

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE PALMITOS DESDE SANTIAGO DE
CALI – COLOMBIA HACÍA FLORIDA – ESTADOS UNIDOS.

ASTRID NATALIA RAMÍREZ CAPOTE

YULIANA NICOL ALONSO MORA

GMAIL: NATALIARAMIREZ2080@GMAIL.COM

TEL: 3187629077 / 3168474274

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “SIMÓN RODRÍGUEZ”

INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR.

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

SANTIAGO DE CALI

2025

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE PALMITOS DESDE SANTIAGO DE
CALI – COLOMBIA HACÍA FLORIDA – ESTADOS UNIDOS.

ASIGNATURA:

TRABAJO DE GRADOS

PRESENTADO A:

M. SC. HARRISON SÁNCHEZ SEVILLANO

INTEGRANTES:

ASTRID NATALIA RAMÍREZ CAPOTE

YULIANA NICOL ALONSO MORA

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “SIMÓN RODRÍGUEZ”

INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR.

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

SANTIAGO DE CALI

2025

Nota de aceptación de los jurados

Dedicatoria

A Dios

Dedicamos al forjador de nuestro camino, al padre celestial, que nos acompaña y nos levanta en cada tropiezo. Que derrame sus bendiciones sobre nosotras y nos llene de fuerzas para superar todos los obstáculos.

Dios síguenos guiando por el buen camino, danos tranquilidad, paciencia y destreza para afrontar los desafíos y que así no desfallezcamos ante ellos, enséñanos a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni el aliento.

A los padres

Dedicamos este trabajo al pilar de nuestras familias, nuestros padres por sus sacrificios y esfuerzos realizados, día a día para poder estudiar y realizar nuestros sueños, por creer y confiar en nuestras capacidades. Por darnos palabras de aliento para no desfallecer en este camino que tomemos con decisión propia y por habernos forjado en bases de responsabilidad, educación, anhelos y deseos de superación en nuestra vida estudiantil y profesional.

“Individualmente, somos una gota.

Juntos, somos un océano.”

Ryunosuke Satoro

Agradecimientos

Agradecemos a Dios, quien ha sido nuestra guía, fortaleza, fidelidad y amor hasta el día de hoy.

A nuestros padres que siempre están a nuestro lado sin importar que, brindándonos su apoyo y sus consejos para nunca rendirnos y hacer de nosotras una mejor persona, a nuestros hermanos, tíos, abuelos, amigos y maestros que en el andar de la vida nos han conocido y nos han ayudado a encontrarnos a nosotras mismas con sus palabras, que han sido una motivación para que nos proyectemos hacia esas metas y sueños que anhelamos, así mismo, con la esperanza de que haya un mundo más humano y justo.

Gracias a todos los que han recorrido con nosotras ese camino y quieren seguir ahí para nosotras.

Índice Temático

Introducción.....	12
1. Planteamiento Del Problema	13
Identificación del problema	13
Descripción Del Problema	13
1.2. Formulación Del Problema.....	15
1.3. Sistematización Del Problema	16
2. Objetivos.....	16
2.1. Objetivo General.....	16
2.2. Objetivos Específicos.	16
3. Justificación.....	17
3.1. Justificación Teórica	17
3.2. Justificación Practica	18
3.3. Justificación Metodológica.....	19
4. Marcos De Referencias	20
4.1. Marco Teórico	22
4.2. Marco Conceptual	26
4.3. Marco Contextual	27
4.4. Marco Legal	29
4.5. Marco Temporal	32

5. Diseño Metodológico	32
5.1. Clase o tipo de Investigación.....	33
5.2. Método de Investigación	34
5.3. Técnicas de Investigación.....	34
6. Estudio de Mercado.....	37
6.1. Análisis del sector	37
6.1.1. El sector exportador colombiano	39
6.1.2. El mercado del producto en el exterior	39
6.1.3. Análisis DOFA.....	42
6.2. Inteligencia De Mercados.....	43
6.2.1. Posibles Mercados Para La Exportación De Palmitos	43
6.2.2. País seleccionado De Destino (Estados Unidos)	46
6.2.2.1. Entorno Económico	47
6.2.2.2. Entorno Tecnológico.....	48
6.2.2.3. Entorno Político.....	48
6.2.2.4. Entorno Ambiental	48
6.2.2.5. Entorno Cultural	49
6.2.3. País seleccionado De Origen (Colombia)	49
6.2.3.1. Entorno Económico.....	50
6.2.3.2. Entorno Tecnológico.....	50

