

NOMBRES DE CONTACTO

LAURA AGUIRRE

3127742156

PAMELA ANGULO

3155336644

pamelaandrea405@gmail.com

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EXPORTACIÓN DE SALCHICHONES
DESDE SANTIAGO DE CALI – COLOMBIA HACIA BUENOS AIRES- ARGENTINA

AGUIRRE CORTES LAURA VALERIA

ANGULO RODALLEGA PAMELA ANDREA

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “SIMÓN RODRIGUEZ”

INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

SANTIAGO DE CALI

2025

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EXPORTACIÓN DE SALCHICHONES
DESDE SANTIAGO DE CALI – COLOMBIA HACIA BUENOS AIRES- ARGENTINA

INTEGRANTES:

AGUIRRE CORTES LAURA VALERIA

ANGULO RODALLEGA PAMELA ANDREA

TRABAJO DE GRADO

PRESENTADO A:

HARRISON SANCHEZ

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “SIMÓN RODRIGUEZ”

INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

SANTIAGO DE CALI

2025

Tabla De Contenido

Contenido

1.	Introducción	8
1.	IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	10
1.2	DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	10
1.3	Descripción De La Unidad De Análisis:.....	11
2.	Planteamiento Del Problema.....	12
2.1.	Diagnóstico Del Problema.	12
3.	Formulación Del Problema.	13
3.1	Sistematización Del Problema.	13
4.	Objetivo General.	14
4.1.	Objetivos Específicos.	14
5.	Justificación Teórica.....	15
5.1.	Justificación Práctica.	16
5.2.	Justificación Metodológica.	17
6.	Marcos De Referencia.	18
6.1	Antecedentes De La Investigación	18
7.	Diseño Metodológico	21
7.1	Estudio De Viabilidad:	21
7.2	Clase O Tipo De Investigación:	22
7.3	Método De Investigación:.....	23
8.	Población Y Muestra	24
9.	Marco Teórico.....	25
10.	Marco Conceptual	30
11.	Marco Contextual	32
12.	Marco Temporal.....	36
13.	Marco Legal	37
14.	Línea De Investigación:.....	43
14.1	Delimitación Del Objeto De Estudio:.....	43
15.	Estudio De Mercado.	44

15.1 Análisis Del Sector	44
15.1.1 Sector Exportador De Productos Cárnicos En Colombia.....	44
15.1.2 Mercado Del Producto En El Exterior:	45
15.1.3 Análisis DOFA	47
15.1.4. Análisis De Maicol Porter.	48
15.2. Inteligencia De Mercados	50
15.2.1 Posibles Mercados Para Exportación Del Producto:.....	50
15.2.2. El País Seleccionado: Argentina.....	53
15.2.3: El País De Origen: Colombia	54
15.3. El Producto.....	56
15.3.2. Generalidades Y/O Características Del Producto A Exportar.....	57
15.4 El Mercado Proveedor	59
15.5. El Mercado Potencial Objetivo.	59
15.5.1. La Población Objetivo.	60
15.5.2. Tendencias Y Comportamiento Del Consumo En El País De Destino.	61
15.5.3. Requisitos Del Consumidor Del País De Destino	62
15.6. El Mercado Competidor.....	63
15.6.1. Países Exportadores Del Producto.	63
15.6.2. Procedencia Del Producto En El País De Destino.	67
15.6.3. Los Precios Internacionales Del Producto.....	68
15.7. El Canal De Distribución.	69
15.8. Estrategias de Mercadeo y Ventas.....	71
15.9 Logística.	72
16. Estudio Técnico.	74
16.1 Localización Del Producto.....	74
16.1.1 Macro-Localización.	74
16.1.2 Micro-Localización.....	75
16.1.3 Planta Física.	76
16.2 Aspectos Del Producto.	77
16.2.1 Fichas Técnicas Del Producto.	77
16.2.2 Capacidad De Producción Y/O Comercialización Por Unidad De Tiempo.	79
16.2.3. Unidad De Empaque Y Etiquetado Para La Exportación.	80

16.3 Unidad Empresarial Exportadora	82
16.3.1 Tipo De Sociedad	82
16.3.2 Razón Social.....	82
16.3.3 Misión Y Visión	82
16.3.4 Principios Y Valores.....	83
16.3.5 Políticas De La Empresa	84
15.3.6 Organigrama De La Empresa	84
16.3.7 Necesidades Del Personal.	86
17. Plan Exportador	88
17.1 Régimen De Exportación:.....	88
17.2. Trámites Del Proceso Exportador	88
17.2.1. Posición Arancelaria	90
17.2.2. Permisos Previos Y/O Vistos Buenos	91
17.2.3. Término De Negociación.	91
17.2.4 Agente De Carga Y/O Tipo De Transporte.....	92
17.2.5. Medio De Pago.	92
17.2.6 Contrato De Exportación.....	92
CONTRATO DE EXPORTACIÓN.....	92
CLÁUSULAS	93
17.3. El Proceso General De Una Exportación.	96
17.3.1. Documentación.....	96
18. Estudio Económico.	97
18.1 Presupuesto de gastos operativos	97
18.1.2 Presupuesto de inversiones fijas.....	98
18.1.3. Presupuesto de capital de trabajo.....	99
18.1.4. Total Inversiones Preliminares- Capital Semilla.	100
18.2. Balance General De Constitución O Apertura.	100
18.3.1 Producción Exportable	101
18.4.1 Prorrata De Gastos Comunes	102
18.5 ESTADO DE RESULTADOS.....	107
18.6 FLUJO NETO.....	108
18.7 VPN Y TIR.....	109

19. Punto De Equilibrio.....	110
CONCLUSIONES	111
RECOMENDACIONES	114

1. Introducción

El presente proyecto muestra el proceso que se lleva a cabo al momento de iniciar una exportación en Colombia.

La globalización es el tema central, puesto que sin esta no sería posible generar el intercambio de mercancías, pero, ¿Qué es la globalización? Es la integración e intercambio de bienes y servicios entre países. Frente a esta situación las empresas se ven obligadas a cambiar sus estrategias para ser más competitivas en el mercado internacional. En Colombia existen muchos tratados de libre comercio que nos benefician en el sector de la economía.

La exportación de salchichón desde Cali, hacia Buenos Aires, es un tema de gran interés debido a las oportunidades que ofrece el mercado Argentino. Este trabajo explora la viabilidad de este proceso considerando factores como la demanda local, las regulaciones comerciales, los costos logísticos y la competencia en la industria de alimentos cárnicos.

Además analiza los beneficios potenciales de esta exportación para los productores de salchichas en Cali y su impacto en la economía local y regional.

Esta exportación a Argentina es un componente importante de las relaciones comerciales entre estos dos países Latinoamericanos. Colombia es conocida por su producción de diversos bienes, desde productos agrícolas hasta manufacturas y Argentina representa un mercado de considerable tamaño en la región. Esta relación

comercial presenta oportunidades significativas para las empresas colombianas que desean expandir sus operaciones y llegar a un público argentino. Sin embargo, es fundamental comprender las normativas y regulaciones aduaneras, así como las particularidades del mercado argentino para tener éxito en este proceso.

En el desarrollo de este estudio se enfatizan la importancia de establecer un proceso de inteligencia de mercado que permita identificar oportunidades y regulaciones en el mercado de destino. Además, se aborda el cumplimiento de normas específicas de embalaje, etiquetado y transporte para garantizar la calidad del producto durante su traslado. Se incluye un análisis administrativo y legal para gestionar los requisitos sanitarios y aduaneros, complementado con un estudio financiero que busca optimizar costos y maximizar la rentabilidad. Finalmente, se plantean estrategias enfocadas en la sostenibilidad ambiental, como el uso de materiales reciclables y el transporte eficiente, asegurando un proceso logístico competitivo y respetuoso con el medio ambiente.

Este trabajo es el resultado de un procedimiento de aprendizaje en la carrera de técnico de Procesos en Comercio Exterior, en el Instituto Técnico Nacional De Comercio “Simón Rodríguez”, A continuación, se presentará el plan de exportación de embutidos (salchichones) para el mercado de Buenos Aires- Argentina como país elegido.

1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.

Se visualiza la oportunidad de exportar embutidos (salchichones) desde Cali, Colombia, hacia un mercado de alto consumo como lo es Buenos Aires, Argentina

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.

En estos años ha venido creciendo el fenómeno llamado globalización, esta interacción entre países ha hecho que se compartan tradiciones y culturas alrededor del mundo, y también ha facilitado y favorecido al comercio convirtiéndolo en lo que es ahora: el intercambio de bienes y servicios alrededor del mundo (Importación y Exportación).

El avance tecnológico y mercantil afecta de manera directa a las empresas, algunas incluso se ven obligadas a extender su mercado en el exterior, puesto que ahora los clientes cuentan con una gran variedad de oferta nacional o internacional.

Hablando de esto es propicio mencionar que, en el mercado de las carnes frías o los embutidos, los consumidores antes se limitaban a conseguirlos en sus zonas locales y reconociendo que este producto siempre ha mantenido una demanda alta, la oferta ha crecido de modo que los consumidores pueden conseguir lo que deseen procedente de cualquier lugar en el mundo.

Todo este furor, por crear servicios nuevos surge a la respuesta de la dura competencia en los últimos años. Ahora más que nunca los clientes demandan servicios de calidad que cumplan con sus expectativas.

Partiendo de esto, este proyecto tiene como finalidad encontrar la viabilidad para exportar carnes frías (salchichones) hacia Buenos Aires, Argentina.

1.3 Descripción De La Unidad De Análisis:

El salchichón es un embutido que se originó en Europa, específicamente en países como España, Italia y Alemania.

Su origen se remonta a la antigüedad, donde se elaboraba como una forma de conservar la carne. Consiste en carne de cerdo, res o pollo picada y sazonada con aliños, embutida en una tripa y luego curada para su conservación. Su creación se debe a la necesidad de preservar la carne por períodos prolongados antes de la llegada de los métodos modernos de refrigeración.

Suele tener un diámetro que varía entre 5 y 10 cm y puede alcanzar una longitud hasta de 40 cm, dependiendo de su modo de fabricación. Después de su elaboración se debe curar durante un periodo de tiempo para desarrollar su sabor, es un elemento muy apreciado en la gastronomía mediterránea, como ingrediente en diversos platos.

El consumo de embutidos en Argentina (buenos aires) es bastante alto y variado, los más populares son, el salchichón, salame, chorizo y la morcilla. Estos productos son consumidos como parte de comidas principales, (sándwich, picadas) o en platos tradicionales, (empanadas y pizzas). Argentina representa una influencia de culturas culinarias que han contribuido a la cocina de todo Iberoamérica.

2. Planteamiento Del Problema.

2.1. Diagnóstico Del Problema.

Síntomas	Causas	Pronóstico	C. de pronóstico
Alta demanda del producto (salchichón) En Buenos Aires, Argentina.	No hay suficiente producción, la infraestructura de la empresa no es suficiente para atender la demanda creciente.	Aumentar los precios del producto en el país de destino. (Buenos aires).	Exportación masiva de embutidos (salchichones) de todo tipo desde Cali, COL a Buenos Aires, ARG
Gustos y preferencias por los embutidos en Buenos Aires Argentina.	Falta de variedad (siempre el mismo salchichón tradicional).	Aumento de productos sustitutos e ingreso de nuevos competidores.	
Alto consumo de embutidos por parte de familias compuestas.	Preferencias culturales, los gustos locales podrian no alinearse con el tipo de embutidos que la empresa ofrece.	Habrà preferencias para las marcas de siempre (monopolio del producto)	
Variedad de preparación de embutidos.	Argentina es un país altamente consumidor del producto.	Un mercado receptivo a importaciones culinarias en este caso salchichones.	

3. Formulación Del Problema.

¿Cuál es la viabilidad para exportar embutidos (salchichones) desde Cali, Colombia hacia Buenos Aires, Argentina?

3.1 Sistematización Del Problema.

¿Cómo crear inteligencia de mercado para la exportación de salchichones desde Cali, Colombia hacia Buenos Aires, Argentina?

¿Cuáles son las normas técnicas y legales en el proceso de empaque y embalaje para la exportación y transporte?

¿Qué procedimiento se debe llevar a cabo para conocer los aspectos administrativos necesarios para la exportación?

¿Cuáles son los estudios de orden económico y financiero necesarios para la viabilidad del proceso de exportación de salchichones?

¿Qué procesos logísticos deben realizarse para la eficiencia en el proceso de exportación de salchichones desde Cali hacia Buenos Aires sin que esto afecte el medio ambiente?

¿Es necesario realizar ajustes en el proceso de producción o empaque para cumplir con las normas y regulaciones Argentinas, y cuanto costara?

¿Cómo afecta la inflación en Argentina el precio de venta y la rentabilidad proyectada?

4. Objetivo General.

Realizar un estudio de factibilidad para determinar la viabilidad de exportar salchichones desde Cali, Col hacia Buenos Aires, Arg. Con el fin de validar la oportunidad de comercializar este producto en un mercado altamente demandado.

4.1. Objetivos Específicos.

- Establecer un proceso de inteligencia de mercado para la exportación desde Cali, Colombia hacia Buenos Aires, Argentina.
- Determinar las normas para el embalaje, empaque y transporte para la exportación desde Cali, Colombia hacia Buenos Aires, Argentina.
- Efectuar un estudio administrativo y legal para exportar desde Cali, Colombia hacia Buenos Aires, Argentina.
- Investigar los costos financieros y económicos para la exportación desde Cali, Colombia hacia Buenos Aires, Argentina.
- Determinar estrategias de impacto afectivo en el medio ambiente que se puedan generar en el proceso de exportación desde Cali, Colombia hacia Buenos Aires, Argentina.

5. Justificación Teórica.

Este proyecto aplica principios claves como la ventaja competitiva, análisis de costo-beneficio, ciclo de vida de un producto, para evaluar su viabilidad y potencial impacto económico.

- Teoría sobre el estudio costo-beneficio:

Irving Fisher propuso que la maximización del bienestar social, se logra cuando el costo marginal y el beneficio marginal son iguales. Esta idea facilita un criterio claro para evaluar proyectos y políticas económicas. Además, Fisher introdujo el concepto de descuento social, una herramienta clave para valorar los beneficios y costos futuros en términos de su valor presente.

- Teoría de competitividad:

Michael Porter sostiene que la ventaja competitiva de una empresa radica en su capacidad de diferenciarse mediante operaciones únicas y actividades estratégicas. Estas ventajas permiten destacarse en la industria y obtener un rendimiento superior al de la competencia, garantizando una rentabilidad sostenible a largo plazo.

- Teoría vida de un producto:

El ciclo de vida de un producto abarca cuatro etapas: introducción, crecimiento, madurez, y declive. Cada fase tiene características específicas y requiere estrategias adaptadas para maximizar el éxito y la permanencia del producto en el mercado.

- Teoría de ventaja competitiva:

La ventaja competitiva se refiere a la capacidad de una empresa para superar a sus competidores a través de factores como innovación, calidad y estrategias de mercado. Esta

teoría es fundamental en la planificación empresarial, ya que permite desarrollar estrategias que refuercen o mejoren la posición de la empresa en su sector.

- Teoría Análisis Sectorial según Michael Porter.

El análisis de las cinco fuerzas de Porter indica que la exportación enfrenta desafíos significativos. La amenaza de nuevos competidores es alta debido a las regulaciones de calidad, mientras que el poder de negociación de los clientes es considerable debido a la demanda variable y la competencia en el mercado argentino.

Para mitigar estos desafíos, es crucial implementar estrategias de diferenciación del producto, optimizar la eficiencia logística y fortalecer la presencia en Argentina.

5.1. Justificación Práctica.

Este proyecto servirá como herramienta estratégica para tomar decisiones informadas y maximizar las probabilidades de éxito en la exportación de salchichones hacia Buenos Aires, Argentina. Intenalco contribuye significativamente en la elaboración de proyectos para el desarrollo cognitivo de los estudiantes mediante una combinación sólida de formación académica, ofreciendo programas de estudio en comercio internacional, logística, economía y otras disciplinas relevantes en el comercio exterior. Estos programas proporcionan a los estudiantes bases teóricas y sólidas para comprender los principios fundamentales del comercio internacional.

5.2. Justificación Metodológica.

En este proyecto la investigación descriptiva ofrece un análisis detallado del mercado objetivo, abarcando las preferencias de los consumidores argentinos, el panorama competitivo local, las regulaciones comerciales y sanitarias, así como las oportunidades y desafíos que implica la exportación desde Cali, Colombia, hacia Buenos Aires Argentina.

Para ello, se empleara un enfoque cualitativo de carácter terciario, basado en fuentes obtenidas a través de redes, estudios previos y datos recopilados en internet. Este método permitirá una comprensión más profunda y contextualizada del mercado, identificando los factores que influyen en la demanda y aceptación de los salchichones en Buenos Aires.

6. Marcos De Referencia.

6.1 Antecedentes De La Investigación

1. Factibilidad para la exportación de embutidos chorizo desde Colombia hacia Japón, elaborado por Daniel Martínez Gonzales y Sebastián Colorado Hincapié en el año 2019.

Este trabajo desarrolla una investigación con el objetivo de evaluar la factibilidad del proceso de exportación de chorizos de pollo desde Colombia hacia Japón. En la primera parte, se realiza un estudio del mercado objetivo y de la industria del sector cárnico tanto a nivel nacional como internacional.

Posteriormente, se analizan los requisitos legales y logísticos necesarios para el proceso de exportación, que incluyen la producción, empaque, embalaje, tránsito por aduanas y transporte. Finalmente, se elabora una evaluación financiera del proceso para establecer los costos de producción, costos logísticos, proyección de ventas, precio de venta y el punto de equilibrio. A partir de esta información, se estiman también el estado de resultados, el balance general y el flujo de efectivo de toda la operación

El estudio concluye que la exportación de chorizos de pollo de Colombia a Japón es factible desde el punto de vista financiero y logístico. Se establece que, a través de una adecuada planificación y cumplimiento de los requisitos legales y logísticos, el proyecto puede ser rentable. La evaluación financiera muestra un flujo de caja positivo y un balance general favorable, lo que indica un potencial éxito para la operación en términos económicos. Además, el análisis de mercado sugiere que

existe una demanda en Japón que puede ser satisfecha por los productos colombianos, consolidando así una oportunidad viable para la internacionalización de los chorizos de pollo colombianos.

2. Elaboración de un plan de exportación de la empresa Bombolandia Ltda.

Elaborado por Yesica Paola Ruiz en el año 2013.

Este proyecto ofrece un análisis detallado de los aspectos clave para expandir el negocio internacionalmente. Ruiz demuestra un entendimiento profundo de las estrategias de exportación, incluyendo investigación de mercado, identificación de clientes potenciales y análisis de riesgos.

La conclusión destaca la viabilidad de la expansión internacional para Bombolandia Ltda y proporciona recomendaciones prácticas para su implementación exitosa, ofreciendo así una guía sólida para el crecimiento empresarial.

3. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de chorizos de cerdo, en el municipio de Santander de Quilichao. Elaborado por Rafael Andrés Guauña Aguilar en el año 2015.

El propósito de este proyecto es ofrecer un análisis exhaustivo sobre la viabilidad de establecer una empresa dedicada a la producción y comercialización de chorizos de cerdo en una ubicación específica. Guauña examina detalladamente aspectos como la demanda del mercado, los recursos necesarios, los costos de producción y los posibles obstáculos.

Concluye destacando la viabilidad del proyecto y proporciona recomendaciones estratégicas para su implementación exitosa, ofreciendo una visión clara para los potenciales inversores o emprendedores interesados en esta industria.

Objetivos:

Generar estudios que lleven a la factibilidad y viabilidad de exportar productos, embutidos, cárnicos hacia otros países y/o ciudades (Japón, República Dominicana Santander) con base en investigaciones u otras herramientas.

