.

ARTICULO TERCERO:- Los derechos que se deriven de esta Resolución quedarán sujetos al control posterior que debe realizar el INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS INVIMA de conformidad con lo previsto por el Artículo 2 del Decreto 612 de 2000.

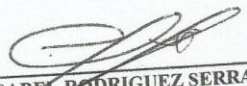
ARTICULO CUARTO:- La presente resolución rige a partir de la fecha de su ejecutoria.

COMUNIQUESE, NOTIFIQUESE Y CUMPLASE

Dada en Bogotá D.C. el 17 de Diciembre de 2009

Este espacio, hasta la firma se considera en blanco.




CLARA ISABEL RODRIGUEZ SERRANO
SUBDIRECTOR(A) DE REGISTROS SANITARIOS

CAMARA DE COMERCIO DE CARTAGO

CERTIFICADO DE EXISTENCIA DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO

Número de operación: 01C370701019 Fecha: 20140701 Hora: 15:27:40 Pagina : 1

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL DE LA ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO: ASOCIACION AGROINDUSTRIAS SANTANA. NUMERO: S0001064

N.I.T : 900229219 - 5

EL SUSCRITO SECRETARIO DE LA CAMARA DE COMERCIO DE CARTAGO , EN EJERCICIO DE LA FACULTAD CONFERIDA POR LOS ARTICULOS 43 Y 144 DEL DECRETO NUMERO 2150 DE 1995 Y SU DECRETO REGLAMENTARIO 427 DE 1996 Y EL DECRETO 019 DE 2012.

CERTIFICA :

DOMICILIO: LA UNION

DIRECCION: CL 21 NRO. 10-47

TELEFONO 1: 2293436

TELEFONO 3: 3116224988

FAX: NO REPORTO

RENOVO EL AÑO 2014 , EL 27 DE MARZO DE 2014

TOTAL ACTIVOS : \$ 2,100,000.00

ACTIVIDADES ECONOMICAS:

ACTIVIDAD PRINCIPAL:

5619 OTROS TIPOS DE EXPENDIO DE COMIDAS PREPARADAS N.C.P.

CERTIFICA :

QUE POR ACTA DEL 11 DE FEBRERO DE 2008 , OTORGADO(A) EN ASAMBLEA CONSTITUTIVA , INSCRITA EN ESTA CAMARA DE COMERCIO EL 10 DE JULIO DE 2008 BAJO EL NUMERO: 00004388 DEL LIBRO I DE LAS PERSONAS JURIDICAS SIN ANIMO DE LUCRO, FUE CONSTITUIDA LA ENTIDAD DENOMINADA: ASOCIACION AGROINDUSTRIAS SANTANA

CERTIFICA :

ENTIDAD QUE EJERCE LA FUNCION DE INSPECCION, VIGILANCIA Y CONTROL: GOBERNACION DEL VALLE

*** ADVERTENCIA: ESTOS DATOS CORRESPONDEN A LA ULTIMA INFORMACION SUMINISTRADA ***
*** POR EL COMERCIANTE EN EL FORMULARIO DE MATRICULA O RENOVACION DEL AÑO 2014 ***

CERTIFICA :

QUE DICHA ENTIDAD HA SIDO REFORMADA POR LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS

DOCUMENTO	FECHA	ORIGEN	CIUDAD	INSCRIP.	FECHA
0000012	2010/05/11	ASAMBLEA DE ASOCIA UNIO	00005090	2010/07/30	
0000002	2013/01/28	ASAMBLEA DE ASOCIA UNIO	00005914	2013/03/16	

CERTIFICA :

VIGENCIA: QUE LA PERSONA JURIDICA NO SE HALLA DISUELTA. DURACION HASTA EL 10 DE JULIO DE 2028 .

CERTIFICA :

OBJETO SOCIAL: EL OBJETIVO DE LA EMPRESA SERA ADELANTAR TRABAJOS RELACIONADOS CON LA TRANSFORMACION DE CASCARA Y PULPAS DE FRUTAS, LA VENTA DE PRODUCTOS POR CATALOGO, PERSONA A PERSONA Y PUESTOS Y ALMACENES DE CADENA. Y TENIENDO ENCUESTA QUE SE TRABAJARA CON MUJERES CABEZAS DE HOGAR, DISCAPACITADOS Y DESPLAZADOS.

CERTIFICA :

PATRIMONIO: EL APOORTE SOCIAL DE LA ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAS SANTANA ES LA SUMA DE SETECIENTOS OCHENTA MIL PESOS (\$780.000).