Conclusiones:

Crear planes de exportación que resulten fructíferos y que brinden información amplia de los países candidatos a estas exportaciones, teniendo en cuenta todos los parámetros y leyes que conlleva esta actividad, para tener una exportación exitosa.

7. Diseño Metodológico

7.1 Estudio De Viabilidad:

Dado los objetivos planteados al comienzo de este trabajo la exportación de embutidos desde Cali, Colombia, hacia Buenos Aires Argentina es viable debido al potencial mercado en Argentina y la calidad de los productos Colombianos. Es imperioso establecer un proceso de inteligencia de mercado para comprender la demanda y preferencias del consumidor argentino. La identificación de normas de embalaje, empaque y transporte debe cumplir con las regulaciones internacionales y adaptarse a las necesidades específicas del producto. Un estudio legal y administrativo es esencial para obtener las licencias necesarias y cumplir con los requisitos aduaneros. Investigar los costos financieros y económicos permitirá evaluar la rentabilidad de la exportación. Implementar estrategias ambientales, como el uso de embalajes sostenibles, puede mejorar la imagen de la empresa y abrir nuevos mercados. En resumen, con un enfoque integral y recursos adecuados, la exportación de salchichones desde Cali hacia Buenos Aires es factible.

- Análisis de impacto social y ambiental: Ambientalmente, el uso de embalajes sostenibles y la implementación de prácticas de transportes aptos y vigorosos pueden reducir la huella de carbono y promover la conservación del medio ambiente. Sin embargo, es importante monitorear y mitigar posibles impactos negativos, como el uso excesivo de recursos naturales y la generación de residuos. positivo

al promover prácticas sostenibles, siempre y cuando se gestionen adecuadamente los posibles impactos negativos.

- **Recolección de Datos:** La anterior información fue recolectada gracias a fuentes como, entrevistas, revistas, sitios web y portales instituciones como Procolombia, Min. cultura, etc

7.2 Clase O Tipo De Investigación:

El presente estudio implica una investigación descriptiva debido a la necesidad de comprender y describir detalladamente aspectos específicos relacionados con el tema en cuestión. En este contexto, una investigación descriptiva es fundamental para identificar patrones, tendencias o características relevantes que servirán de base para la toma de decisiones o para la implementación de acciones futuras en el desarrollo del trabajo o proyecto.

Un método de enfoque cualitativo es la mejor opción para este proyecto debido a su capacidad para explorar en profundidad los fenómenos y contextos específicos que se están investigando. Dado que el objetivo principal es comprender y describir detalladamente aspectos particulares, como patrones de comportamiento, percepciones o experiencias, un enfoque cualitativo permite capturar la riqueza y la complejidad de estos aspectos a través de técnicas como entrevistas, observaciones y análisis de contenido. Esto garantiza una comprensión holística y profunda del tema.

7.3 Método De Investigación:

El estudio de factibilidad para exportar salchichones desde Cali hacia Buenos Aires se beneficiaría de un enfoque deductivo de investigación. Este método proporciona una dirección clara basada en una premisa general sobre la viabilidad del proyecto, permitiendo la evaluación de criterios específicos y la identificación de factores críticos de éxito. Además, orientaría la recopilación de datos hacia información relevante y específica, optimizando los esfuerzos de investigación. En resumen, el enfoque deductivo garantiza una evaluación rigurosa y eficiente de la viabilidad del proyecto de exportación.

8. Población Y Muestra

Población: La población serían todos los argentinos que viven en buenos aires y podrían ser potenciales consumidores de este producto.

Muestra: Selección representativa de la población en Buenos Aires, utilizada para realizar un análisis y tomar decisiones sobre la exportación.

- Variables:
- n. Tamaño de la muestra, es decir el número de la población seleccionados para el análisis.
- xi: Cada persona individual seleccionada para la muestra.
- x: Media muestral: que es la media de las características de la población en la muestra seleccionada.

Tamaño de la muestra: Se utiliza la fórmula de Cochran para determinar el tamaño de muestra necesario en función del tamaño de la población y la variabilidad esperada.

$$n = \frac{N \cdot p \cdot (1-p)}{N \cdot e^2 + p \cdot (1-p)}$$

Dónde:

- p. Proporción estimada de la población que tiene la característica de interés.
- e: Margen de error deseado.

9. Marco Teórico

Este marco teórico se fundamenta en dos teorías clave: la teoría de costo-beneficio de Irving Fisher y la teoría de competitividad de Michael Porter. Estas teorías proporcionan un enfoque integral para evaluar la rentabilidad y la sostenibilidad de la operación, así como para desarrollar estrategias competitivas efectivas.

Teoría de costo-beneficio según Irving Fisher y su aplicación al proyecto de Exportación de salchichones desde Cali, Col hacia Buenos Aires, Arg.

Esta teoría establece que la maximización del bienestar social se da cuando el costo marginal es igual al beneficio marginal, es decir, un proyecto es socialmente óptimo cuando el costo adicional de un bien es igual al beneficio adicional que esa unidad genera para la sociedad.

Esta teoría se puede aplicar al proyecto de exportación de la siguiente manera:

1. Identificación de costos y beneficios:

- Costos: Se incluiría los costos de producción de los salchichones, transporte desde Cali hasta Buenos Aires, aranceles y otros costos asociados con la exportación.
- Beneficios: Incluiría los ingresos por ventas de salchichones en el mercado Argentino, el aumento de la demanda de productos colombianos en Argentina y el potencial para desarrollar una reputación positiva para los salchichones colombianos en el mercado internacional.
- Evaluación de costos y beneficios marginales:

- Se comparan todos los costos marginales adicionales de producir y exportar una unidad adicional de salchichones con los beneficios marginales adicionales que esa unidad generaría en términos de ingresos y otros impactos positivos.
- Determinación de la eficiencia del proyecto:
- Si los costos marginales son menores que los beneficios marginales, el proyecto será eficiente y socialmente deseable según esta teoría. Esto indicaría que la exportación de salchichones desde Cali hacia Buenos Aires maximizará el bienestar social al favorecer las ventajas comparativas de Colombia en la producción de alimentos y satisfacer la demanda en el mercado argentino.
- Consideración de factores contextuales:
- Se tendrán en cuenta factores contextuales como la estabilidad económica y política en ambos países, las regulaciones comerciales de salud en Argentina, las tendencias de consumo y la competencia en el mercado de embutidos argentino.

En conclusión la teoría de costo-beneficio de Irving Fisher proporciona un marco de análisis muy valioso para evaluar la viabilidad y el impacto de un proyecto de exportación desde Cali, Col hacia Buenos Aires, Arg. Al aplicar esta teoría, se puede determinar si el proyecto contribuirá positivamente al bienestar social y equilibrar los costos beneficios asociados con la exportación.

Teoría de competitividad según Michael Porter y su Aplicación al proyecto de exportación de salchichones desde Cali, Colombia hacia Buenos Aires Argentina.

La teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter sostiene que una empresa puede alcanzar y mantener una posición de liderazgo en su industria al adoptar estrategias que le permitan diferenciarse de sus competidores o lograr costos más bajos que estos, Esta ventaja competitiva puede surgir de factores como la innovación, la calidad del producto, la eficiencia operativa o el acceso a recursos exclusivos.

1. Análisis de los cinco factores de Porter:

- Amenaza de nuevos participantes: Se evaluará la facilidad con la que nuevas empresas podrán ingresar al mercado de embutidos en Buenos Aires y competir con los salchichones de Cal. Factores como las barreras de entrada, economías de escala y regulaciones comerciales serán tomadas en cuenta.
- Poder de negociación de los proveedores: Se Analizaría la capacidad de los proveedores de materias primas en Cali para influir en los precios y la calidad de los ingredientes necesarios para la producción de salchichones.
- Poder de negociación de los compradores: Se evaluará la capacidad de los compradores en Buenos Aires para influir en los precios y condiciones de venta de los salchichones colombianos, contemplando factores como la disponibilidad de productos sustitutos y la lealtad hacia marcas locales.
- Productos sustitutos: Se identifican los productos que compiten directamente con los salchichones colombianos en el mercado argentino y se evaluaría su disponibilidad, precio, calidad en relación con los salchichones.

- Rivalidad entre competidores: Se analizaría el nivel de competencia entre los productores de embutidos en Buenos Aires y cómo esto influye en la aceptación y posicionamiento de los salchichones colombianos en el mercado.
- Desarrollo de estrategias competitivas:
- Basándose en el análisis de los cinco factores, se diseñarían estrategias para aprovechar las fortalezas de los salchichones de Cali y disminuir las amenazas identificadas en el mercado de Buenos Aires. Esto podría incluir estrategias de diferenciación como promover la calidad y la autenticidad de los salchichones colombianos, o estrategias de costos bajos, como optimizar la cadena de suministros y logística para reducir precios de venta.
- Creación de barreras de entradas sostenibles:
- Se buscaría establecer ventajas competitivas sostenibles que dificulten a los competidores ingresar al mercado o imitar el éxito de los salchichones colombianos en Buenos Aires. Esto podría lograrse a través de inversiones en tecnología, desarrollo de marca y relaciones sólidas con distribuidores y minoristas en Argentina.
- Adaptación continua y mejora:
- Se implementará un proceso de monitoreo y adaptación continuos para asegurar que las estrategias sean efectivas en un entorno comercial dinámico, se realizarán ajustes según sea necesario para mantener la relevancia y competitividad de los salchichones colombianos en el mercado argentino.

El marco teórico proporciona una base sólida para evaluar la viabilidad de exportar salchichones desde Cali a Buenos Aires. La teoría de costo-beneficio de

Irving Fisher permite analizar si los ingresos generados superan los costos de producción, transporte y regulaciones, garantizando la rentabilidad del proyecto.

Por otro lado, la teoría de competitividad de Michael Porter ayuda a identificar estrategias para posicionar el producto en el mercado Argentino, diferenciándolo de la competencia y adaptándose a las condiciones del sector. Además el análisis de las cinco fuerzas de Porter permite anticipar desafíos como la presión de los competidores y el poder de negociación de los consumidores, facilitando la toma de decisiones estratégicas.

En conjunto, estas teorías permiten evaluar no solo la sostenibilidad económica del proyecto, sino también su potencial de crecimiento y aceptación en el mercado Argentino.

10. Marco Conceptual

Este Marco conceptual tiene como objetivo definir y contextualizar los conceptos clave relacionados con este proceso específico, proporcionando una base teórica para el análisis completo y la implementación de estrategias eficaces de exportación.

-GLOBALIZACIÓN: es un proceso político, económico, tecnológico, social y cultural a escala mundial que se funda en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo.

-INCOTERMS: son términos, de tres letras cada uno, que reflejan las normas de aceptación voluntaria por las partes en un contrato de compraventa internacional de mercancías acerca de las condiciones de entrega de las mercancías.

-INTEGRACIÓN ECONÓMICA: modelo por medio del cual los países pretenden beneficiarse mutuamente a través de la eliminación progresiva de barreras al comercio.

-INTELIGENCIA DE TRABAJO: se refiere a la capacidad de comprender, analizar y utilizar eficazmente la información relacionada con el entorno laboral

-INTERCAMBIO DE FACTORES: relación que expresa la capacidad de compra que tienen los productos nacionales vendidos en el extranjero.

-DEMOGRAFÍA: Es una ciencia que estudia estadísticamente las poblaciones humanas; su dimensión, estructura, evolución y características generales, así como los procesos concretos que determinan su formación, conservación y desaparición.

EXPORTACIÓN: Es el proceso de enviar bienes y servicios de un país a otro.

-IMPORTACIÓN: compra de bienes o servicios a un país extranjero para su utilización en territorio nacional.

-NEGOCIACIÓN: un proceso de comunicación entre al menos dos partes dirigidos a alcanzar un acuerdo sobre intereses que se perciben como divergentes.

-DECLARACIÓN: Es un documento mediante el cual el exportador o importador determina el régimen aduanero específico aplicable a las mercancías.

ARANCEL: Los aranceles generales son los derechos de aduana que se aplican en algunos países a países asociados que no sean miembros de la OMC. En general, son más altos que los aranceles NME (nación más favorecida).

Capacidad comercial: La aptitud (capacidad) de un país, en la esfera de la oferta, de aprovechar las oportunidades ofrecidas por el mercado mundial y del trato NMF o el acceso preferencial a los mercados.

IMPUESTO: Tributo que se exige en función de la capacidad económica de los obligados a su pago.

11. Marco Contextual

La exportación de salchichones desde Cali, Colombia, hacia Buenos Aires, Argentina se enmarca dentro de un contexto multifacético que requiere un análisis profundo de las características y condiciones de ambos países. Este marco contextual tiene como objetivo proporcionar una comprensión integral de los factores económicos, sociales, culturales, legales y logísticos que influyen en la viabilidad y el éxito de esta operación comercial.

ARGENTINA

EXPORTACIÓN: Es el proceso de enviar bienes y servicios de un país a otro.

UBICACIÓN GEOGRÁFICA: La ciudad de Buenos Aires se encuentra en Sudamérica, a 34° 36' de latitud sur y 58° 26' de longitud oeste, en la margen derecha del Río de la Plata.

DEMOGRAFÍA: Argentina cuenta con una población de 45.808.747 personas, por lo que puede considerarse un país con un número significativo de habitantes. Las principales características de la estructura de la población en Argentina: La población femenina es el 50,49% del total, ligeramente superior a la masculina.

MONEDA: El peso argentino (cuyo símbolo es \$) es la moneda de la República Argentina. El Banco Central de la República Argentina es quien se encarga de su emisión.

Los billetes argentinos actuales son de 10, 20, 50, 100, 200, 500, 1000 y 2000 pesos. Sin embargo, los cuatro primeros ya no se fabrican: simplemente siguen en circulación los ejemplares emitidos entre 1997 y 2018. Los más nuevos son de papel y

tienen elementos de seguridad, las monedas de Argentina son de 1, 2, 5 y 10 Pesos, así como de 1, 5, 10, 25 y 50 centavos. El centavo es la centésima parte de un peso. Los reversos de las monedas argentinas presentan animales, edificios o personajes ilustres de este país.

IDIOMA: - La lengua castellana o española, con las características dialectales de uso perdurable en el territorio de la Nación, es el idioma oficial y nacional de la República Argentina y las normas de la presente ley son de competencia federal.

CULTURA: La cultura argentina tiene como origen la mezcla de otras que se encontraron durante los años de las inmigraciones. En cuanto a sus ideologías se destacan sus pensamientos y lenguajes liberales o socialdemócratas, mucho valor a la libertad, también la democracia y el respeto a los derechos humanos.

Existe en el país una gran diversidad de actividades culturales y una importante actividad artística, en el teatro, la pintura, la escultura, la música, la literatura. Se ofrecen en todas las ciudades más importantes del país y fundamentalmente en Buenos Aires, diariamente, conferencias, conciertos, exposiciones, museos, cursos, funciones de teatro y ballet.

POLÍTICAS: Representativa, republicana y federal.

Representativa: significa que el pueblo gobierna por medio de representantes que elige por el voto, Republicana: se basa en la división, control y equilibrio entre los 3

Poderes:

El Poder Legislativo: que hace las leyes.

El Poder Ejecutivo: que ejecuta las leyes.

El Poder Judicial: que interpreta las leyes y las hace cumplir a través de sus sentencias.

Federal: permite que convivan dos clases de gobiernos, los gobiernos provinciales (ya que cada provincia se gobierna a sí misma) y el gobierno federal, que abarca todo el territorio de la nación.

COLOMBIA

UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Colombia se ubica en el extremo noroccidental de América del Sur, con una superficie de 1.141.748 Km², tiene costas en el Pacífico y en el Atlántico. Atravesada de Sur a Norte por los Andes que, cerca de la frontera meridional se dividen en tres ramales: cordilleras Occidental, Central y Oriental.

DEMOGRAFIA: La población de Colombia se compone etnográficamente por un 87.58% de blancos y mestizos, un 9.34% de afrocolombianos (negros, mulatos, palanqueros y raizales), un 4.4% de indígenas y un 0.006% de Rom (Gitanos).

MONEDA: La moneda oficial de Colombia es el peso colombiano (COP, cuyo símbolo es \$) se creó el Banco Nacional de la República de Colombia que, desde entonces, se encarga de emitir y gestionar esta moneda. En Colombia se usan los billetes de 100000, 50000, 20000, 10000, 5000 y 2000 pesos. Todos ellos son de papel y tienen la imagen de personas ilustres del país. En cuanto a las monedas de Colombia, su divisa contempla la circulación de piezas de 50, 100, 200, 500 y 1000 pesos colombianos. Un peso se divide en



12. Marco Temporal

Para la 1ra fase de este proyecto se realizará en el mes de **FEBRERO** hasta **MAYO** del año 2024.

Para la 2da fase del desarrollo del proyecto se realizará entre los meses de **AGOSTO** hasta **NOVIEMBRE** del 2024.

13. Marco Legal

La exportación de productos alimenticios, como los salchichones, desde Cali, Colombia, a Buenos Aires, Argentina, implica navegar un complejo marco legal y regulatorio. Este marco es crucial para garantizar que los productos cumplan con todas las normativas sanitarias y de calidad de ambos países, así como con los estándares internacionales. El conocimiento detallado de estas regulaciones es esencial para facilitar un comercio fluido, evitar problemas legales y asegurar la aceptación del producto en el mercado argentino. A continuación, se presenta un análisis del marco legal aplicable a esta operación de exportación.

Normas que regulan las exportaciones:

1. Aduanera:

-(Decreto 1165 del 2019): Herramienta que surge en respuesta a la necesidad de ampliar y armonizar la regulación aduanera vigente en Colombia y otorgar así estabilidad jurídica a las operaciones de comercio exterior.

-Resolución 46 del 2019): Aplicación de los principios y criterios generales previstos en la ley marco de aduanas, con el fin de facilitar las operaciones de comercio exterior y promover el control y el cumplimiento efectivo de la normatividad aduanera.

2. Cambiario:

Conjunto de normas que regulan el ingreso y egreso de divisas al país y son expedidos por la Junta Directiva del Banco de la República

- Resolución 1 de mayo 25 del 2018 de la JDDBR
- DCIN 83 del Banco de la República

Para determinar los costos de importación, se emplea una matriz que detalla diversos elementos como el costo del seguro, el flete internacional y el tipo de INCOTERM seleccionado.

Ley de emprendimiento

Ley 2969 de 2020, tiene como objetivo impulsar el emprendimiento y el crecimiento de empresas en el país con enfoque especial en pequeñas y medianas empresas.

MODALIDADES DE EXPORTACIÓN SEGÚN LEGISLACIÓN COLOMBIANA.

El régimen exportador se puede presentar en las siguientes modalidades.

1- EXPORTACIÓN DEFINITIVA

2- EXPORTACIÓN TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO PASIVO

3- EXPORTACIÓN PARA LA REIMPORTACIÓN EN EL MISMO ESTADO

4- REEXPORTACIÓN

5- REEMBARQUE

6- EXPORTACIÓN POR TRÁFICO POSTAL Y ENVÍOS URGENTES

7- EXPORTACIÓN DE MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL

8- EXPORTACIONES TEMPORALES REALIZADAS POR VIAJEROS

9- EXPORTACIÓN DE MENAJES

1. Exportación definitiva:

Salida de mercancía del territorio aduanero nacional con destino a otro país con el cumplimiento de las normas legales, con el fin de quedarse en el exterior.

2. Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo:

Es la modalidad de exportación que regula la salida temporal de mercancías nacionales o nacionalizadas , del territorio aduanero nacional para ser sometidas a transformación, elaboración o reparación en el exterior o en una zona franca debiendo ser reimportadas dentro del plazo señalado.

3. Exportación para reimportación en el mismo estado:

Modalidad de exportación que regula la salida temporal de mercancía, debe regresar en el mismo estado, sin modificaciones.

4. Reexportación:

Modalidad de exportación que regula la salida definitiva del territorio aduanero nacional de mercancías que estuvieron sometidas a una modalidad de transformación y/o ensamble.

5. Reembarque:

Salida de una mercancía que llegó al territorio aduanero nacional, pero no se le aplicó ninguna modalidad de importación.

6. Exportación por tráfico postal y envíos urgentes:

Envíos de correspondencia, salen por la "red oficial de correos y envíos urgente", siempre que su valor no exceda de dos mil dólares (US\$2.000) y requieran ágil entrega a su destinatario.

7. Exportación de muestras sin valor comercial:

Muestras de productos que se exportan para darse a conocer o ser investigadas.

8. Exportaciones temporales realizadas por viajeros:

Muestras de productos que se exportan para darse a conocer o ser investigadas.

9. Exportación de menajes: modalidad de exportación las mercancías nacionales. (Productos electrónicos) que serán llevadas consigo y deseen ser reimportadas sin pagos de tributos aduaneros.

4.3 Requisitos y Obligaciones:

LISTADO DE PASOS PARA EXPORTAR SEGÚN PROEXPORT:

Pasos a seguir para exportar bienes:

Registro como exportador:

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

Estudio de mercado y localización de la demanda potencial:

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

Ubicación de la posición arancelaria:

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

Procedimientos de visto bueno:

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

Procedimientos aduaneros para despacho ante la DIAN:

- Cuando tenga lista la mercancía verifique términos de negociación.
- Puede utilizar un agente de carga o marítimo para la contratación de transporte internacional.
- En la DIAN del Puerto, Aeropuerto o Paso de Frontera, puede solicitar la Solicitud de Autorización de Embarque.
- Si la exportación tiene un valor superior a USD 10.000, este procedimiento se debe hacer a través de una Agencia de Aduanas

Medios de pago:

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

Procedimientos cambiarios o reintegro de divisas debe reintegrar las divisas:

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

1. Registro del exportador.

2. Obtención de certificaciones (Dian, Certificado de origen, ICA, invima).

3. Declaración de Aduanas (Declaración de exportación, factura comercial, lista de empaque)

4. Transporte y envío. (guía de embarque)

5. Pago documentación (carta crédito, documentos bancarios)

14. Línea De Investigación:

Este trabajo forma parte del área de investigación del programa Técnico Profesional en Procesos Administrativos del Instituto Técnico Nacional de Comercio "Simón Rodríguez", centrado en el fomento del emprendimiento a través de la creación de empresas mediante procesos de exportación e importación.

14.1 Delimitación Del Objeto De Estudio:

La investigación de este proyecto se llevará a cabo en el área comprendida por las ciudades de Cali la cual se ubican en la región del Valle del Cauca.

15. Estudio De Mercado.

15.1 Análisis Del Sector.

15.1.1 Sector Exportador De Productos Cárnicos En Colombia.

Los embutidos en el mercado colombiano toman un papel fundamental en el diario vivir de los hogares nacionales, ya que se contempla como unos de los productos que más se consumen en el día a día; además este sector tiene gran importancia en la economía nacional, debido a que impulsa a grandes y pequeños ganaderos, adicionalmente la carne bovina colombiana tiene estándares de alta calidad y en promedio genera más de 150.000 empleos en el año.

De acuerdo con ProColombia, para tener éxito en el proceso de exportación de carne se deben tener en cuenta los siguientes requisitos básicos: el exportador debe definir cuál es el producto que va a exportar, ya sea bovino o porcino y definir la partida arancelaria adecuada; establecer los cortes que se van a comercializar; tener los vistos buenos establecidos por las entidades sanitarias como el Invima o el ICA; contar con el frigorífico que debe estar autorizado para realizar el proceso de exportación. Adicionalmente, se deben cumplir con los requisitos que exige el país al que se va a vender la carne, en este punto es indispensable entender que cada nación tiene sus propios requerimientos.

El mercado de cárnicos en Colombia tiene un panorama prometedor, no solo porque en 2014 la producción ascendió a cerca de \$15,6 billones y las exportaciones a \$86.675

millones (entre enero y octubre), sino porque mediante los tratados de libre comercio se han dado las condiciones para que la industria siga creciendo en 2015.

En ese renglón, las ventas externas de embutidos llegaron a \$68,9 millones (6.485 kilogramos), es decir que solo representaron 0,07% del monto total. Si bien las ventas anuales han crecido 5% en promedio, este margen demuestra que la penetración del mercado internacional aún es marginal y pone a los industriales frente a dos escenarios: el 1ro, la oportunidad de ampliar su mercado y, 2do, el reto de atraer a los consumidores.

Sin embargo, la crisis económica internacional se sentirá en América Latina en una reducción de la demanda de alimentos. Entre otros factores, porque el crecimiento de los países asiáticos, que mueven 40% de la economía global según el Banco Mundial, sigue desacelerándose.

Es por eso que las empresas de la industria de alimentos deberán consolidar los mercados que ya han conquistado, principalmente en los países en desarrollo que llamarán la demanda de alimentos en los próximos años.

Tanto los embutidos como otros productos del sector cárnico se están perfilando para un consumidor exigente, con poco tiempo y que necesita de alimentos nutritivos. Por eso las empresas le están apostando a la conveniencia, para atraer a este público.

15.1.2 Mercado Del Producto En El Exterior:

Los embutidos argentinos son altamente valorados tanto en el mercado interno como en el extranjero, consolidándose como una parte esencial de la gastronomía del país. Muchos turistas que visitan argentina lo consideran una experiencia culinaria

imprescindible, mientras que para los argentinos forma parte de su dieta diaria debido a la variedad en sus ingredientes método de elaboración y formas de cocción.

En los últimos cinco años, el consumo de carne porcina y fiambres ha crecido a una tasa superior al 10% anual, alcanzando un promedio de 15 kilos por persona al año. En total, los argentinos consumen aproximadamente 125 kilos anuales de productos cárnicos, con la carne vacuna liderando la preferencia (47,2 kilos per cápita), seguida por la carne de ave (46 kilos) y la carne porcina (16,6 kilos). Sin embargo, los cortes de cerdo han mostrado el mayor crecimiento de demanda, pasando de ser un producto de consumo principalmente indirecto a través de fiambres y embutidos a consolidarse como una opción de consumo fresco.

Este auge de sector porcino tiene tanto ventajas como desafíos. Por un lado, el reconocimiento de sus beneficios nutricionales y su versatilidad han impulsado su consumo, desplazando en parte a la carne vacuna. No obstante, la equiparación de precios con esta última ha intensificado la competencia en el mercado, obligando al sector a innovar y diferenciarse para mantener su crecimiento. La tendencia indica que la carne porcina y las aves continuaran ganando participación en el mercado argentino, consolidando un cambio en los hábitos de consumo de proteínas de origen animal.

- Oferta y demanda:

Este cambio en los hábitos de consumo abre una oportunidad para la entrada de productos como el salchichón colombiano en el mercado de Buenos Aires, donde la demanda por embutidos sigue en crecimiento. La preferencia por carnes procesadas y de fácil preparación ha generado un nicho favorable para los productos importados que

ofrecen calidad y diferenciación en el sabor. En este contexto los salchichones pueden posicionarse como una alternativa atractiva para los consumidores porteños, respondiendo a las tendencias actuales del mercado y fortaleciendo la oferta de embutidos en Argentina.

15.1.3 Análisis DOFA

Oportunidades: · El mercado exige mejores condiciones y calidad debido a la competencia. · Mayor aceptación de las carnes frías por las nuevas generaciones. · Tendencia a consumir productos de fácil y rápida preparación. · Innovación en la creación de embutidos de distintas carnes. · Productos de alta calidad. · Facilidad de exportación con los TLC.	Amenazas: · Gran cantidad de competidores y oligopolio del grupo Zenú en Colombia. · Seguridad y problemas de orden público. · Mayores exigencias aduaneras. · Obsolescencia de maquinarias por la adopción de tecnología extranjera. · Pérdida de estrategias creativas frente a la competencia.
Fortalezas: · Integración de toda la cadena de producción. · Producto con altos niveles de calidad. · Productores de la materia prima, lo que permite precios bajos. · Buenos márgenes de utilidad bruta debido a la dolarización. · Producción a bajo costo en Colombia (pesos) y venta en dólares.	Debilidades: · La marca de PaLa no es muy reconocida en Argentina. · Poco presupuesto para competir con grandes marcas. · Poca inversión en degustaciones y eventos promocionales. · Dependencia de las decisiones gubernamentales en Argentina. · Nula experiencia en el sector internacional. · Gastos de promoción.

15.1.4. Análisis De Maicol Porter.

- Productores potenciales: competencia directa.

¿Cuáles son los países que exportan embutidos?

¿Existen muchos países que exportan embutidos?

Los países que lideran la exportación de embutidos suelen tener una sólida tradición en la elaboración de carnes procesadas, entre los principales se encuentran: Italia, Alemania, España, Brasil y estados unidos, estos países poseen industrias bien establecidas y redes de distribución bien eficaces que les permiten exportar grandes cantidades de embutidos a nivel mundial.

- Productos sustitutos.

Amenaza de Productos Sustitutos:

Alternativas a los embutidos: Los salchichones de Pala Embutidos enfrentan competencia de productos sustitutos como **salchichas**, **chorizos** y **embutidos vegetales**, que son populares en diversos mercados. El poder de negociación de los compradores puede ser alto o bajo: si es alto, los consumidores pueden exigir precios más bajos y mejor calidad, lo que podría reducir los márgenes de ganancia de Pala. En cambio, si el poder es bajo, la empresa puede mantener precios más altos y disfrutar de mayores márgenes. Así, la dinámica entre los productos sustitutos y el poder de negociación influye directamente en la estrategia de precios de Pala Embutidos, afectando su competitividad en el mercado.

- Rivalidad de competidores.

Para competir eficazmente en la industria de embutidos en un mercado competitivo como Argentina, una empresa colombiana debe centrarse en tres áreas clave: precio, calidad y diferenciación. Las empresas exportadoras como **Smithfield Foods**, **Kraft Heinz**, **Fuchs**, **Campofrío**, **Frime** y **Cargill** representan una competencia directa para Pala Embutidos debido a su amplia gama de productos de alta calidad en el sector de embutidos. **Smithfield** y **Kraft Heinz** ofrecen salchichas variadas y reconocidas en el mercado estadounidense, mientras que **Fuchs** y **Campofrío** destacan por su experiencia en chorizos gourmet y productos curados, apelando a consumidores que buscan calidad y tradición. **Frime** y **Cargill** aportan innovaciones en salchichas de pollo y pavo, lo que les permite captar a quienes buscan opciones más saludables. En conjunto, estas marcas, con su fuerte presencia en mercados internacionales y reputación consolidada, constituyen un desafío significativo para la posición de Pala Embutidos.

- Poder de negociación de los compradores.

Preferencias Locales: Los consumidores argentinos pueden tener preferencias específicas en términos de sabor y calidad de embutidos. La empresa colombiana necesita entender estas preferencias para adaptar su oferta.

Sensibilidad al Precio: Los consumidores pueden ser sensibles a los precios, lo que puede hacer que el mercado sea competitivo en términos de costos.

- Poder de negociación de los proveedores.

Disponibilidad de Insumos: La calidad y costo de los ingredientes para embutidos son críticos. La empresa colombiana debe asegurarse de que puede mantener un suministro estable y a buen precio para competir eficazmente.

Relaciones con Proveedores: Establecer buenas relaciones con proveedores puede ser crucial para obtener productos de alta calidad y a precios competitivos.

15.2. Inteligencia De Mercados

15.2.1 Posibles Mercados Para Exportación Del Producto:

-España.

Ubicada en Europa sudoccidental, España es un país con una rica historia y cultura. Su capital es Madrid y su población es de 46,7 millones. La economía española se basa en servicios, industria y turismo. Es famoso por su arte, arquitectura, gastronomía y fútbol.

Moneda: Euro (EUR)

Religión: Predominantemente católica, con una creciente diversidad religiosa.

Población: Aproximadamente 47 millones.

Cultura: Rica en historia, arte y tradiciones. Conocida por su gastronomía, festivales como la Feria de Abril y la Semana Santa.

-Argentina.

-Brasil.

Situado en América del Sur, Brasil es el país más grande de Latinoamérica. Su capital es Brasilia y su población es de 212 millones. La economía brasileña se centra en agricultura, minería, industria y servicios. Es conocido por su Carnaval, fútbol, Amazonas y playas.

Moneda: Real (BRL)

Religión: Mayoritariamente cristiana (católica y protestante), con influencias de religiones afrobrasileñas.

Población: Alrededor de 213 millones.

Cultura: Diversa, influenciada por indígenas, africanos y europeos. Celebraciones como el Carnaval y la música samba son emblemáticas.

-Estados Unidos.

Ubicado en América del Norte, Estados Unidos es una potencia económica y cultural. Su capital es Washington D.C. y su población es de 331 millones. La economía estadounidense se basa en servicios, tecnología, industria y comercio. Es famoso por su diversidad cultural, innovación, música y cine.

Moneda: Dólar estadounidense (USD)

Religión: Gran diversidad religiosa, con predominancia del cristianismo (protestantes y católicos).

Población: Aproximadamente 331 millones.

Cultura: Variedad de culturas y subculturas. Conocido por su influencia en música, cine y tecnología.

-Perú

Situado en América del Sur, Perú es un país con una rica herencia inca. Su capital es Lima y su población es de 32 millones. La economía peruana se centra en minería, agricultura, industria y turismo. Es conocido por su gastronomía, Machu Picchu, textiles y cultura andina.

Moneda: Sol peruano (PEN)

Religión: Principalmente católica, con influencias indígenas.

Población: Cerca de 33 millones.

Cultura: Riqueza en tradiciones indígenas y coloniales, famosa por su gastronomía, como el ceviche y platos andinos.

-El Salvador.

Ubicado en América Central, El Salvador es el país más pequeño de la región. Su capital es San Salvador y su población es de 6,5 millones.

Moneda: Dólar estadounidense (USD) (también utiliza el colón salvadoreño, pero está en desuso).

Religión: Predominantemente católica, con un crecimiento de las iglesias evangélicas.

Población: Aproximadamente 6.5 millones.

Cultura: Influencias indígenas y españolas, con tradiciones folclóricas y una rica tradición en música y danza.

15.2.2. El País Seleccionado: Argentina

15.2.2.1. Entorno Económico:

La industria porcina se encuentra en todo el país, sin embargo es una actividad poco desarrollada, debiéndose esta situación entre otros a los siguientes factores: altos costos de producción, competencia por las materias primas, escasa innovación tecnológica y capacitación a pequeños productores; además esta industria está afectada por la introducción de productos similares de los países vecinos.

Debido al mejoramiento de las condiciones económicas y de igual forma la evolución del mercado, las empresas han optado por estrategias más agresivas, que permitan ganarles a sus competidores en todas las líneas, mejorando los productos existentes y sacando al mercado nuevos productos.

15.2.2.2. Entorno Tecnológico:

Argentina tiene un entorno tecnológico creciente que destaca en la industria de software y servicios informativos, el país cuenta con un ecosistema emprendedor activo y un fintech en expansión. Sin embargo enfrenta desafíos con temas de estabilidad económica y dificultades en el acceso al financiamiento. A pesar de estos retos la industria tecnológica de argentina sigue mostrando resistencia y poder de desarrollo.

15.2.2.3. Entorno Político:

Argentina sostiene un acuerdo comercial con Colombia, por medio de la alianza **MERCOSUR**, que consiste en generar oportunidades comerciales entre países; esto nos da una ventaja al momento de expandir nuestro mercado hacia este país

15.2.2.4. Entorno Ambiental:

El entorno ambiental de Argentina se caracteriza por una gran diversidad debido a su extensión geográfica y variedad climática. Sin embargo, enfrenta desafíos significativos como la deforestación en regiones como el Gran Chaco, la contaminación hídrica por actividades agrícolas e industriales, y la pérdida de biodiversidad.

15.2.2.5. Entorno Cultural:

En Argentina el salchichón forma parte de los platos principales al momento de hablar de comidas rápidas, en especial en la ciudad capital de Buenos Aires, tanto que su consumo Per Cápita es de 1000 gramos por año.

Por otra parte se tiene en cuenta que para los habitantes de dicho país se ha vuelto un hábito el consumo de este producto.

15.2.3: El País De Origen: Colombia

15.2.3.1. Entorno Económico:

Colombia ha pasado por un crecimiento económico moderado en los últimos años, aunque ha enfrentado desafíos como la pandemia de COVID-19, que afectó severamente su economía en 2020. Desde entonces, se ha planteado un hábito a la recuperación, con un

crecimiento proyectado que varía según factores, uno de ellos es la inflación que ha sido un tema de preocupación, especialmente con el impacto de factores globales y locales. El Banco de la República de Colombia maneja la política monetaria con el objetivo de controlar la inflación y estabilizar la economía.

15.2.3.2. Entorno Tecnológico:

Colombia está pasando por un crecimiento en su sistema tecnológico, con una creciente comunidad de emprendedores en el sector de tecnología. Se percibe que con las políticas adecuadas y la inversión correspondiente, el país tiene el potencial para convertirse en un líder regional en tecnología e innovación.

15.2.3.3. Entorno Político:

Colombia es un país presidencialista, y un Estado unitario con separación de poderes ejecutivo, legislativo y judicial. La Constitución política vigente fue proclamada el 4 de julio de 1991. El 61° Presidente de la República y los Gobernadores Departamentales son los que se encargan de hacer cumplir los reglamentos de la nación.

15.2.3.4. Entorno Ambiental:

Colombia posee un entorno ambiental diverso, siendo uno de los países más biodiversos del mundo. Incluye una variedad de ecosistemas, como selvas, montañas, páramos y costas, además de abundantes recursos hídricos. Sin embargo, enfrenta desafíos como la deforestación, la minería ilegal, la contaminación y los efectos del cambio climático. Aunque el país ha avanzado en políticas ambientales, la implementación efectiva sigue siendo un reto crucial para la conservación de su patrimonio natural.

15.2.3.5. Entorno Cultural:

La cultura de Colombia es el resultado de la mezcla de europeos o blancos, en especial aquellos llegados de España, los pueblos indígenas nativos y los africanos traídos por los blancos.

Además, Colombia tiene una rica herencia cultural reflejada en sitios Patrimonio de la Humanidad y una diversidad religiosa significativa.

15.3. El Producto.

PaLa Embutidos (Pa(Pamela) - La(Laura))



15.3.1. Portafolio de Productos.

Clases de salchichones:

Los embutidos se componen de materias primas frescos, crudos o curados, salazones cárnicos, tratados con calor o cocidos. Entre ellos tenemos:

Embutidos frescos: son aquellos tipos de embutidos que están elaborados en crudo, sin curado o maduración, como, por ejemplo, las morcillas; las longanizas crudas, el blanquet o el chorizo.

-Salchichas: Estas son las que preparamos con carne de pollo, cerdo o carne.

- Chorizo: este está elaborado a base de carne de cerdo, pollo o carne picada y adobada con diferentes tipos de especias, como, por ejemplo, el pimentón, el cual dota de ese color rojizo y le aporta ese toque picante.

- Jamón curado: se trata del producto obtenido de las patas traseras del cerdo, salado en crudo y curado de forma natural. Se trata de un producto típico de la gastronomía española y, dependiendo del tipo de cerdo y su alimentación, podemos distinguir entre varios tipos de jamones como, por ejemplo, el jamón serrano y el jamón ibérico.

Embutidos: su composición deriva de la carne del animal ya sea de carne, pollo o cerdo.

Entre ellos se puede mencionar el salchichón o la chistorra, entre muchos otros.