CERTIFICA :

** ORGANO DIRECTIVO **

NOMBRE	IDENTIFICACION
MIEMBRO JUNTA DIRECTIVA	
BERMUDEZ DE PARRA ANABEIBA	C.C. 00029613499
LIBRO : I ESADL, INSCRIPCION 00004388	
DOCUMENTO : ACTA , FECHA : 2008/02/11	
FECHA DE INSCRIPCION : 2008/07/10	

MIEMBRO JUNTA DIRECTIVA
 PALACIOS HENAO MARTHA CECILIA C.C. 00066752719
 LIBRO : I ESADL, INSCRIPCION 00004388
 DOCUMENTO : ACTA , FECHA : 2008/02/11
 FECHA DE INSCRIPCION : 2008/07/10

MIEMBRO JUNTA DIRECTIVA
 GOMEZ BUENO JULIO CESAR C.C. 00006355384
 LIBRO : I ESADL, INSCRIPCION 00004388
 DOCUMENTO : ACTA , FECHA : 2008/02/11
 FECHA DE INSCRIPCION : 2008/07/10

MIEMBRO JUNTA DIRECTIVA
 BURGOS GONZALEZ CLEOFELINA C.C. 00029801932
 LIBRO : I ESADL, INSCRIPCION 00004388
 DOCUMENTO : ACTA , FECHA : 2008/02/11
 FECHA DE INSCRIPCION : 2008/07/10

MIEMBRO JUNTA DIRECTIVA
 HIDARRAGA BURGOS FRANCISCO JAVIER C.C. 00069585028
 LIBRO : I ESADL, INSCRIPCION 00004388
 DOCUMENTO : ACTA , FECHA : 2008/02/11
 FECHA DE INSCRIPCION : 2008/07/10

CERTIFICA :

REPRESENTACION LEGAL

PRINCIPAL(ES): BERMUDEZ DE PARRA ANABEIBA
 C.C. 00029613499
 DIRECTOR EJECUTIVO
 LIBRO : I ESADL, INSCRIPCION 00004388
 DOCUMENTO : ACTA , FECHA : 2008/02/11
 FECHA DE INSC2008/07/10

CERTIFICA :

FUNCIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA: 1) ELEGIR AL DIRECTOR DE LA ASOCIACION. 2) DETERMINAR LOS PLANES Y LA OPERACION DE LA

*** ADVERTENCIA; ESTOS DATOS CORRESPONDEN A LA ULTIMA INFORMACION SUMINISTRADA ***
 *** POR EL COMERCIANTE EN EL FORMULARIO DE MATRICULA O RENOVACION DEL AÑO 2014 ***

ASOCIACION. 3) ESTUDIAR, MODIFICAR, APROBAR O IMPROBAR LOS ESTADOS ECONOMICOS Y FINANCIEROS DE LA ASOCIACION. 4) DETERMINAR LAS RESERVAS ESTATUTARIAS U OCASIONALES. 5) REFORMAR LOS ESTATUTOS CUANDO SEA NECESARIO. 6) ELEGIR EL TESORERO. 7) VIGILAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS FUNCIONES DEL DIRECTOR. 8) EVALUAR EL APOORTE DE LOS MIEMBROS Y DETERMINAR SU PARTICIPACION AL MOMENTO DEL INGRESO, RETIRO Y AL EFECTUARSE LAS REVISIONES PREVISTAS EN EL ARTICULO CUARTO DE LA LEY 10 DE 1991. 9) DECIDIR LA ACEPTACION Y RETIRO DE LOS MIEMBROS. 10) LAS DEMAS QUE DE ACUERDO CON LA LEY SEAN NECESARIAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA ASOCIACION.

REPRESENTANTE LEGAL: LA ASOCIACION TENDRA UN REPRESENTANTE LEGAL QUE SERA EL DIRECTOR EJECUTIVO QUIEN EJERCERA LAS SIGUIENTES FUNCIONES. 1) REALIZAR LAS OPERACIONES Y CELEBRAR LOS CONTRATOS NECESARIOS PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE LA ASOCIACION, OBTENIENDO LA AUTORIZACION DE LA JUNTA DE ASOCIADOS PARA CUALQUIER CUANTIA, SIEMPRE Y CUANDO INFORME DE LA CELEBRACION DE CADA UNO DE ELLOS. 2) ORDENAR LOS GASTOS Y PAGOS, FIRMAR CONJUNTAMENTE CON EL TESORERO LOS CHEQUES Y DEMAS CUENTAS DE LA ASOCIACION. 3) SER EJECUTOR DE LAS DECISIONES QUE ADOpte LA JUNTA DE ASOCIADOS. 4) CONVOCAR A LA JUNTA DE ASOCIADOS CUANDO LO ORDENEN LOS ESTATUTOS Y LAS CIRCUNSTANCIALES EN FORMA EXTRAORDINARIA. 5) REPRESENTAR JURIDICAMENTE Y EXTRAJUDICIALMENTE A LA ASOCIACION Y CONSTITUIR LOS APODERADOS CUANDO HAYA LUGAR. 6) ELABORAR ANUALMENTE PARA BALANCE GENERAL Y AL FINAL DE SUGESTION, UN INFORME A LA JUNTA DE ASOCIADOS SOBRE LAS LABORES DESARROLLADAS, EL ESTADO Y EL RESULTADO DE LAS MISMAS. 7) LAS DEMAS QUE DE ACUERDO CON LA LEY COMERCIAL, LOS ESTATUTOS O LAS ACTIVIDADES DE LA ASOCIACION LE ASIGNE LA JUNTA DE ASOCIADOS.