15.3.2. Generalidades Y/O Características Del Producto A Exportar

La mayor característica de los embutidos es que provienen del derivado cárnico, los cuales se pueden clasificar en distintas categorías y tipos, para este existe una gran variedad de embutidos, en los que predominan los cocidos, crudos y crudos madurados que se debe

principalmente a las diferentes condiciones ambientales de la maduración y de los aditivos e ingredientes incorporados a la mezcla de ingredientes.

Los embutidos se clasifican en:

Los embutidos crudos madurados, como en el caso de los chorizos, pueden ser clasificados de acuerdo con diferentes criterios como el grado de acidificación (de baja o de alta acidez), la presencia o ausencia de mohos en su superficie, la temperatura de maduración, la utilización o no de cultivos iniciadores en su fabricación.

Embutidos crudos curados: Aquellos elaborados con carnes y grasa crudos, sometidos a un ahumado o maduración. Por ejemplo: chorizos, salchichas, salames.

- Embutidos frescos. Ejemplo: Salchichas frescas de cerdo: Elaboradas a partir de carne frescas picadas. No curadas, condimentadas y generalmente embutidas en tripas. Suelen cocinarse antes de su consumo.

- Embutidos frescos madurados: Ejemplo: chorizos, algunos salamis: Carne fresca molida, con especias aromatizantes y de coloración, fermentadas. Se fríen antes de consumirlas.

- Embutidos secos y semisecos: Ejemplo: Salami de Génova, Pepperoni, Salchichón: Carnes curadas, fermentadas y desecadas al aire, pueden ahumarse antes de desecarse. Se sirven frías.

- Embutidos ahumados no cocidos: Ejemplo: Salchichas de cerdo: Se trata de carnes frescas, curadas o no, embutidas, ahumadas, pero no cocidas. Han de cocinarse completamente antes de ser servidas

15.4 El Mercado Proveedor

¿De dónde se consigue el producto?

El mercado proveedor de embutidos en Colombia presenta una dinámica interesante, con empresas destacadas como Distribuidora La Nacional, ubicada en Bogotá, y Carnes Angus, centrada en Medellín. Distribuidora La Nacional se especializa en la distribución de productos cárnicos y embutidos, atendiendo principalmente a restaurantes y tiendas de alimentos en la capital y sus alrededores. Por otro lado, Carnes Angus se ha posicionado en el sector gracias a su capacidad de producción significativa, ofreciendo una variedad de embutidos de alta calidad que son bien recibidos en la región antioqueña y más allá. Ambas empresas ofrecen la ventaja de una amplia variedad de productos de alta calidad, adaptados a las preferencias del mercado. Esto no solo garantiza un abastecimiento constante y confiable, sino que también permite a los clientes diversificar su oferta con opciones innovadoras y frescas.

15.5. El Mercado Potencial Objetivo.

El mercado objetivo al exportar salchichones al por mayor desde Cali, Colombia, hacia Buenos Aires, Argentina, está conformado principalmente por empresas mayoristas de alimentos que abastecen supermercados, tiendas especializadas y comercios minoristas. Además, incluye empresas de gastronomía y catering que incorporan embutidos en sus preparaciones. Indirectamente, el producto también se dirige al consumidor final, quien lo disfruta en momentos sociales como picadas y asados, tradicionales en la cultura argentina.



15.5.1. La Población Objetivo.

GRANJA TRES ARROYOS

"Más de 50 años de historia, por eso sabemos mucho de alimentos."

Granja Tres Arroyos es una empresa avícola totalmente integrada. La empresa ha establecido importantes acuerdos comerciales con muchos destinos alrededor del mundo.

Granja Tres Arroyos ha sido ampliamente aceptada en todos estos mercados producto de su alta calidad y su estricto sistema de bioseguridad basado en estándares internacionales, que le han asegurado obtener productos de altísima calidad. Actualmente, 30% de su producción total es distribuida en más de 50 países.

Granja Tres Arroyos es una empresa de capitales argentinos dedicada a la reproducción y cría de pollos y la elaboración de fiambres y embutidos. Durante los últimos 5 años la producción de la Compañía creció un 84%, con una faena diaria de aproximadamente

375.000 pollos en el año 2008. GTA es actualmente el mayor productor de carne avícola de la Argentina y comercializa sus productos en el mercado local e internacional, exportando aproximadamente el 35% de su producción. Granja Tres Arroyos ha aumentado su planta de trabajo sostenidamente, empleando a más de 3.000 personas a diciembre de 2008.

15.5.2. Tendencias Y Comportamiento Del Consumo En El País De Destino.

El consumo de carne fresca porcina, embutido y fiambre hace cinco años que viene creciendo a una tasa considerable, superior al 10% anual, y ya se ubica en unos 15 kilos por persona cada año, en promedio. El dato surge de un informe de Coninagro, que analiza a fondo la coyuntura del sector porcino. "El consumo se ve estimulado por los valores de los cortes frescos y por el cambio en los hábitos de consumo, ya que la población reconoce mayores atributos a la carne de cerdo", destaca el estudio.

Los argentinos comen unos 125 kilos anuales de productos cárnicos. La carne vacuna es la más importante (más de 60 kilos anuales por habitante) y después viene el pollo (cerca de 40 kilos anuales), pero los cortes que más están creciendo son los porcinos.

En este escenario, el estudio plantea que el sector porcino tiene un punto a favor y otro en contra. Lo positivo es que la mayor valoración de las cualidades de este tipo de

carne le sigue jugando a favor en el incremento del consumo, pero el problema es que los precios de los cortes se han equiparado con los de la carne vacuna, aumentando la competencia entre carnes.

El 70% del stock porcino se concentra en las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos, en la región central del país. En esta tendencia tiene un peso decisivo la cercanía con la zona maicera, uno de los principales insumos de la ración alimentaria.

También hay granjas importantes en el centro de Chaco, noreste de La Pampa, centro de San Luis y determinadas zonas de Salta y Formosa.

15.5.3. Requisitos Del Consumidor Del País De Destino

Los consumidores de embutidos, como los de cualquier otro producto o servicio, son cada vez más exigentes.

El consumidor de embutidos exige, básicamente, sanidad, calidad, identidad, consistencia y precio.

La principal razón que motiva el consumo de embutidos es su buen sabor, seguido por el alto valor nutricional percibido, la facilidad de preparación, la disponibilidad de lugares de venta, las múltiples recetas a preparar y la gran diversidad de carnes existente en el mercado.

la apariencia general es como un sinónimo de frescura y un buen empaque. Que resulte en una adecuada vida útil del producto. También se critica el color y el olor;

siempre en el marco de un concepto de frescura percibida. Y el precio es considerado algo variable.

15.6. El Mercado Competidor.

15.6.1. Países Exportadores Del Producto.

1. China

China es el mayor productor de embutidos del mundo y representa aproximadamente el 23% del volumen total de producción. El enorme consumo y la enorme capacidad de producción del país lo convierten en un actor dominante en el mercado de embutidos. Las salchichas chinas, conocidas por sus sabores y variedades distintivos, son un alimento básico en muchas cocinas locales.

2. Brasil

Brasil ocupa el segundo lugar en producción de embutidos, con aproximadamente la mitad de la producción de China. Los embutidos brasileños son conocidos por su rico sabor y suelen utilizarse en platos tradicionales como la feijoada. La gran industria ganadera del país sustenta su importante capacidad de producción.

3. Alemania

Alemania es famosa por su tradición en la elaboración de embutidos y es uno de los mayores exportadores de embutidos del mundo. Las salchichas alemanas, como la Bratwurst y la Weisswurst, son populares en todo el mundo. El país cuenta con una

industria bien establecida con empresas como Tönnies y Westfleisch que lideran los sectores de producción y exportación.

4. Estados Unidos

Estados Unidos también es un actor importante en el mercado mundial de embutidos.

Empresas como Johnsonville, Hillshire Farm y Nathan's Famous son productores clave. El mercado estadounidense de embutidos incluye una amplia variedad de productos, desde perritos calientes hasta salchichas gourmet.

5. Italia

Italia es otro importante productor y exportador de embutidos. Los embutidos italianos son muy valorados por su calidad y el uso de ingredientes naturales. Italia exporta una cantidad considerable de su producción de embutidos a la UE y a otros mercados mundiales. Empresas como Veroni y Levoni son importantes en la industria de embutidos italiana.

La oferta y demanda de embutidos se pueden analizar teniendo en cuenta el tipo de embutido, el lugar de compra y los factores que influyen en la decisión de compra.

Los productos cárnicos procesados son esenciales tanto para las tiendas especializadas como para los establecimientos de alimentación genéricos, y la industria de alimentos preparados experimentó un crecimiento significativo en el último año. El cerdo es la opción más popular entre estos artículos, seguido de cerca

por el pollo y el pavo. Sin embargo, también ha habido un aumento en el interés por los embutidos y hamburguesas elaborados con otras carnes, como el conejo y el pavo, como resultado de las preferencias cambiantes de los consumidores argentinos por sustitutos más saludables. Más de 3.300 empresas en Argentina producen y comercializan productos cárnicos elaborados, muchas de ellas a pequeña escala y combinando métodos industriales y artesanales. Aunque los principales competidores representan una parte importante del mercado, es crucial recordar que la competencia ha crecido significativamente en los últimos años debido a la entrada de nuevos jugadores en la industria. Para satisfacer las necesidades y preferencias cambiantes de los consumidores, estas empresas se concentran en la innovación, la calidad y la variedad de sus productos.

El consumo de carne de cerdo y fiambres ha aumentado en dicho país en los últimos años. Se tiene el objetivo de realizar un estudio sobre la cantidad consumida de carne y fiambres porcinos en los habitantes de la Capital de Argentina, determinando el consumo por comida y por año de carne fresca de cerdo, jamón crudo, jamón cocido, jamón ibérico. La recolección de información se realizó por medio de una encuesta estructurada, de ítems cerrados para caracterizar al encuestado socialmente y como consumidor del producto, evaluando los motivos de consumo/no consumo y actitudes de consumo como son la cantidad de producto que destina el encuestado por comida del grupo familiar, la cantidad consumida por persona y comida, la frecuencia en que ingiere el producto determinado y la ingesta por persona y año. Se entrevistaron al azar y personalmente 441 personas de ambos sexos, con edades de 26 a 77 años, como representantes de su grupo familiar (3 ± 1

personas, rango de 1 a 8) totalizando 1292 personas, todas con domicilio en la ciudad de Buenos Aires. Los datos obtenidos fueron sometidos para su estudio a un análisis de frecuencia y porcentuales.

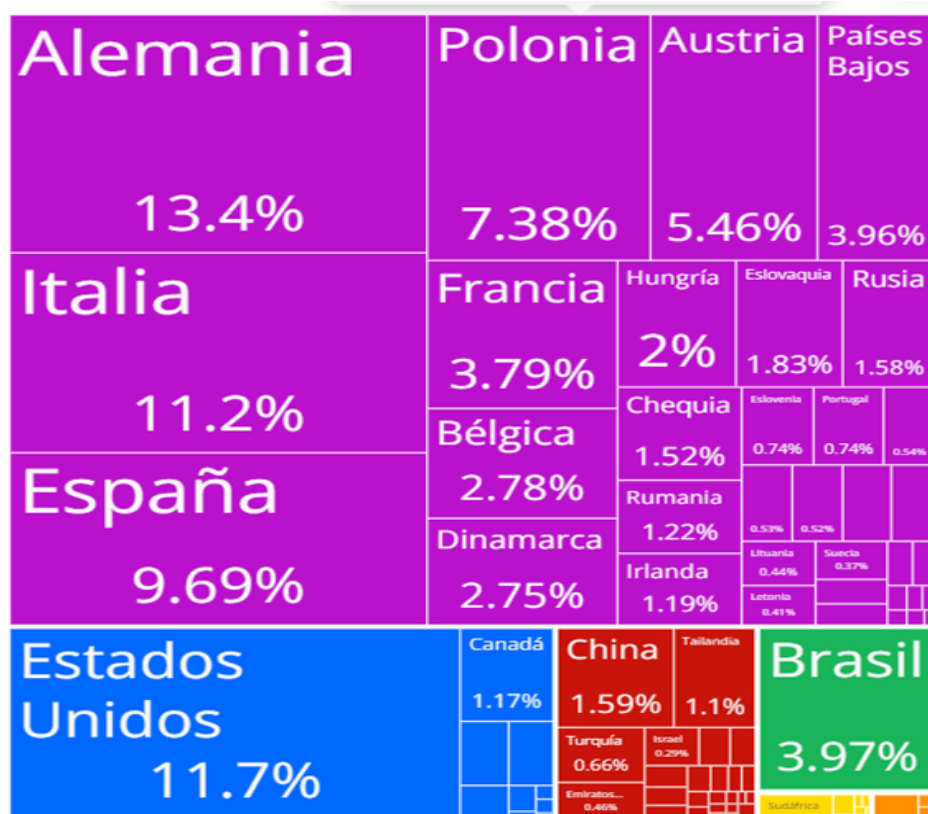
Los resultados pueden observarse en el Cuadro en donde se expresan el porcentaje de consumidores y no consumidores por producto, las cantidades promedio que se destinan por comida en los hogares de las personas encuestadas, la cantidad que corresponde por persona y por comida y la cantidad anual de consumo para carne fresca de cerdo, jamón crudo, jamón cocido, jamón ibérico. EL 79,0% (n=348) de los encuestados come carne fresca de cerdo, mientras que el 96,8% (n=427) consume fiambres (uno, varios o todos los fiambres estudiados). Las frecuencias promedio de consumo observadas fueron de una vez por semana para el jamón cocido y jamón ibérico, cada quince días el jamón crudo, una vez por mes otro tipo de embutidos.

		CARNE	J CRUDO	J COCIDO	J IBERICO	OTRO TIPO DE EMBUTIDOS
ENCUESTADOS QUE CONSUMEN %	SI	79,0	72,0	90,5	29,3	36,7
	NO	21,0	28,0	9,5	70,7	63,3
g/comida/grupo	1246±900	235±835	206±87	250±100	174±77	202±87
g/persona/grupo	401±147	71±42	77±41	83±40	63±33	70±28
Kg/persona/año	11,36±19,85	2,85±5,30	5,41±4,95	4,23±5,42	1,45±2,43	2,58±3,10

15.6.2. Procedencia Del Producto En El País De Destino.

Argentina es un mercado relativamente cerrado al comercio internacional, que representa alrededor del 32% de su PIB.

En 2022 los principales exportadores de Embutidos y productos similares, de carne, despojos o sangre; preparaciones alimenticias a base de estos productos fueron Alemania (\$864M), Estados Unidos (\$759M), Italia (\$723M), España (\$626M), y Polonia (\$477M).



15.6.3. Los Precios Internacionales Del Producto.



Chorizo criollo
6,50 €



Chorizo puro cerdo
7,00 €



SALCHICHA PREMIUM X 250 GR
\$8.650
250 g. Por Kilo: \$30.800



SALCHICHA PREMIUM X 160 GR
\$5.250
160 g. Por Kilo: \$29.375



SALCHICHA PREMIUM X 400 GR
\$12.700
400 g. Por Kilo: \$28.250



SALCHICHA SALVAJE COCTEL X
300 GR
\$10.550
300 g. Por Kilo: \$31.333



SALCHICHA SALVAJE X 150 GR
\$6.200
150 g. Por Kilo: \$36.666



SALCHICHA SALVAJE X 500 GR
\$18.100
500 g. Por Kilo: \$32.200



SALCHICHON PREMIUM X 1300
GR
\$27.600
1300 g. Por Kilo: \$21.230



SALCHICHON CERVECEROS X 100
GR
\$2.600
100 g. Por Kilo: \$26.000

Precio promedio de los embutidos es de \$14.737.43 (3.53 USD)

15.7. El Canal De Distribución.

TRANSPORTE MARÍTIMO: es clave en las exportaciones, ya que permite mover grandes volúmenes de mercancías a costos competitivos. Es ideal para productos como alimentos, gracias a contenedores refrigerados que garantizan su conservación. Además, requiere planificación para cumplir con normativas aduaneras y optimizar tiempos de tránsito..

CARGA CONSOLIDADA: Es un tipo de envío en el cual se mezclan diferentes productos de distintas empresas, dentro de un mismo contenedor.

El servicio de carga consolidada es frecuentemente considerado por las pymes : quienes muchas veces no poseen suficiente mercancía para llenar contenedores completos al momento de preparar embarques para exportar

LOS CONTENEDORES REEFER 20 PIES.: Los contenedores reefer son utilizados para transportar cargas perecibles que requieren condiciones de temperatura controlada mientras son transportadas.

Empaque al vacío: Es un proceso en el que se retira el aire que existe en el interior de un envase dejándolo vacío, con el objetivo de aumentar el plazo de caducidad del alimento que contiene.

Por consiguiente PaLa Embutidos optó por esta opción para preservar la calidad de nuestros productos y así satisfacer a los consumidores.



Embalaje: Canastillas: Son embalajes reutilizables destinados a la distribución y almacenamiento de determinados productos principalmente empacados al vacío, frutas, entre otros.

Las canastillas tienen perforaciones para generar ventilación a los productos almacenados al momento de apilar las canastas.



15.8. Estrategias de Mercadeo y Ventas

- En determinación de hábitos de consumo de la población argentina se mostrará el tamaño de la población, con el fin de poder diversificar el mercado objetivo al que se está planteando llevar nuestros productos. Se tendrá en cuenta el tamaño en habitantes y las edades. También se hará un análisis profundo de los hábitos, costumbres y cultura frente al consumo de las personas argentinas, todo esto con el fin de mostrar qué gusto y preferencias tienen respecto a los embutidos.

- Invertir más en investigación y desarrollo de nuevos productos, ya que se considera la importancia de seguir avanzando y estar "al día" en las nuevas necesidades de nuestros consumidores. La estrategia será demostrar de los beneficios y por qué no es dañino consumir este tipo de productos, además es un mercado cada vez más preocupado por lo saludable y sería buena poder ampliar la línea de productos con productos más bajos en grasas y en parte que aporten algo a nuestra salud, siempre cuidando la calidad de vida de cada persona.

- Cliente: Tener una relación entre el compromiso y responsabilidad en los negocios ya que estaremos siendo un proveedor nuevo para ellos y se debe generar confianza en su totalidad si es posible.

15.9 Logística.

El proceso logístico de PaLa embutidos involucra una serie de pasos detallados que aseguran que los productos lleguen en buen estado y a tiempo al mercado de destino.

Almacenaje:

Almacenamiento en frío: Los embutidos requieren ser almacenados a temperaturas controladas (refrigeración o congelación) para evitar su descomposición.

Control de Inventarios: Se realiza un registro detallado de la cantidad de productos listos para exportar y su estado (por ejemplo, caducidad, temperatura de almacenamiento).

Documentación para Exportación

PaLa Embutidos debe preparar la documentación necesaria para exportar, como la factura comercial, lista de empaque, certificado de origen y certificados sanitarios, permisos y licencias que sean requeridos.

Transporte Interno y Acondicionamiento

Transporte hacia puerto o aeropuerto: Una vez los productos están listos, son transportados desde las instalaciones de la empresa hasta el puerto o aeropuerto en vehículos refrigerados.

Exportación y Transporte Internacional

Despacho de aduanas: Los productos deben ser despachados por la aduana del país exportador, donde se verifica que toda la documentación esté en orden.

Transporte internacional: Los productos se transportan por barco, avión o camión, dependiendo de la distancia y las condiciones del mercado. Durante este proceso, el control de temperatura es esencial para preservar la calidad del producto.

Seguros de carga: La empresa suelen contratar seguros de carga para proteger los productos en caso de que se presenten incidentes durante el transporte.

Aduanas en el País de Destino

Despacho aduanero: A la llegada al país de destino, los productos deben pasar por la aduana del país importador, donde se verifican los documentos, las condiciones sanitarias y de seguridad.