CERTIFICA :

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL : CL 21 NRO. 10-47
TELEFONO NOT.JUDICIAL 1: 2293436
TELEFONO NOT.JUDICIAL 3: 3116224988
MUNICIPIO : LA UNION

CERTIFICA :

QUE EN ESTA CAMARA DE COMERCIO NO APARECEN INSCRIPCIONES POSTERIORES DE DOCUMENTOS REFERENTES A REFORMA, DISOLUCION, LIQUIDACION O NOMBRAMIENTOS DE REPRESENTANTES LEGALES DE LA MENCIONADA ENTIDAD.

I M P O R T A N T E

LA PERSONA JURIDICA DE QUE TRATA ESTE CERTIFICADO SE ENCUENTRA SUJETA A LA INSPECCION, VIGILANCIA Y CONTROL DE LAS AUTORIDADES QUE EJERCEN ESTA FUNCION, POR LO TANTO DEBERA PRESENTAR ANTE LA AUTORIDAD CORRESPONDIENTE, EL CERTIFICADO DE REGISTRO RESPECTIVO, EXPEDIDO POR LA CAMARA DE COMERCIO, DENTRO DE LOS 10 DIAS HABILES SIGUIENTES A LA FECHA DE INSCRIPCION, MAS EL TERMINO DE LA DISTANCIA CUANDO EL DOMICILIO DE LA PERSONA JURIDICA SIN ANIMO DE LUCRO QUE SE REGISTRA ES DIFERENTE AL DE LA CAMARA DE COMERCIO QUE LE CORRESPONDE. EN EL CASO DE REFORMAS ESTATUTARIAS ADEMAS SE ALLEGARA COPIA DE LOS ESTATUTOS.

TODA AUTORIZACION, PERMISO, LICENCIA O RECONOCIMIENTO DE CARACTER OFICIAL, SE TRAMITARA CON POSTERIORIDAD A LA INSCRIPCION DE LAS PERSONAS JURIDICAS SIN ANIMO DE LUCRO EN LA RESPECTIVA CAMARA DE COMERCIO.

VALOR DEL CERTIFICADO : \$4300

DE CONFORMIDAD CON EL DECRETO 2150 DE 1995 Y LA AUTORIZACION IMPARTIDA POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, MEDIANTE EL OFICIO DEL 18 DE NOVIEMBRE DE 1996, LA FIRMA MECANICA QUE APARECE A CONTINUACION TIENE PLENA VALIDEZ PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES

S. RODRIGUEZ

EL Jefe de la Oficina de Registro

BIBLIOGRAFÍA

BAJO RUBIO OSCAR, ANTONI BOSCH EDITOR, S.A.V. Herramienta: Teorías del Comercio Internacional.

DÍAZ MIER, Miguel Ángel, EDICIONES PIRAMIDE, S.A. Técnicas de Comercio Exterior

LERMA GONZÁLEZ, Héctor Daniel Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto/ Héctor Daniel Lerma González – 4ª. Ed. – Bogotá: Ecoe Ediciones, 2009.

MÉNDEZ, Carlos y MORENO, Luis Guillermo. Guía para elaborar diseños de investigación en Administración y Economía, Bogotá, Ediciones Rosaristas, 1982.

SAMUELSON, A. Paul. Economía, Madrid, Editorial McGraw-Hill, 1987.

WEBGRAFÍA

http://www.uprm.edu/cde/public_main/Informes_Articulos/articulos/ArticuloViabilidad.pdf

<http://plandeexportacion.blogspot.com/2010/06/que-es-el-plan-de-exportacion.html>

<http://valleinternacional.com/estrategias-de-la-internacionalizacion/conozca-mas-sobre-negocios-internacionales/colombia-y-los-acuerdos-internacionales/panorama-de-los-acuerdos-comerciales-de-colombia/>

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

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

<http://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>