Cumplimiento de normativas locales: Es fundamental que los embutidos cumplan con las normativas de etiquetado, presentación y seguridad alimentaria del país importador

16. Estudio Técnico.

16.1 Localización Del Producto.

16.1.1 Macro-Localización.

País de destino: Argentina, situada en el extremo sur de América del Sur, es el segundo país más grande del continente, limitando al norte con Bolivia y Paraguay, al este con Brasil y Uruguay, y al oeste con Chile y el océano Pacífico. Al sur, se encuentra el océano Atlántico. Su capital es Buenos Aires, una de las ciudades más grandes y vibrantes de la región. Con una población aproximada de 46 millones de habitantes, Argentina es un país diverso tanto cultural como geográficamente



País de origen: Colombia, ubicada en la esquina noroeste de América del Sur, limita al norte con el mar Caribe, al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador, y al oeste con el océano Pacífico y Panamá. Su capital es Bogotá, situada en el altiplano andino. Con una población de aproximadamente 51 millones de habitantes, Colombia es uno de los

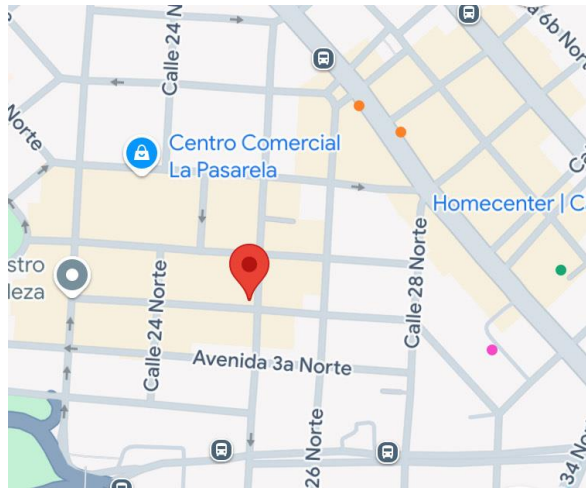
países más diversos del continente, con una mezcla rica de culturas indígenas, afrocolombianas y mestizas.



16.1.2 Micro-Localización.

La bodega de la empresa Pa La Embutidos se encuentra ubicada en el sector norte de Cali, en la dirección Calle 5N #33-23. Esta ubicación es estratégica. El sector norte de Cali es conocido por su desarrollo comercial e industrial, lo que permite una conexión eficiente con proveedores y clientes. Además, la cercanía a vías principales y la infraestructura adecuada de transporte favorecen la movilidad de mercancías.

La planta de Pala embutidos se encuentra ubicado en la calle 5ta norte, cerca al centro comercial La Pasarela en el barrio San Vicente de Cali, Colombia.



16.1.3 Planta Física.



16.2 Aspectos Del Producto.

16.2.1 Fichas Técnicas Del Producto.

El salchichón es un embutido curado y seco, elaborado principalmente a partir de carne de cerdo, aunque también puede contener carne de res, cerdo o pollo.

Salchichón	
Nombre común:	Salchichón.
Descripción:	El salchichón es un embutido curado, típicamente elaborado a partir de carne de cerdo, grasa, y una mezcla de especias, que se embute en una tripa y se deja secar y curar.
Ingredientes principales:	Pollo: Calorías: 165 Proteínas: 31g Grasas: 3.6g Carbohidratos: 0g Carne de Cerdo: Calorías: 370-450 kcal Proteínas: 18-25 g

	Grasas: 30-40 g (predominan las grasas saturadas) Carbohidratos: 1-3 g Carne de res: Calorías: 350-430 kcal Proteínas: 20-28 g Grasas: 25-35 g Carbohidratos: 1-3 g
Características:	· Textura: Suave y firme · Sabor: Salado y especiado · Aroma: Característico de carne curada y especias · Color: Rojo intenso a marrón
Valor nutricional (100g)	· Calorías: 300-400 (dependiendo de la receta) · Proteínas: 20-25g · Grasas: 25-35g · Carbohidratos: 1-2g - Sodio: 1200-1800 mg
Partida arancelaria:	· Partida Arancelaria: 0210.12 · Descripción: Salchichones y otros embutidos de carne de cerdo.

16.2.2 Capacidad De Producción Y/O Comercialización Por Unidad De Tiempo.

Los proveedores demuestran una notable capacidad de producción en el mercado de salchichones. Por un lado, una de las empresas (Distribuidora La Nacional) logra vender 70,000 salchichones al día, lo que se traduce en aproximadamente 49 salchichones por minuto, evidenciando un flujo constante de productos para satisfacer la demanda. Por otro lado, otra empresa (Carnes Angus) con tres sedes reparte un total de 300,000 salchichones diarios, lo que equivale a cerca de 208 salchichones por minuto en conjunto. Esta significativa capacidad de producción permite contar con un abastecimiento adecuado y variado, asegurando la frescura y calidad de sus productos en el competitivo mercado.

La capacidad que tiene PaLa Embutidos:

- Capacidad de mantener la producción: 5,000 kg de embutidos diarios, lo que equivaldría a 1,825,000 kg al año (si opera 365 días al año).
- Capacidad de almacenamiento: Espacio de 500 m² en cámaras frigoríficas para productos frescos y 300 m² para productos ya envasados.
- Capacidad de distribución: Flota de 5 camiones refrigerados que entregan productos a 50 puntos de venta locales y 2 rutas de exportación a mercados internacionales.
- Capacidad de ventas: Contratos con 50 distribuidores mayoristas y presencia en 200 supermercados a nivel nacional. Además, cuenta con una línea de exportación que envía productos a 10 países diferentes.

16.2.3. Unidad De Empaque Y Etiquetado Para La Exportación.

Empaque al vacío: Es un proceso en el que se retira el aire que existe en el interior de un envase dejándolo vacío, con el objetivo de aumentar el plazo de caducidad del alimento que contiene.



Embalaje: Canastillas:

Las canastillas son embalajes reutilizables diseñados para la distribución y almacenamiento de productos específicos, como alimentos empacados al vacío y frutas. Estas canastillas están diseñadas con perforaciones que permiten la ventilación adecuada de los productos almacenados, lo que es crucial para mantener su frescura y calidad durante el apilamiento. Gracias a su robustez y capacidad de reutilización, las canastillas son una opción sostenible y eficiente para el manejo de productos, facilitando tanto su transporte como su almacenamiento en diversas condiciones.



Por consiguiente esta es la opción dónde irán los productos de PaLa Embutidos: En bolsa de polietileno empacados al vacío y el tipo de embalaje a utilizar son canastillas con **dimensiones de Ancho: 0,21 cm-Largo: 0,31 cm- Alto: 0,21 cm . Para exportar los 1500 clases de embutidos en 19 canastillas.**



16.3 Unidad Empresarial Exportadora

16.3.1 Tipo De Sociedad

Pala Embutidos es un modelo de negocio SAS (Sociedad por Acciones Simplificada) porque esta estructura societaria ofrece ventajas como flexibilidad en su administración y facilidad para la creación de una empresa con uno o varios socios. Pala Embutidos puede tener una gestión simplificada sin necesidad de una junta directiva, lo cual permite adaptarse rápidamente a las necesidades del mercado y facilita la incorporación de inversionistas o socios sin complicados trámites.

16.3.2 Razón Social

Pala embutidos SAS

El objetivo social de Pala Embutidos es la distribución y venta de productos cárnicos y embutidos, ofreciendo al mercado una variedad de carnes frescas y procesadas de alta calidad. Su enfoque está en satisfacer las necesidades de los consumidores mediante una cuidadosa selección de proveedores y un servicio eficiente de comercialización.

16.3.3 Misión Y Visión

Misión:

Pala Embutidos SAS se dedica a la comercialización y distribución de carnes y embutidos de alta calidad, satisfaciendo las necesidades de sus clientes a través de productos frescos y seguros. Nos comprometemos a ofrecer un servicio ágil y confiable,

con un enfoque en la transparencia y calidad, para construir relaciones duraderas con nuestros proveedores y clientes.

Visión:

Para el año 2030, Pala Embutidos SAS será reconocida a nivel nacional por su excelencia en la distribución de carnes y embutidos de alta calidad. Aspiramos a establecer una sólida red de distribución que fomente un crecimiento sostenible, aplicando prácticas responsables y eficientes en toda nuestra cadena de valor, con el fin de generar un impacto positivo en nuestros colaboradores, clientes y la comunidad.

16.3.4 Principios Y Valores

- Calidad: Ofrecer productos cárnicos de alta calidad y seguros.
- Responsabilidad: Actuar con integridad hacia clientes, proveedores y colaboradores.
- Transparencia: Fomentar una comunicación honesta en todas nuestras relaciones.
- Servicio al Cliente: Priorizar y superar las expectativas de nuestros clientes.
- Sostenibilidad: Aplicar prácticas responsables para un impacto positivo.
- Trabajo en Equipo: Colaborar para el crecimiento conjunto de la empresa.
- Innovación: Mejorar constantemente para adaptarnos a las necesidades del mercado.

16.3.5 Políticas De La Empresa

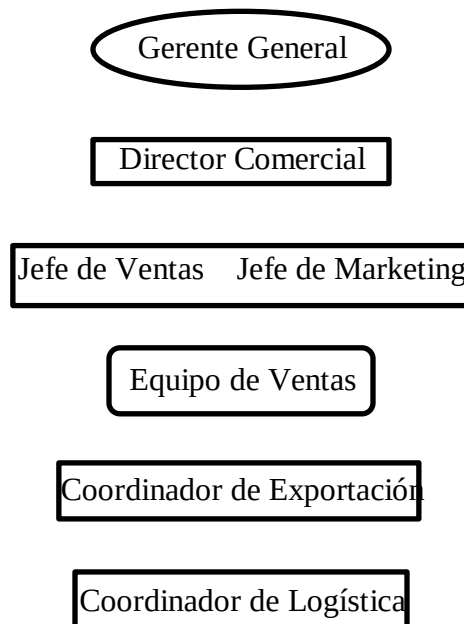
Servicio al Cliente: Nos comprometemos a brindar un servicio rápido y de calidad, orientado a resolver las necesidades de nuestros clientes. Nuestro equipo está capacitado para ofrecer atención personalizada y garantizar la satisfacción en cada compra.

Privacidad: Protegemos la información personal de nuestros clientes, garantizando su confidencialidad y uso exclusivo para fines comerciales internos. Cumplimos con las normativas de protección de datos y no compartimos información sin consentimiento.

Garantía: Nos responsabilizamos de la calidad de nuestros productos. En caso de inconformidades o productos en mal estado, ofrecemos un reemplazo o reembolso, siempre que se cumplan las condiciones y tiempos establecidos en nuestra política de garantía.

15.3.6 Organigrama De La Empresa

Organigrama de Pala Embutidos SAS



Equipo de Logística

Coordinador de Aduanas y Documentación

Personal de Aduanas

- Gerente General

Es la máxima autoridad de la empresa y tiene la responsabilidad de la toma de decisiones estratégicas y la supervisión general de la operación.

- Director Comercial

Encargado de las estrategias de ventas y marketing, así como de la expansión en mercados internacionales.

- Jefe de Ventas

Responsable de las negociaciones con clientes, coordinación de ventas y objetivos comerciales.

- Jefe de Marketing

Se encarga de la promoción de los productos, las campañas publicitarias, y la presencia en el mercado.

- Coordinador de Aduanas y Documentación

Responsable de gestionar los permisos, certificados, y trámites aduaneros necesarios para la exportación.

- Personal de Aduanas

Se encarga de los trámites aduaneros, asegurando que los productos pasen correctamente por las aduanas de salida y entrada.

16.3.7 Necesidades Del Personal.

Gerente General:

Perfil: Persona con experiencia en gestión empresarial, administración de recursos y manejo de relaciones comerciales. Debe tener habilidades de liderazgo y toma de decisiones.

Manual de Cargos

Dirigir las operaciones generales de la empresa.

Gestionar relaciones con proveedores y clientes.

Supervisar el equipo de trabajo y garantizar la calidad del servicio.

Desarrollar estrategias de crecimiento.

Sueldo: \$3.500.000 COP mensuales.

Coordinadora de Ventas y Atención al Cliente:

Perfil: Persona con habilidades de comunicación, experiencia en ventas y atención al cliente. Debe ser proactiva, resolutiva y orientada a resultados.

Manual de Cargos:

Gestionar las ventas diarias de productos.

Atender a los clientes de manera personalizada y resolver inquietudes.

Coordinar pedidos y asegurarse de que los productos lleguen a tiempo.

Mantener actualizada la base de datos de clientes.

Sueldo: \$1.800.000 COP mensuales.

17. Plan Exportador

17.1 Régimen De Exportación:

El régimen de exportación para Pala Embutidos incluye la comercialización de sus productos en Argentina, lo que implica cumplir con los requisitos legales y sanitarios establecidos por las autoridades argentinas. Esto incluye la obtención de certificaciones de calidad, como las normativas de sanidad e inocuidad alimentaria, y la correcta documentación aduanera para garantizar la legalidad y seguridad en la exportación. Al exportar a Argentina, Pala Embutidos se beneficia de un mercado internacional, ampliando su alcance y diversificando sus fuentes de ingresos.

17.2. Trámites Del Proceso Exportador

1. Presentación y aceptación, de una solicitud de autorización de embarque - SAE:

El exportador o la agencia de aduanas presentan la información previa para declarar la mercancía bajo una modalidad de exportación. La SAE tiene vigencia de un mes

(1) contado a partir de la fecha de su aceptación por parte de la DIAN, en cuyo término se debe embarcar la mercancía.

2. Traslado de la mercancía: El exportador o la agencia de aduanas traslada la mercancía desde la fábrica o depósito del exportador hasta el lugar de embarque o zona franca.

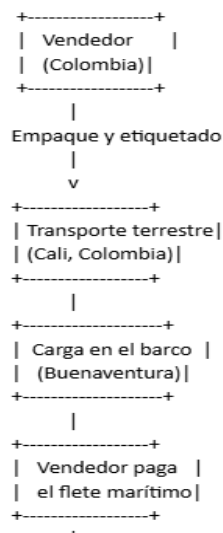
3. Ingreso de mercancías a zonas habilitadas por la DIAN: El responsable informa a la DIAN el ingreso de la mercancía al lugar de embarque (aeropuerto, puerto y cruce de frontera), depósito habilitado o zona franca.

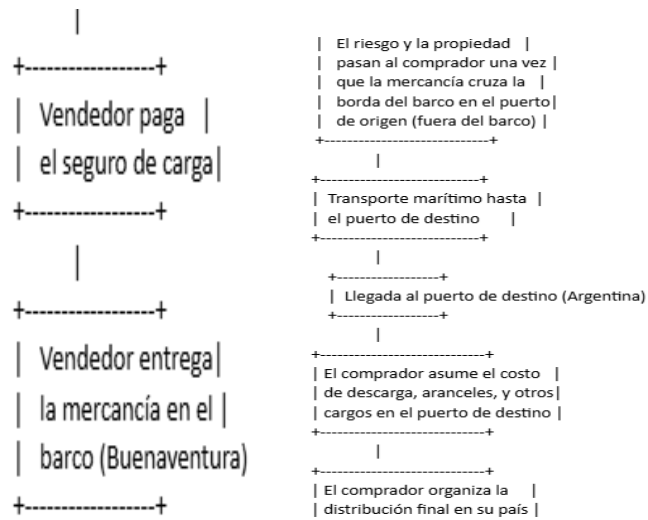
4. Autorización de embarque: La DIAN autoriza la salida de la mercancía en forma automática o como resultado de una inspección física o documental.

5. Certificación de Embarque: El transportador internacional informa a la DIAN el total de la carga embarcada que sale del territorio aduanero colombiano en un medio de transporte marítimo, aéreo o terrestre.

6. Presentación de la declaración de exportación: El exportador o la agencia de aduanas presentan y firman la declaración de exportación cuando se ha efectuado la certificación de embarque.

Diagrama del término de negociación





17.2.1. Posición Arancelaria

Código	Designación de la Mercancía	U.F
1601.00.00	Embutidos y productos similares de carne, despojos, sangre o de insectos; preparaciones alimenticias a base de estos productos.	kg

1601.00.00.00

Embutidos y productos similares de carne, despojos, sangre o de insectos;
preparaciones alimenticias a base de estos productos.

17.2.2. Permisos Previos Y/O Vistos Buenos

Para su ingreso a cada País Miembro requerirán del permiso o documento sanitario de importación (DZI) y el certificado sanitario de exportación, cumpliendo los demás requisitos sanitarios establecidos.

Deberán ser inspeccionados por los Servicios Oficiales de Sanidad Agropecuaria.

ICA ZOO- Documento zoosanitario para importación (DZI)

INVIMA - Requiere visto bueno (VB)

Ica zoo (DZI): formato mediante el cual el ICA otorga una autorización sanitaria inicial para el ingreso de animales y sus productos bajo el cumplimiento de determinadas condiciones; este documento es de carácter previo, válido por 90 días y ampara un solo embarque.

Certificado sanitario de exportación: Es el documento que expide la autoridad sanitaria competente para los alimentos o materias primas importadas o de exportación, en el cual se hace constar su aptitud para el consumo humano.

17.2.3. Término De Negociación.

El término de negociación que es conveniente manejar es el CIF *Cost Insurance and Freight* que hace referencia al costo, seguro y flete de la logística marítima o fluvial, puesto que es el vendedor el que cubre los gastos de envío, seguro, documentación y transporte desde su almacén hasta el embarque correspondiente.

De igual forma es necesario contratar los servicios de una Agencia de Aduanas, que en este caso se contactó a AGENCIA DE ADUANAS SERVADI S.A.S, quien será el encargado de realizar todos los trámites y procesos inherentes a la exportación.

17.2.4 Agente De Carga Y/O Tipo De Transporte

Para esta exportación es conveniente un agente de carga aliado que pueda orientar y dar manejo a los temas de envío y llegada de la mercancía. La alternativa es TRIMSA INTERNACIONAL S.A.S, una empresa especializada en transporte internacional en las Coordinaciones de exportaciones aéreas y marítimas.

17.2.5. Medio De Pago.

Carta de crédito

Una carta de crédito es un documento financiero expedido a favor de un exportador por un banco, a solicitud y bajo la responsabilidad del comprador extranjero, para permitir la venta de artículos en términos y condiciones específicas de pago.

17.2.6 Contrato De Exportación.

CONTRATO DE EXPORTACIÓN

Entre:

Pala Embutidos S.L., con domicilio en [Colombia], inscrita en el Registro Mercantil de Cali valle del Cauca, y con NIF 8600728368, en adelante "**La Exportadora**", representada en este acto por Pamela Andrea Angulo Rodallega de una parte; Y

Granja Tres Arroyos S.A., con domicilio en TRES ARROYOS 376/8, ARGENTINA,

inscrita en el Registro Nacional de Empresas de Buenos Aires, y con CUIT 7234516, en adelante "**La Importadora**", representada en este acto por Julio Jaramillo, de la otra parte;

Ambas partes, en conjunto referidas como "**Las Partes**", acuerdan celebrar el presente **Contrato de Exportación**, el cual se regirá por las siguientes cláusulas:

CLÁUSULAS

Primera: Objeto del Contrato

La Exportadora se compromete a suministrar a La Importadora productos cárnicos procesados de la marca **Pala Embutidos**, en adelante "**Los Productos**", mientras que La Importadora se obliga a adquirir, importar, y comercializar dichos productos en el territorio de la República Argentina.

Segunda: Productos y Cantidades

Los Productos objeto del presente contrato incluyen, pero no se limitan a:

- Embutidos frescos y curados (jamones, chorizos, salchichones).
- Especialidades regionales de Pala Embutidos.

Las cantidades específicas y las características de cada envío se detallarán en las órdenes de compra emitidas por La Importadora y aceptadas por La Exportadora.

Tercera: Precios y Condiciones de Pago

1. Los precios de Los Productos se establecen en **[MONEDA]** y se especificarán en cada factura.

2. Los precios incluyen **(o no incluyen, especificar)** costos de transporte, seguros y aranceles de exportación.
3. La Importadora deberá realizar el pago mediante transferencia bancaria a la cuenta designada por La Exportadora dentro de un plazo de **[PLAZO DE DÍAS]** desde la emisión de la factura.

Cuarta: Condiciones de Entrega

1. La entrega de Los Productos se realizará bajo el término de comercio internacional **CIF**, conforme a la última edición de los Incoterms de la Cámara de Comercio Internacional (CCI).
2. El lugar de entrega será el puerto de salida designado por La Exportadora en CALI, COLOMBIA, y el puerto de destino será BUENOS AIRES, Argentina.
3. La Exportadora notificará con 10 DIAS de antelación la fecha exacta de embarque.

Quinta: Obligaciones de Las Partes

Obligaciones de La Exportadora:

1. Asegurar que Los Productos cumplen con las normas sanitarias y de calidad exigidas por la legislación española y argentina.
2. Proporcionar la documentación necesaria para la exportación (factura comercial, lista de empaque, certificado de origen, certificados sanitarios, etc.).

Obligaciones de La Importadora:

1. Gestionar los permisos de importación requeridos en Argentina.

2. Asumir los aranceles, impuestos y demás costos asociados a la nacionalización de Los Productos.

Es un acuerdo entre dos o más países con sedes en diferentes estados y que recoge los principales términos que se deben cumplir para formalizar la relación.

En prueba de conformidad, Las Partes firman el presente contrato en dos ejemplares de igual tenor y a un solo efecto, en Cali, Colombia, el 21-nov-2024.

Por Pala Embutidos S.L.

Firma: _____ Pamela Angulo _____

Nombre: _____ Pamela Andrea Angulo Rodallega _____

Cargo: _____ Coordinadora de ventas _____

Por Granja Tres Arroyos S.A.

Firma: _____ Julio Jaramillo _____

Nombre: _____ Julio Jaramillo _____

Cargo: _____ Gerente general _____

17.3. El Proceso General De Una Exportación.

17.3.1. Documentación

- Declaración de exportación (DEX): Es un documento que es presentado a la aduana antes de la exportación de la mercancía. Este documento es utilizado por la aduana para cobrar cualquier impuesto y tasa, también es utilizado para proporcionar datos estadísticos al gobierno.

- Certificado sanitario de exportación: Es el documento que expide la autoridad sanitaria competente para los alimentos o materias primas importadas o de exportación, en el cual se hace constar su aptitud para el consumo humano.

- Factura comercial y lista de empaque: Se trata de un documento legal que brinda información sobre los productos o servicios adquiridos, cantidad, precio, impuestos y monto total a pagar.

- Certificado de origen: Es quien acredita el lugar de origen de tus mercancías, con la finalidad de satisfacer los requisitos aduaneros o comerciales.

- Documento de transporte (HBL): Es el documento reconocido a nivel internacional como el más importante en el proceso de movimiento de carga internacional, ya sea importación o exportación, porque asigna a quien viene consignada la carga (es decir, la propiedad de la carga).

18. Estudio Económico.

El estudio económico es clave para evaluar la factibilidad financiera del proyecto de exportación de salchichones de Pala Embutidos desde Cali, Colombia, hacia Buenos Aires, Argentina. Este análisis contempla no solo los costos de compra, transporte, aranceles y comercialización, sino también los gastos fijos relacionados con la operación, como la nómina del personal, el alquiler o mantenimiento de una bodega, y la inversión en mobiliario y equipos (computadores, mesas, entre otros).

Este análisis proporciona una base sólida para tomar decisiones estratégicas y minimizar riesgos en el proceso de expansión internacional.

18.1 Presupuesto de gastos operativos

Es el presupuesto que incluye todos los gastos estimados necesarios para cubrir la etapa previa al inicio de las operaciones de la empresa. Comprende los costos generados desde el surgimiento de la idea del proyecto hasta que la empresa está completamente preparada para comenzar a funcionar.

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS GASTOS GENERALES COMUNES A LAS AREAS EMPRESARIALES					
DETALLE O TIPO DE GASTO DEL GASTO	PRESUPUEST O MENSUAL	AREA DE ADMINISTRACION, CONTABLE Y FINANCIERA	AREA DE PRODUCCION (INDUSTRIAL)	AREA COMERCIAL (MERCADEO Y VENTAS)	TOTAL PORCENTAJE
Honorarios Profesionales	10,000,000	70.00%	0.00%	30.00%	100.00%
Servicios publicos	1,500,000	50.00%	0.00%	50.00%	100.00%
Arrendamientos	1,500,000	50.00%	0.00%	50.00%	100.00%
Servicios de vigilancia	700,000	50.00%	0.00%	50.00%	100.00%
Copias, fotocopias	300,000	70.00%	0.00%	30.00%	100.00%
Servicio de cafeteria y casino	200,000	50.00%	0.00%	50.00%	100.00%
Servicios temporales	800,000	20.00%	0.00%	80.00%	100.00%
Servicio generales: Aseo y varios	600,000	50.00%	0.00%	50.00%	100.00%
Servicio de telefonía e internet	350,000	60.00%	0.00%	40.00%	100.00%
Gastos Legales	300,000	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Mantenimiento y Reparaciones	0	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Papelería y utiles de oficina	250,000	50.00%	0.00%	50.00%	100.00%
Transportes y Fletes	600,000	10.00%	0.00%	90.00%	100.00%
Depreciación de Activos	601,458	50.00%	0.00%	50.00%	100.00%
Amortización Diferidos	250,000	80.00%	0.00%	20.00%	100.00%
Diversos y otros gastos generales	1,000,000	40.00%	0.00%	60.00%	100.00%
TOTAL PRESUPUESTO MES	18,951,458				

PRESUPUESTO DE GASTOS PREOPERATIVOS	
CONCEPTO O DETALLE DEL GASTO	VALOR PRESUPUESTADO
Estudio de Factibilidad	1,500,000
Gastos Notariales	250,000
Gastos de Registro en Cámara de Comercio.	400,000
Honorarios Asesorías Profesionales	2,500,000
Gastos de Instalación y Montaje (adecuación)	4,000,000
Publicidad de Impacto	500,000
Otros Gastos Legales: Uso del Suelo, Sayco y acinpro, Bomberos, Permisos, Licencias, etc.	600,000
Gastos de selección del personal	450,000
Capitaciones y Cursos de Inducción a Personal	250,000
Gastos de Papelería	300,000
Gastos de transportes y diligencias	450,000
Diversos e Imprevistos	800,000
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	12,000,000
AMORTIZACION DEL GASTO PRE OPERATIVO - DIFERIDO	
Total del Gasto Diferido	12,000,000
Período de Amortizacion en Años (Periodo de Evaluación)	4
Total Amortizacion por cada Año del Periodo de Evaluación	3,000,000
Total Amortizacion por mes o Amortización Mensual	250,000

18.1.2 Presupuesto de inversiones fijas.

Este apartado detalla los recursos necesarios para adquirir y acondicionar los activos que la empresa requiere para operar. Incluye inversiones en muebles, equipos (como computadores y maquinaria), infraestructura, y otros elementos esenciales para el funcionamiento del negocio. Estas inversiones representan gastos iniciales destinados a asegurar que la empresa esté equipada y lista para iniciar sus actividades, formando la base para su operatividad a largo plazo.

PRESUPUESTO DE INVERSIONES FIJAS			
1. EQUIPO DE OFICINA, DE COMPUTO Y MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCION DEL ACTIVO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador de Mesa	4	2,400,000	9,600,000
Computador Portatil	1	1,600,000	1,600,000
Escritorios	4	600,000	2,400,000
Sillas para Computador	4	180,000	720,000
Sillas para Escritorio	4	180,000	720,000
Mesas para Computador	4	350,000	1,400,000
Impresora	2	500,000	1,000,000
Fotocopiadora	2	600,000	1,200,000
Aire Acondicionado	2	2,400,000	4,800,000
Mesa de Juntas	1	450,000	450,000
Sillas para mesa de juntas	8	100,000	800,000
Telefonos	2	400,000	800,000
Estanterías	2	180,000	360,000
Archivador	4	350,000	1,400,000
Vitrinas			0
Otros activos fijos depreciables	2	810,000	1,620,000
			0
			0
			0
			0
TOTAL EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y OTROS			28,870,000

DEPRECIACIÓN:

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	
Total Equipo de Oficina, Computo y Muebles y Enseres	28,870,000
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea	4
Valor del Gasto por Depreciación Anual	7,217,500
Valor del Gasto por Depreciación Mensual	601,458
Total Maquinaria y Equipo de Producción	0
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea	10
Valor del Gasto por Depreciación Anual	0
Valor del Gasto por Depreciación Mensual	0

18.1.3. Presupuesto de capital de trabajo.

El presupuesto de capital de trabajo estima los recursos financieros necesarios para cubrir los gastos operativos del negocio en el corto plazo. Esto incluye costos como salarios, insumos, servicios, transporte y otros pagos recurrentes indispensables para el funcionamiento diario de la empresa. Su objetivo es garantizar la liquidez necesaria para mantener las operaciones hasta que los ingresos generados estabilicen el flujo de caja.

PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO			
TIPO DE GASTO	VALOR MENSUAL	MESES A FINANCIAR	VALOR TOTAL
Honorarios Profesionales	10.000.000	12	120.000.000
Servicios publicos	1.500.000	12	18.000.000
Arrendamientos	1.500.000	12	18.000.000
Servicios de vigilancia	700.000	12	8.400.000
Copias, fotocopias	300.000	12	3.600.000
Servicio de cafeteria y casino	0	12	0
Servicios temporales	800.000	12	9.600.000
Servicio generales: Aseo y varios	600.000	12	7.200.000
Servicio de telefonía e internet	350.000	12	4.200.000
Gastos Legales	300.000	12	3.600.000
Mantenimiento y Reparaciones	0	12	0
Papelería y utiles de oficina	250.000	12	3.000.000
Transportes y Fletes	600.000	12	7.200.000
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	12	12.000.000
Nómina	14.400.000	12	172.800.000
Compra de Inventarios	10.220.000	0	0
TOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO			387.600.000

18.1.4. Total Inversiones Preliminares- Capital Semilla.

TOTAL INVERSIONES PRELIMINARES - CAPITAL SEMILLA	
Total de los Gastos Pre Operativos	12.000.000
Total de las Inversiones Fijas	28.870.000
Total del Capital de Trabajo	387.600.000
TOTAL DE LAS INVERSIONES PRELIMINARES	428.470.000

COMPOSICION DEL CAPITAL - SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFICADA			
Concepto	No Acciones	Vr. Nominal	Vr. Total
Capital Autorizado	856.940	1.000	856.940.000
Capital Suscrito	642.705	1.000	642.705.000
Capital Suscrito Por Cobrar	214.235	1.000	214.235.000
Capital Suscrito y Pagado	428.470	1.000	428.470.000

18.2. Balance General De Constitución O Apertura.

El balance general de constitución, también conocido como de apertura, es un estado financiero que refleja la situación económica inicial de la empresa al momento de su creación. Presenta los activos (inversiones, muebles, equipos, efectivo, etc.), los pasivos (deudas u obligaciones adquiridas) y el patrimonio (aportaciones de los socios o capital inicial).

NOMBRE O RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA		
BALANCE GENERAL DE CONSTITUCION O DE APERTURA		
Fecha:		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
DISPONIBLE		
Caja		387.600.000
INVENTARIOS		
Inventario de Producto		
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE		387.600.000
ACTIVO NO CORRIENTE		
ACTIVO FIJO		
Equipo de Oficina y Otros Activos	28.870.000	
Maquinaria y Equipo	0	28.870.000
DIFERIDOS		
CARGOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos		12.000.000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		40.870.000
TOTAL DEL ACTIVO		428.470.000
PASIVO Y PATRIMONIO		
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aporte de los Inversionistas		428.470.000
TOTAL DEL PATRIMONIO		428.470.000
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		428.470.000

18.3.1 Producción Exportable

Este apartado tiene como función proyectar la cantidad de productos a exportar, evalúa los costos de producción y exportación y analiza su crecimiento anual. Su objetivo primo es optimizar la rentabilidad y facilitar la toma de decisiones en el mercado internacional.

Proyección De Volumen De Exportación.

Este cuadro muestra la cantidad de unidades de producto que se planean exportar anualmente. Se asume un crecimiento gradual en la participación del mercado externo, reflejado en la tasa de crecimiento de la producción exportable.

PROYECCION VOLUMEN DE PRODUCCION COMERCIALIZABLE CON EL EXTERIOR							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	1500	5	7500	7575	7726,5	7958,295	8276,6268
TASA DE CRECIMIENTO O DE VARIACION ANUAL DE LA PRODUCCION EXPORTABLE				1,00%	2,00%	3,00%	4,00%

18.3.2.1 Proyección De Los Costos De Mercancía Para Exportación.

Aquí se presentan los costos unitarios de producción y su variación anual. Estos valores reflejan el costo estimado de la mercancía vendida en el exterior, considerando un incremento progresivo en los costos de producción.

PROYECCION DE LOS COSTOS DE MERCANCIA VENDIDA PARA EXPORTACION (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	1500	5	110250000	116919268,4	125219619,1	135424026	147881953
COSTO UNITARIO (Costos de Produccion)			14.700	15.435	16.207	17.017	17.867
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%

18.3.2.2 Proyección De Nomina.

La proyección de nómina refleja la estimación de los costos laborales directos e indirectos asociados a la producción y exportación en un horizonte temporal determinado. Incluye sueldos, prestaciones sociales, contribuciones parafiscales y otros costos asociados a la fuerza laboral. Además, considera variaciones anuales debido a ajustes salariales, inflación y crecimiento operativo, lo que permite evaluar el impacto financiero de la estructura de personal en la rentabilidad del proyecto exportador.

INDICADOR DE PROYECCION DE LOS GASTOS DE NOMINA	
SE TOMARA COMO REFERENCIA EL PROMEDIO DE LA VARIACION DEL SALARIO MINIMO LEGAL MENSUAL VIGENTE EN COLOMBIA EN LOS ULTIMOS DIEZ AÑOS.	
Año 2024	12,07%
Año 2023	16,00%
Año 2022	10,07%
Año 2021	3,50%
Año 2020	6,00%
Año 2019	6,00%
Año 2018	5,90%
Año 2017	7,00%
Año 2016	7,00%
Año 2015	4,60%
Año 2014	4,50%
Año 2013	4,02%
Año 2012	5,81%
Año 2011	4,00%
Año 2010	3,64%
Año 2009	7,67%
TOTAL SUMATORIA	107,78%
TOTAL PROMEDIO	6,74%

PORCENTAJES DE CARGA PRESTACIONAL Y PARAFISCAL QUE AFECTAN EL GASTO DE NOMINA (PERSONAL CONTRATO LABORAL)			
CARGA PRESTACIONAL		CARGA PARAFISCAL	
Cesantias	8,33%	Aportes Salud EPS	8,50%
Intereses causados sobre Cesantias	1,00%	Aportes Fondo Pensión	12,00%
Prima de Servicios	8,33%	Riesgos Laborales ARL	1,00%
Vacaciones	4,17%	Aportes Caja Compensación	4,00%
TOTAL	21,83%		25,50%

18.4.1 Prorrata De Gastos Comunes

Los cuadros muestran la distribución porcentual de los gastos generales entre las áreas de la empresa y su impacto en los costos operativos. Además, incluyen una proyección del IPC para estimar el efecto de la inflación.

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS GASTOS GENERALES COMUNES A LAS AREAS EMPRESARIALES						INDICADOR DE PROYECCION DEL GASTO. PROMEDIO DEL INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DE LOS ULTIMOS DIEZ AÑOS	
DETALLE O TIPO DE GASTO DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA DE ADMINISTRACION, CONTABLE Y FINANCIERA	AREA DE PRODUCCION (INDUSTRIAL)	AREA COMERCIAL (MERCADERO Y VENTAS)	TOTAL PORCENTAJE	AÑO	VALOR % I.P.C
Honorarios Profesionales	10.000.000	70,00%	0,00%	30,00%	100,00%	2011	3,73%
Servicios publicos	1.500.000	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%	2012	2,44%
Arrendamientos	1.500.000	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%	2013	1,94%
Servicios de vigilancia	700.000	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%	2014	3,66%
Copias, fotocopias	300.000	70,00%	0,00%	30,00%	100,00%	2015	6,77%
Servicio de cafeteria y casino	200.000	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%	2016	5,75%
Servicios temporales	800.000	20,00%	0,00%	80,00%	100,00%	2017	4,09%
Servicio generales: Aseo y varios	600.000	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%	2018	3,18%
Servicio de telefonía e internet	350.000	60,00%	0,00%	40,00%	100,00%	2019	3,80%
Gastos Legales	300.000	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	2020	1,61%
Mantenimiento y Reparaciones	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2021	5,62%
Papelería y utiles de oficina	250.000	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%	2022	13,12%
Transportes y Fletes	600.000	10,00%	0,00%	90,00%	100,00%	2023	9,28%
Depreciación de Activos	601.458	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%	2024	
Amortización Diferidos	250.000	80,00%	0,00%	20,00%	100,00%	SUMATORIA	64,99%
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	40,00%	0,00%	60,00%	100,00%	PROMEDIO	5,00%
TOTAL PRESUPUESTO MES	18.951.458						

18.4.2.1 Proyección de gastos del personal.

La proyección de gastos del personal indica el costo estimado de la nómina a lo largo del tiempo, considerando factores como aumentos salariales, inflación y crecimiento del equipo. Permite anticipar el impacto financiero de la fuerza laboral en la operación y planificación estratégica de la empresa.

NOMINA DE PERSONAL AREA ADMINISTRATIVA, CONTABLE Y FINANCIERA							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
Gerente	3.200.000	0	3.200.000	698.560	816.000	4.714.560	56.574.720
Apoyo administrativo	1.500.000	200.000	1.700.000	371.110	382.500	2.453.610	29.443.320
Auxiliar contable	1.400.000	200.000	1.600.000	349.280	357.000	2.306.280	27.675.360
	1.700.000		1.700.000	371.110	433.500	2.504.610	30.055.320
TOTAL	7.800.000	400.000	8.200.000	1.790.060	1.989.000	11.979.060	143.748.720

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PAA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO					
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nomina Administración	143.748.720	153.431.993	163.767.556	174.799.348	186.574.269
Nómina Ventas y Comercial	108.389.520	115.690.909	123.484.138	131.802.338	140.680.873
Nómina Producción	0	0	0	0	0
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	252.138.240	269.122.902	287.251.694	306.601.686	327.255.142

18.4.2.2 Proyección De Gastos Generales

Este cuadro muestra la proyección de los gastos generales de administración durante el período de evaluación del proyecto. Presenta un desglose detallado de los diferentes rubros de gasto, su presupuesto mensual y la distribución porcentual en el área de administración, contabilidad y finanzas. Además, refleja la evolución del gasto total en cada categoría a lo largo de cinco años, permitiendo analizar el crecimiento y comportamiento de los costos administrativos en el tiempo.

PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	% DE PRORRATA AREA DE ADMINISTRACION, CONTABLE Y FINANCIERA	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	10.000.000	70,00%	84.000.000	88.199.354	92.608.643	97.238.363	102.099.533
Servicios publicos	1.500.000	50,00%	9.000.000	9.450.000	9.922.500	10.418.625	10.939.556
Arrendamientos	1.500.000	50,00%	9.000.000	9.450.000	9.922.500	10.418.625	10.939.556
Servicios de vigilancia	700.000	50,00%	4.200.000	4.410.000	4.630.500	4.862.025	5.105.126
Copias, fotocopias	300.000	70,00%	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215	3.063.076
Servicio de cafeteria y casino	200.000	50,00%	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Servicios temporales	800.000	20,00%	1.920.000	2.016.000	2.116.800	2.222.640	2.333.772
Servicio generales: Aseo y varios	600.000	50,00%	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
Servicio de telefonia e internet	350.000	60,00%	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215	3.063.076
Gastos Legales	300.000	100,00%	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
Mantenimiento y Reparaciones	0	0,00%	0	0	0	0	0
Papelaria y utiles de oficina	250.000	50,00%	1.500.000	1.575.000	1.653.750	1.736.438	1.823.259
Transportes y Fletes	600.000	10,00%	720.000	756.000	793.800	833.490	875.165
Depreciación de Activos	601.458	50,00%	3.608.750	3.608.750	3.608.750	3.608.750	3.608.750
Amortización Diferidos	250.000	80,00%	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Diversos y otros gastos generales	1.000.000	40,00%	4.800.000	5.040.000	5.292.000	5.556.600	5.834.430
PRESUPUESTO MENSUAL	18.951.458		134.588.750	141.017.104	147.766.843	154.854.035	162.295.552

18.4.3.2 Nómina De Personal Área De Ventas O Comercial.

Este cuadro permite estimar el impacto financiero de la nómina del área comercial en la estructura de costos de la empresa.

NOMINA DE PERSONAL AREA DE VENTAS O COMERCIAL							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL 21,83%	CARGA PARAFISCAL 25,50%	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
Director de ventas	2.800.000	0	2.800.000	611.240	714.000	4.125.240	49.502.880
Asesor de ventas	1.600.000	200.000	1.800.000	392.940	408.000	2.600.940	31.211.280
Operario de Ventas 1	1.400.000	200.000	1.600.000	349.280	357.000	2.306.280	27.675.360
Operario de Ventas 4			0	0	0	0	0
TOTAL	5.800.000	400.000	6.200.000	1.353.460	1.479.000	9.032.460	108.389.520

18.4.3.3 Proyección De Los Costos De Exportación

La proyección de costos de exportación a cinco años permite estimar los gastos asociados a la comercialización internacional de los productos. Este análisis incluye costos logísticos, aduaneros, transporte, seguros y otros factores que impactan la rentabilidad y competitividad en los mercados externos. Al evaluar estos costos a lo largo del tiempo, se pueden identificar tendencias y tomar decisiones estratégicas para optimizar la eficiencia operativa y financiera.

PROYECCION DE LOS COSTOS DE EXPORTACION (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	1500	5	3,67514E+11	3,96537E+11	4,27853E+11	4,61642E+11	4,98099E+11
Gastos del Proceso Exportador (Costos de la Exportación)			25.000.946	25.690.984	26.400.068	27.128.723	27.877.489
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			2,76%	2,76%	2,76%	2,76%	2,76%

· Costos De Exportación

Un documento de costos de importación detalla los gastos asociados a la adquisición de bienes en el extranjero, incluyendo aranceles, fletes, seguros, trámites aduaneros y costos logísticos. Su análisis permite evaluar la viabilidad financiera y optimizar la cadena de suministro.

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I	PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial	PALA EMBUTIDOS SAS	Campos Modificables
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	1601.00.00.00	Campos con Formulas
	III	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	1601.00.	
	IV	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	KG	
	V	VALOR POR UNIDAD COMERCIAL	3	
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	VI	TIPO DE EMPAQUE	CANASTILLA	
	VII	DIMENSIONES DEL EMPAQUE m	0,21*0,31*0,21	
	VIII	ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	BUENAVENTURA- COLOMBIA	
	IX	DESTINO: / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	Buenos Aires- puerto nuevo Buenos Aires	
	X	PESO TOTAL KG/TON	247KG	
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XI	UNIDAD DE CARGA	Contenedor reefer	
	XII	UNIDADES COMERCIALES	1.500	
	XIII	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	0,247m3	
	XIV	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	CIF	
	XV	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	CARTA CREDITO	
		TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	\$ 3.948	

CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN			MARÍTIMO			AÉREO			TERRESTRE		
			Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)	Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)	Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)
PAIS EXPORTADOR	EMPAQUE		0,00	0,15		0,000			0,000		
	EMBALAJE		0,01	15,00		0,000			0,000		
	VALOR EXV		3,13	4.695,15	10,00	3,120	4.680,00		3,120	4.680,00	
	Costos Directos										
	UNITARIZACIÓN		0,011	16,45		0,000			0,000		
	MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR		0,033	50,00		0,000			0,000		
	DOCUMENTACIÓN		0,033	50,00		0,000			0,000		
	TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)		0,000			0,000			0,000		
	ALMACENAMIENTO INTERMEDIO		0,000			0,000			0,000		
	MANIPULO PREEMBARQUE		0,010	15,29		0,000			0,000		
	MANIPULO EMBARQUE		0,023	35,00		0,000			0,000		
	BANCARIO		0,000			0,000			0,000		
	AGENTES		0,000			0,000			0,000		
	Costos Indirectos										
	ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto		0,000			0,000	-		0,000		
	CAPITAL-INVENTARIO		0,000			0,000	-		0,000		
	SEGURO***			13,86			30,42			30,42	
	COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR		0,120	180,60		0,020	30,42		0,020	30,42	
	VALOR : FCA.No Incluye Embarque		3,227	4.840,75	10,00	3,140	4.710,42	-	3,140	4.710,42	-
	VALOR : FAS No Incluye Embarque		3,227	4.840,75	10,00		N/A			N/A	
	VALOR : FOB		3,251	4.875,75	10,00		N/A			N/A	
TRÁNSITO INTERNACIONAL	TRANSPORTE INTERNACIONAL		0,344	1416,00		0,000			0,000	-	
	VALOR CFR		4,195	6.291,75	10,00		N/A			N/A	
	VALOR CPT		4,195	6.291,75	10,00	3,140	4.710,42	0,00	3,140	4.710,42	0,00
	SEGURO INTERNACIONAL		0,027	40,81		0,020	30,42		0,020	30,42	
	VALOR CIF		4,222	6.332,56	10,00		N/A			N/A	
	VALOR CIP		4,222	6.332,56	10,00	3,161	4.740,84	0,00	3,161	4.740,84	0,00
	MANIPULO DE DESEMBARQUE		0,000			0,000	-		0,000		
	Costos indirectos										
	CAPITAL-INVENTARIO		0,005	6,86		0,000			0,000		
	COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL		1,096	1.644,27		0,041	60,84		0,041	60,84	
PAIS IMPORTADOR	VALOR DAP** No Incluye Desembarque		4,226	6.339,42	10,00		N/A			N/A	
	VALOR DAT		4,226	6.339,42	10,00	3,161	4.740,84	0,00	3,161	4.740,84	0,00
	TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR		0,000			0,000			0,000		
	ALMACENAMIENTO		0,000			0,000			0,000		
	VALOR DAP***		4,226	6.339,42	10,00	3,161	4.740,84	-	3,161	4.740,84	-
	DOCUMENTACION		0,000			0,000			0,000		
	ADUANEROS (IMPUESTOS)		0,760	1133,66		0,000			0,000		
	AGENTES		0,017	25,33		0,000			0,000		
	BANCARIO		0,000			0,000			0,000		
	Costos indirectos										
PAIS IMPORTADOR	CAPITAL-INVENTARIO		0,001	1,27		0,000			0,000		
	SEGURO			48,52							
	COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR		1,906	2.859		0,041	60,84		0,041	60,84	
	VALOR DDP TOTAL		5,036	7.554,40	10,00	3,161	4.740,84	-	3,161	4.740,84	-

Última Actualización: Marzo 2015

Fuente: PROCOLOMBIA

COSTO TOTAL DE LA EXPORTACION	25000946
UNIDADES EXPORTADAS	1500
COSTO POR UNIDAD EXPORTADA	16667,29733

18.5 ESTADO DE RESULTADOS

El propósito del estado de resultados de Pala Embutidos es reflejar si la empresa es rentable, es decir, si genera más ingresos de los que gasta en su operación. A través de este informe, se puede evaluar si las ventas de embutidos y otros productos cubren los costos de producción, administración y distribución, entre otros gastos. Si los ingresos superan los costos, la empresa tendrá una utilidad neta positiva, lo que indica rentabilidad. Por el contrario, si los costos y gastos superan los ingresos, la empresa tendrá una pérdida neta, lo que reflejaría una falta de rentabilidad en ese período.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Periodo de Evaluación del Proyecto					
CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
INGRESOS					
INGRESOS OPERACIONALES					
Ingresos por Ventas Nacionales					
En el Exterior	750000000	770700368,4	791972077,2	813830896	836293028,1
TOTAL INGRESOS	750000000	770700368,4	791972077,2	813830896	836293028,1
COSTO DE VENTAS					
Costo de la Mercancía vendida	0	7874,942308	8268,628847	8681,99668	9116,029734
Costos de la exportacion	0	0	0	0	0
Gastos de Personal (Producción)	0	0	0	0	0
Otros Costos: Gastos Generales Producción	0	0	0	0	0
TOTAL COSTOS	0	7874,942308	8268,628847	8681,99668	9116,029734
UTILIDAD BRUTA	750000000	770692493,5	791963808,6	813822214	836283912,1
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION					
Gastos de Personal de Administración	143.748.720	153.431.993	163.767.556	174.799.348	186.574.269
Gastos Generales de Administración	134.588.750	141.017.104	147.766.843	154.854.035	162.295.552
GASTOS GENERALES DE VENTAS					
Gastos de Personal de Ventas y Comercial	108.389.520	115.690.909	123.484.138	131.802.338	140.680.873
Gastos Generales de Ventas	92.828.750	94.628.473	96.518.168	98.502.334	100.585.693
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES	479.555.740	504.768.479	531.536.705	559.958.055	590.136.386
UTILIDAD OPERACIONAL	270.444.260	265.924.014	260.427.103	253.864.158	246.147.526
Provisión Impuesto de Renta 35%	94655491	93073405,03	91149486,17	88852455,4	86151634,01
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	175.788.769	172.850.609	169.277.617	165.011.703	159.995.892
Reserva Legal	17578876,9	17285060,93	16927761,72	16501170,3	15999589,17
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS	158.209.892	155.565.548	152.349.855	148.510.533	143.996.303

18.6 FLUJO NETO

El flujo neto sería la diferencia entre los ingresos por ventas y los gastos operativos, y es crucial para saber si la empresa tiene suficiente liquidez para seguir operando o si está enfrentando dificultades financieras.

FLUJO NETO DE EFECTIVO					
Periodo de Evaluación del Proyecto					
CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
INGRESOS					
INGRESOS OPERACIONALES					
Ingresos por Ventas					
Nacionales	0	0	0	0	0
En el Exterior	750000000	770700368,4	791972077,2	813830895,6	836293028,1
TOTAL INGRESOS	750000000	770700368,4	791972077	813830895,6	836293028,1
COSTO DE VENTAS					
Costo de la Mercancía vendida	0	7874,942308	8268,628847	8681,996684	9116,029734
Costos de la exportación	0	0	0	0	0
Gastos de Personal (Producción)	0	0	0	0	0
Otros Costos: Gastos Generales Producción	0	0	0	0	0
TOTAL COSTOS	0	7874,942308	8268,62885	8681,996684	9116,029734
UTILIDAD BRUTA	750000000	770692493,5	791963809	813822213,6	836283912,1
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION					
Gastos de Personal de Administración	143.748.720	153.431.993	163.767.556	174.799.348	186.574.269
Gastos Generales de Administración	134.588.750	141.017.104	147.766.843	154.854.035	162.295.552
GASTOS GENERALES DE VENTAS					
Gastos de Personal de Ventas y Comercial	108.389.520	115.690.909	123.484.138	131.802.338	140.680.873
Gastos Generales de Ventas	92.828.750	94.628.473	96.518.168	98.502.334	100.585.693
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES	479.555.740	504.768.479	531.536.705	559.958.055	590.136.386
UTILIDAD OPERACIONAL	270.444.260	265.924.014	260.427.103	253.864.158	246.147.526
Provisión Impuesto de Renta 35%	94.655.491	93.073.405	91.149.486	88.852.455	86.151.634
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	175.788.769	172.850.609	169.277.617	165.011.703	159.995.892
Reserva Legal	17.578.877	17.285.061	16.927.762	16.501.170	15.999.589
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS	158.209.892	155.565.548	152.349.855	148.510.533	143.996.303
GASTOS NO DESEMBOLSABLES					
Depreciación de Activos	7.217.500	7.217.500	7.217.500	7.217.500	7.217.500
Amortización Diferidos	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
INVERSIONES PRELIMINARES					
Gastos Preoperativos	12.000.000				
Inversiones Fijas	28.870.000				
Capital de Trabajo	387.600.000				
FLUJO NETO DE EFECTIVO	428.470.000	168427392,1	165783048,4	158728032,6	154213802,6

18.7 VPN Y TIR

Valor Presente Neto (VPN) y Tasa Interna de Retorno (TIR) son dos herramientas clave utilizadas en la evaluación de inversiones o proyectos.

- VPN calcula la diferencia entre el valor actual de los flujos de efectivo futuros generados por un proyecto y su costo inicial. Si el VPN es positivo, la inversión es rentable, ya que generará más dinero del que cuesta. Si es negativo, la inversión no es rentable.
- TIR es la tasa de rendimiento que hace que el VPN de un proyecto sea cero. Es decir, es la tasa a la cual los flujos de efectivo futuros descontados igualan el costo de la inversión.

VALOR PRESENTE NETO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE VALOR PRESENTE NETO						8,000000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-428.470.000	168.427.392	165.783.048	162.567.355	158.728.033	154.213.803
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1 + i)^n$	1,000000	1,080000	1,166400	1,259712	1,360489	1,469328
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-428.470.000	155.951.289	142.132.243	129.051.208	116.669.842	104.955.323
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						220.289.905
TASA INTERNA DE RETORNO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO						5,000000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-428.470.000	168.427.392	165.783.048	162.567.355	158.728.033	154.213.803
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1 + i)^n$	1,000000	1,050000	1,102500	1,157625	1,215506	1,276282
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-428.470.000	160.407.040	150.370.112	140.431.794	130.585.945	120.830.550
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						274.155.441

19. Punto De Equilibrio.

Punto de equilibrio en unidades:

$$PE = \text{Costos Fijos} / (\text{Precio de Venta} - \text{Costo de venta})$$

Se divide el costo fijo por la diferencia entre el precio unitario y el costo variable unitario. A la diferencia entre el precio de venta y el costo variable unitario se le conoce como Margen de Contribución.

El precio de los embutidos va entre el valor de US 3.12, el costo variable unitario es de US 2,07 y mis costos fijos suman US 6.332,56. Se hace el siguiente cálculo:

$$\text{Punto de Equilibrio} = 6.332,56 / (3,12 - 2,07) = 6.031,00$$

El punto de equilibrio es 6.031,00, esto es, se deben vender 6.031,00 unidades para obtener el punto de equilibrio.

CONCLUSIONES

1. Atractivo del Mercado Argentino

- Demanda por calidad y sofisticación: El consumidor argentino prioriza estándares elevados de calidad y seguridad alimentaria, con una predisposición hacia productos gourmet y marcas premium, lo que posiciona a los embutidos colombianos como una opción competitiva si se garantiza excelencia.

- Potencial de escala: Con una población de 45 millones y un PIB per cápita de ~USD 13,000 (2023), Argentina ofrece un mercado masivo con capacidad de consumo en segmentos medio-altos, particularmente en áreas urbanas como Buenos Aires.

2. Requerimientos Estratégicos para la Penetración

- Logística especializada:

- Implementar una cadena de frío certificada (ej.: ISO 22000) para preservar integridad del producto, con alianzas con operadores logísticos con experiencia en perecederos.

- Cumplimiento riguroso de protocolos de bioseguridad argentinos (ej.: SENASA) y normas de empaque (materiales aptos para refrigeración y trazabilidad).

- Estudio de mercado granular:

- Análisis de competencia local (ej.: marcas como Paladini o Granja Tres Arroyos), preferencias de sabor (ej.: ahumados vs. especiados), y canales de distribución clave (supermercados vs. tiendas gourmet).

- Evaluación de requisitos legales (ej.: etiquetado nutricional, registro sanitario ante ANMAT).

3. Infraestructura Operativa y Sostenibilidad

- Plataforma administrativa integrada:

- Crear un equipo binacional (Colombia-Argentina) para gestionar aduanas, impuestos (ej.: arancel externo común del Mercosur) y certificaciones.

- Invertir en tecnologías de tracking (IoT) para monitoreo en tiempo real de la cadena de suministro.

- Sostenibilidad como ventaja competitiva:

- Adoptar envases biodegradables y procesos con huella de carbono reducida, alineados con regulaciones ambientales argentinas (Ley 25.916 de Gestión de Residuos) y tendencias de consumo ecoconsciente.

4. Financiamiento y Posicionamiento

- Movilización de recursos:

- Buscar financiamiento mediante programas de ProColombia o alianzas público-privadas para cubrir costos iniciales (ej.: certificaciones, transporte refrigerado).

- Establecer acuerdos con distribuidores locales para reducir riesgo operativo.

- Estrategia de branding diferencial:

- Resaltar atributos únicos (ej.: tradición artesanal colombiana, ingredientes naturales) mediante campañas digitales segmentadas en redes sociales (Instagram, Facebook) y ferias gastronómicas (ej.: ExpoFood 2024).

Viabilidad y Proyección

La exportación de salchichones a Argentina es viable si se estructura bajo un modelo logístico resiliente, cumplimiento normativo proactivo y diferenciación basada en calidad y sostenibilidad. Una ejecución precisa permitiría capturar entre un 3-5% del mercado de embutidos premium en 3 años, con rentabilidades atractivas (ROI estimado: 12-15% anual). La clave radica en integrar flexibilidad operativa para adaptarse a fluctuaciones económicas argentinas y reforzar alianzas estratégicas locales.

RECOMENDACIONES

1. Exploración y consolidación del mercado potencial

El mercado argentino, caracterizado por su riqueza gastronómica y alta valoración de productos cárnicos, representa una oportunidad significativa para la exportación de embutidos. Se recomienda realizar un análisis detallado de las preferencias de los consumidores locales, identificando segmentos específicos del mercado que valoren la autenticidad y calidad de los salchichones. Esto permitirá establecer un posicionamiento sólido como producto premium en el mercado.

2. Garantizar la calidad y autenticidad del producto

Mantener y comunicar la calidad excepcional de los salchichones será crucial para diferenciarse en un mercado altamente competitivo. Se recomienda implementar controles estrictos a lo largo de la cadena de suministro, desde la selección de materias primas hasta la entrega final, asegurando el cumplimiento de estándares internacionales de calidad y seguridad alimentaria. Asimismo, desarrollar certificaciones de origen y calidad será un valor agregado que refuerce la confianza del consumidor argentino.

3. Diseño de estrategias de marketing adaptadas

Es fundamental ajustar las estrategias de marketing y mercadeo considerando las características culturales y sociales de los consumidores argentinos. Esto incluye desarrollar campañas publicitarias que resalten los atributos de autenticidad, tradición y sabor del producto, utilizando canales digitales y presenciales que maximicen la visibilidad en el mercado. Además, promover degustaciones y

alianzas con chefs locales o restaurantes especializados podría ser una estrategia efectiva para incrementar la percepción del valor del producto.

4. Cumplimiento regulatorio y manejo de trámites internacionales

El éxito de la exportación dependerá en gran medida de garantizar el cumplimiento riguroso de las normativas aduaneras, fitosanitarias y de etiquetado de ambos países. Se recomienda trabajar en conjunto con especialistas en comercio internacional y normativas alimentarias para asegurar que todos los requisitos legales sean cumplidos. Esto incluye mantener documentación actualizada, como certificados sanitarios, de origen, y análisis de laboratorio, para evitar interrupciones en la logística.

5. Gestión eficiente de la logística internacional

Para preservar la calidad del producto durante su transporte, es esencial optimizar la cadena de frío y los sistemas de almacenamiento. Implementar tecnología avanzada de monitoreo de temperatura, humedad y tiempos de tránsito asegurará que los embutidos lleguen a Argentina en condiciones óptimas. Además, establecer alianzas con empresas logísticas confiables y realizar simulaciones de ruta podrían ayudar a identificar riesgos y mejorar la eficiencia en las operaciones.

6. Sostenibilidad y compromiso medioambiental

El consumidor moderno, incluyendo al argentino, valora cada vez más las prácticas empresariales sostenibles. Por ello, se recomienda adoptar medidas que reduzcan el impacto ambiental de la producción y exportación, como el uso de empaques biodegradables y la implementación de procesos energéticamente eficientes. Estas acciones no solo contribuirán al bienestar del planeta, sino que también mejorarán la percepción de la marca entre los consumidores y stakeholders.

7. Monitoreo constante del mercado y ajustes estratégicos

El entorno competitivo requiere un monitoreo continuo de las tendencias del mercado argentino. Implementar sistemas de inteligencia de mercado permitirá identificar cambios en las preferencias de los consumidores y adaptar las estrategias de comercialización, distribución y promoción según sea necesario. Además, la evaluación periódica del desempeño del producto en el mercado permitirá detectar oportunidades de mejora y garantizar la competitividad a largo plazo.

BIBLIOGRAFÍA.

Agencia de Aduanas SERVADI S.A.S. (s.f.). Trámites aduaneros y documentación para exportación.

Banco Central de la República Argentina (BCRA). (2018). Resolución 1 de mayo 25 de 2018.

Cámara de Comercio de Cali. (2023). Guía de exportación para productos cárnicos.

DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia). (2019). *Decreto 1165 de 2019: Regulación aduanera*.

Fisher, I. (1930). The Theory of Interest. Macmillan.

Grupo GTA (Granja Tres Arroyos). (2023). Informe anual de producción y exportación. Recuperado de <https://www.grupogta.com.ar>

Galán, L. (Productor). (2016, 26 de octubre). El mercado colombiano ofrece interesantes oportunidades para el sector porcino español. La Estrella de Capa Blanca.
<https://interporc.com/2016/10/27/mercado-colombiano-ofrece-oportunidades?cat=actualidad>

Grupo GTA. (n.d.). *Granja Tres Arroyos*. <https://www.grupogta.com.ar/marcas/granja-tres-arroyos>

INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos). (2023).

*Certificado sanitario para exportación de embutidos.

Legiscomex. (2022). Teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter*. Recuperado de https://www.legiscomex.com

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia. (2022). Estadísticas del sector cárnico colombiano.

1 Porter, M. E.(1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.

ProColombia. (2023). Guía de requisitos para exportar productos cárnicos.

Qualtrics. (2021). Ciclo de vida del producto: Teoría y aplicación. Recuperado de https://www.qualtrics.com

Rodríguez, H. P.(2017). Estudio de factibilidad para la producción de embutidos*. Zamorano: Digital Repository.

Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia. (2023). Normativas de empaque y etiquetado para exportación.

TRIMSA Internacional S.A.S. (2023). Manual de logística para transporte refrigerado.

World Bank. (2022). *Informe económico de América Latina: Impacto en el consumo de alimentos.

ANEXOS.

· Certificado de origen: Documento oficial que acredita el país de origen de los productos exportados por PALA EMBUTIDOS SAS. Este certificado es utilizado en procesos de comercio exterior para la aplicación de preferencias arancelarias dentro de acuerdos comerciales internacionales. Contiene información detallada sobre los productos exportados, incluyendo descripciones, cantidades y códigos arancelarios, en cumplimiento con las normativas de comercio exterior de Colombia.

CERTIFICADO DE ORIGEN DEL MERCOSUR				
1. Productor Final o exportador PALA EMBUTIDOS SAS - 890411532 5		Identificación del Certificado 277988814700		
2. Importador (Nombre, dirección, país) GRANJA TRES ARROYOS		Nombre de la Entidad Emisora del Certificado		
3. Consignatario COLOMBIA eandro N. Alem 36 (C.1003AAN) Buenos Aires - Argentina				
4. Puerto o lugar de embarque previsto BUENAVENTURA		5. País de destino de las mercaderías ARGENTINA		
6. Medio de transporte previsto MARITIMO		7. Factura Comercial FE - 1804 DE ABRIL 84 2024		
8. N° de Orden (A)	9. Códigos NCM	10. Denominación de las Mercaderías (B)	11. Peso Líquido o Cantidad	12. Valor FOB en Dólares (US\$)
1	1601.00.00	SALCHICHON DE POLLO 500G	250	2,453 USD
2	1601.00.00	SALCHICHON MIXTO (POLLO Y CARNE) 500G	250	3,65 USD
3	1601.00.00	SALCHICHON DE CERDO 250G	550	2,45 USD
4	1601.00.00	SALCHICHON IBERICO 80G	300	4,89 USD
5	1601.00.00	SALCHICHON MIXTO (POLLO Y CERDO) 250G	150	3,57 USD
N° de Orden		13. Normas de Origen (C)		
		011-Argentina con cód 011 (MERCOSUR)		
14. Observaciones				
CERTIFICADO DE ORIGEN 1/1.				
CERTIFICADO DE ORIGEN				
15. Declaración del Productor Final o del Exportador: Declaramos que las mercaderías mencionadas en el presente formulario fueron producidas en COLOMBIA VALLE DEL CAUCA - CALI y están de acuerdo con las condiciones de origen establecidas en el Acuerdo.		16. Certificación de la Entidad Habilitada: - Certificamos la veracidad de la declaración que antecede de acuerdo con la legislación vigente.		
Fecha: 2024 - 11 - 18		Fecha: 2024-05-25		
Sello y Firma		Sello y Firma		

Declaración de Exportación: Documento requerido en operaciones de comercio internacional que formaliza la salida de mercancías desde el territorio nacional. En este caso, la **Declaración de Exportación (DEX)** certifica el embarque definitivo de productos de embutidos con destino a Argentina. Incluye información como valores CIF, términos de pago, pesos de la mercancía, cantidades exportadas y datos de la empresa exportadora e importadora. Está firmado por **Laura Aguirre**, representante de la empresa.

DIAN		Declaración de Exportación		MUNISCA		600	
1. Año:				4. Número de formulario			
Espacio reservado para la DIAN							
							
22. Tipo de documento		19. Número de identificación		6. Clave		7. Primer apellido	
		890411532		5			
21. Razón social		PALA EMBUTIDOS S.A.S					
24. Tipo de documento		23. Número documento de identificación		26. Clave		27. Primer apellido	
		890317082		5			
31. Razón social		AGENCIA DE ADUANAS SERVICIOS ADUANEROS INTEGRADOS SAS NIVEL 1					
32. Tipo de documento		33. Número documento de identificación		36. Clave		37. Primer apellido	
31		591381423-5					
38. Razón social		GRANJA TRES ARROYOS					
39. Dirección de despacho		CAPITÁN SARMIENTO BUENOS AIRES 2752				40. Ciudad	
						BUENOS AIRES	
41. Clase DEX		42. No. Formulario aduana		43. Tipo de otorgamiento		44. No. de documento	
DEX UNICO DATOS DEFINITIVOS		1				5798	
45. Tipo de despacho		46. Tipo de operación		47. No. de documento		48. No. de documento	
INICIAL		1		5798			
49. Regimen aduanero		50. Aduana de despacho		51. Tipo de despacho		52. Tipo de despacho	
EXPORTACION DEFINITIVA		CALI		DEFINITIVOS AL EMBARQUE		DEFINITIVOS AL EMBARQUE	
53. Tipo de datos		54. Tipo de embarque		55. Tipo de embarque		56. Tipo de embarque	
DEFINITIVOS AL EMBARQUE		UNICO		UNICO		UNICO	
57. Clave de pago		58. Valor factura en moneda de transacción		59. Tasa de cambio		60. Tipo de pago	
USD		6.332.56		3.948		PAGO A CREDITO	
61. Fecha de pago		62. Domicilio a la mano con el cliente		63. Domicilio de despacho		64. Domicilio de despacho	
65. Aduana de salida		66. País destino final		67. Clave de destino final		68. Tipo de carga	
Adu. CLO		ARGENTINA		ARG		SUELTA	
70. Valor total FOB USD		71. Valor total FOB USD		72. Valor total FOB USD		73. Valor total FOB USD	
4.875.75		1.416		40.81			
74. Valor total exportaciones USD		75. Valor a cargo USD		76. Valor total agregado nacional USD			
6.315,36							
Totales para control							
77. Total netos		78. Total netos de duties		79. Total netos de duties		80. Total netos de duties	
				247			
81. No. Autorización embarque		82. Fecha autorización embarque		83. No. Total al autorizar el embarque		84. Fecha actual autorización embarque	
674893652390		2024 11 18				2024 11 18	
85. Nombre funcionario responsable		86. Nombre funcionario responsable					
87. Cargo		88. Cargo					
89. Tipo de documento		90. No. documento de identificación					
91. No. Adicional							
Firma de quien suscribe el documento							
Laura Aguirre CC. 1109186408							
92. Apellido y nombre		93. No. identificación		94. Clave Representación		95. Organización	
96. Fecha declaración-exportación		97. Fecha declaración-exportación					

		Declaración de Exportación				600	
Espacio reservado para la DIAN				4. Número de formulario			
10. Tipo de documento 31		11. Número de identificación 890411532		12. País 5		13. Primer apellido 	
14. Segundo apellido 		15. Tercer apellido 		16. Primer nombre 		17. Otros nombres 	
18. Razón social PALA EMBUTIDOS SAS							
Subproductos declarados							
99. No. Serie 1	98. Subproducto 16010000	100. Cód. Complementario 	97. Cód. Suplementario 	103. Unidad física KILOGRAMO	Cód. KG	105. Cantidad 1500	104. Unidad comercial CANASTILLAS
106. Cód. UNIC 19	108. Clase empaque CANASTILLAS	Cód. BOX	107. No. Bultos 1	109. Peso bruto kg. 247.00	110. Peso neto kg. 342.00	111. Valor FOB USD 4875.75	
112. Mercadería PALA							
113. Descripción GRUPO 1: NOMBRE COMERCIAL: SALCHICHON DE POLLO, OTRAS CARACTERISRICAS: PALA DE 500G, CANTIDAD DE UNIDADES COMERCIALES: 250. GRUPO 2: NOMBRE COMERCIAL: SALCHICHON MIXTO (POLLO Y CARNE), OTRAS CARACTERISRICAS: PALA DE 500G, CANTIDAD DE UNIDADES COMERCIALES: 250. GRUPO 3: NOMBRE COMERCIAL: SALCHICHON DE CERDO, OTRAS CARACTERISRICAS: PALA DE 250G, CANTIDAD DE UNIDADES COMERCIALES: 550. GRUPO 4: NOMBRE COMERCIAL: SALCHICHONES IBERICOS, OTRAS CARACTERISRICAS: PALA DE 80G, CANTIDAD DE UNIDADES COMERCIALES: 300. GRUPO 5: NOMBRE COMERCIAL: SALCHICHON MIXTOS (POLLO Y CERDO), OTRAS CARACTERISRICAS: PALA DE 250G, CANTIDAD DE UNIDADES COMERCIALES: 150							
115. Unidad de medida física 		Cód. 	114. País 	116. País de origen COLOMBIA	Cód. CO	118. Región de origen VALLE DEL CAUCA	Cód. 76
117. Preferencia arancelaria 011 - ARGENTINA CON COD 011 (MERCOSUR)							Cód. 11
Regimen procedente							
119. Aduana procedente 	Cód. 	119. No. Declaración procedente 	120. Año aceptación 	121. Regimen procedente 	Cód. 	122. Cód. Modales procedente 	123. No. Serie procedente

		Declaración de Exportación				600	
Exportación para la CAN				Página 44 Hoja No. 3			
4. Número de formulario							
12. Tipo de documento 31		13. Número de identificación 890411532		14. DV 5		15. Primer apellido 	
16. Segundo apellido 		17. Primer nombre 		18. Segundo nombre 		19. Otros nombres 	
11. Razón social PALA EMBUTIDOS SAS							
Detalles del transporte							
124. Tipo de documento 31		125. Número de identificación 96745322		126. DV 5		127. Primer apellido 	
128. Segundo apellido 		129. Primer nombre 		130. Segundo nombre 		131. Otros nombres 	
132. Razón social DSV OCEAN TRANSPORT A/S							
133. Nacionalidad bandera COLOMBIA		134. Cód. CD		135. No. Manifiesto de carga 11654328899		136. Fecha manifiesto 2024 11 17	
137. Identificación medio de transporte DK-2624		138. Lugar de embarque CAU		139. Cód. 88			
140. Tipo de documento 		141. Número de identificación 		142. DV 		143. Primer apellido 	
144. Segundo apellido 		145. Primer nombre 		146. Segundo nombre 		147. Otros nombres 	
148. Razón social 							
149. Nacionalidad bandera 		150. Cód. 		151. No. Manifiesto de carga 		152. Fecha manifiesto 	
153. Identificación medio de transporte 		154. Lugar de embarque 		155. Cód. 			
156. Tipo de documento 		157. Número de identificación 		158. DV 		159. Primer apellido 	
160. Segundo apellido 		161. Primer nombre 		162. Segundo nombre 		163. Otros nombres 	
164. Razón social 							
165. Nacionalidad bandera 		166. Cód. 		167. No. Manifiesto de carga 		168. Fecha manifiesto 	
169. Identificación medio de transporte 		170. Lugar de embarque 		171. Cód. 			
172. Tipo de documento 		173. Número de identificación 		174. DV 		175. Primer apellido 	
176. Segundo apellido 		177. Primer nombre 		178. Segundo nombre 		179. Otros nombres 	
180. Razón social 							
181. Nacionalidad bandera 		182. Cód. 		183. No. Manifiesto de carga 		184. Fecha manifiesto 	
185. Identificación medio de transporte 		186. Lugar de embarque 		187. Cód. 			
188. Tipo de documento 		189. Número de identificación 		190. DV 		191. Primer apellido 	
192. Segundo apellido 		193. Primer nombre 		194. Segundo nombre 		195. Otros nombres 	
196. Razón social 							
197. Nacionalidad bandera 		198. Cód. 		199. No. Manifiesto de carga 		200. Fecha manifiesto 	
201. Identificación medio de transporte 		202. Lugar de embarque 		203. Cód. 			

Colombia, un compromiso que no podemos evadir.

Factura Comercial: Documento mercantil que respalda la transacción de exportación, detallando el acuerdo comercial entre **PALA EMBUTIDOS SAS** y la parte importadora. Contiene información específica sobre los productos exportados, incluyendo precios unitarios, cantidades, valor total de la operación, condiciones de entrega (CIF), costos de flete y seguro. Es un documento esencial para el despacho aduanero y la contabilidad de la empresa. Aparece firmada por **Pamela Angulo**.

COMMERCIAL INVOICE

Vendor/Exporter: PALA EMBUTIDOS SAS NIT: 890411532 5 CALLE 5N #33-23 VALLE DE CAUCA - CALI	Invoice Number: EE - 1804 Letter of Credit Number: 55698777 Currency: USD	Date of Shipment: 2024 - 11 - 18 AWB/BI Number: DK-2624 Country of Origin: COLOMBIA
Conditions of Sale /Terms of Sale: CIF		
Consignee: PALA EMBUTIDOS SAS - NIT: 890411532 5 CALLE 5N #33-23, CALI		Importer: GRANJA TRES ARROYOS - NIT: 591381423 5 CAPITAN SARMIENTO BUENOS AIRES 2752
Transportation: - Via: MARITIMA - From: BUENAVENTURA	Total Number of Packages: 19 BOX - Total Net Weight: 342 KG - Total Gross Weight: 247 KG	Total Invoice: 6.332.56 USD

Product Description	Qty	Weight	Unit Price	Total Value
SALCHICHON DE POLLO	250	500G	2,453 USD	612,50 USD
SALCHICHON MIXTO (POLLO Y CARNE)	250	500G	3,65 USD	912,50 USD
SALCHICHON DE CERDO	550	250G	2,45 USD	1347,50 USD
SALCHICHON IBERICO	300	80G	4,89 USD	1467,00 USD
SALCHICHON MIXTO (POLLO Y CERDO)	150	250G	3,57 USD	546,00 USD
FREIGHT:				1416 USD
INSURANCE:				40.81 USD

These commodities, technologies, or softwares were exported from the United States in accordance with export administration regulations. Diversion contrary to United States law prohibited. We certify that this commercial invoice is true and correct.

Name PAMELA ANGULO	Signature PAMELA ANGULO	Date 2024 - 11 - 18
-----------------------	----------------------------	------------------------



Listado de Empaque: Documento logístico que detalla la distribución de la mercancía en los embalajes utilizados para su transporte. Es fundamental para la trazabilidad de la carga y el control aduanero, ya que especifica la cantidad de cajas, peso neto y bruto, así como el desglose de los productos dentro de cada unidad de empaque.

LISTA DE EMPAQUE			
REFERIDA A LA FACTURA N°: FE - 1804			
EXPORTADOR: PALA EMBUTIDOS SAS -			
DIRECCIÓN: CALLE 5N #33-23			
TELF.: 3127742198			
CIUDAD: VALLE DE CAUCA - CALI			
PAÍS: COLOMBIA			
FECHA: 2024- 11 - 18		NIT: 890411532 5	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	PESO NETO	PESO TOTAL
250	SALCHICHON DE POLLO	500G	100G
250	SALCHICHON MIXTO (POLLO Y CARNE)	500G	100G
550	SALCHICHON DE CERDO	250G	41,6G
300	SALCHICHON IBERICO	80G	80G
150	SALCHICHON MIXTO (POLLO Y CERDO)	250G	250G
NATURALEZA DEL PRODUCTO: Liquida ☐ Solida ☒			
Frágil ☐ Peligroso ☐			
Otro: _____			
NUMERO TOTAL DE CAJAS: 19 CAJAS			
PESO NETO TOTAL: 342 KG			
PESO BRUTO TOTAL: 247KG			
			

Registro Sanitario: Documento emitido por el **Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA)**, que certifica que los productos cumplen con las normativas sanitarias exigidas para su comercialización en el mercado. Contiene información sobre el expediente sanitario, modalidades de venta autorizadas, condiciones de conservación, así como el nombre del fabricante y el titular del registro. La vigencia del registro se extiende hasta el año 2027.

Datos Generales del Producto							
Expediente Identificativa	20230751	Número producto	SALCHICHONES VARIADOS, SALCHICHON DE POLLO DE 500G, SALCHICHONONES MIXTOS (POLLO Y CARNE) DE 500G, SACHICHONES DE CERDO 250G, SALCHICHONES HERIDOS DE 50G, SALCHICHONES MIXTOS (POLLO Y CERDO) 50 250G				
Registro Identificativa	SLA-0219827-2022	Resolución	SL/056/22	Resolución	VEREDON	Resolución	Verifica
Observaciones							
Marcas			PASA.				

Tratamiento	CONDICIÓN	Condiciones de conservación	REFRIGERADO
Eligibles	Radio año	Estado	Archivos
	2021/04/185	Finalizado	Ver detalles

Proteção Social - Comercial
Período variável de 12 a 30000g

Reg	Nombre/Reason Record	Direction	Pais	Estado	Ciudad	Email
FABRICANTE	CONEXIONES SAN S.A.	CARRERA 21 No. 28 - 29	COLOMBIA	ANTIOQUIA	ITAGUI	andrea@conexionesan.com
TITULAR REGISTRO SANFARIO	PIELA IMBITUCCI SAS	CALLE 5 N° 490-28	COLOMBIA	VALLE DEL CAUCA	CBO	salvadorib@outlook.com