6.2.3.3. Entorno Político	51
6.2.3.4. Entorno Ambiental	51
6.2.3.5. Entorno Cultural	52
6.3 El producto.....	52
6.3.1. Portafolio de Productos.....	52
6.3.2 Generalidades y/o características del producto a exportar	52
6.4 El mercado proveedor	53
6.5 El Mercado Potencial Objetivo	54
6.5.1 La Población Objetivo.....	54
6.5.2 Tendencias y comportamiento del consumo en el país de destino.....	55
6.5.3 Requisitos del consumidor Del País Destino.....	55
6.6 El Mercado Competidor	56
6.6.1 Países exportadores del producto	56
6.6.2 Procedencia del producto en el país de destino	56
6.6.3 Los precios internacionales del producto.....	57
6.7 El Canal de Distribución.....	58
6.8 Estrategias de Mercadeo y ventas.....	59
7. El Estudio Técnico.....	60
7.1 Localización del Proyecto	60
7.1.1 Macro Localización.....	60

7.1.2 Micro Localización.....	60
7.1.3 La Planta Física	62
7.2 Aspectos Técnicos del Producto	63
7.2.1 Ficha Técnica del Producto	63
7.2.2 Capacidad de Producción y/o Comercialización por unidad de Tiempo	64
7.2.3 Unidad de Empaque y etiquetado para la exportación	66
7.3 La unidad Empresarial Exportadora	68
7.3.1 Tipo de Sociedad	68
7.3.2 Razón Social	68
7.3.3 Misión y Visión Empresarial.....	68
7.3.4 Principios y Valores	69
7.3.5 Políticas de Empresa	70
7.3.6 Organigrama Empresarial.....	71
7.3.7 Perfiles y Funciones del Personal.....	71
8. El plan exportador.....	74
8.1 Régimen de exportación	74
8.2 Trámites del proceso Exportador	75
8.2.1 Posición arancelaria	78
8.2.2 Permisos Previos y/o Vistos Buenos	79
8.2.3 Terminó De Negociación	81

	10
8.2.4 Agente De Carga y/o Tipo De Transporte.....	85
8.2.5 Medio De Pago.....	86
8.2.6 Contrato De Exportación	87
8.2. Proceso General De Exportación	91
8.2.1 Documentación.....	93
9. El estudio Económico y Financiero.	101
9.1 Las Inversiones Preliminares	101
9.1.1 Los Gastos Pre-Operativos.....	101
9.1.2 Las Inversiones Fijas	101
9.1.3 El Capital de Trabajo.....	103
9.1.4 La Composición del Capital.....	103
9.2 El Balance General de Constitución	104
9.3 La Producción y Los Costos Operacionales	105
9.3.1 La Producción Exportable	105
9.3.2 Los Costos de Producción	106
9.3.2.1 Costos Directos	106
9.3.2.2 Costos de Personal	106
9.3.2.3 Gastos Generales de Producción	107
9.4 Los Gastos Generales	108
9.4.1 La Distribución de los Gastos Comunes	108

9.4.2 Los Gastos de Administración.....	110
9.4.2.1 Gastos de Personal y su Proyección	110
9.4.2.2 Gastos Generales de Administración y su Proyección	110
9.4.3 Los Gastos de Comercialización y Ventas	111
9.4.3.1 Gastos de Personal y su Proyección	111
9.4.3.2 Gastos Generales de Comercialización y Ventas	111
9.4.3.3 Los Gastos del Proceso Exportador	112
9.5 Los Ingresos y su Proyección	113
9.6 El Estado de Resultados y su Proyección	114
9.7 El Flujo Neto de Efectivo	114
9.8 El Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno	115
10. Conclusiones	116
11. Recomendaciones	117
12. Bibliografía.....	118

Introducción

En el presente trabajo se da a conocer el estudio de factibilidad para la exportación de palmitos desde Santiago de Cali – Colombia hacia Florida – Estados Unidos. El objetivo es ofrecer productos hispanoamericanos, como los Palmitos, que satisfagan las necesidades de la población latinoamericana y fomenten su consumo continuo.

La investigación se basa en un estudio de mercado que identifica las oportunidades de aceptación en el mercado extranjero y da como resultado una exportación exitosa donde se puede lograr incrementar en grandes cantidades la comercialización y ventas de Palmitos en el exterior.

Se realizará el paso a paso logístico y documental de la exportación, con el fin de que la mercancía llegue al destino sin retrasos, rápido, seguro y en buen estado, cabe resaltar que se deben tener en cuenta todos los factores externos o internos que puede enfrentar la mercancía al momento de iniciar su proceso de Exportación hacia el extranjero.

Estudio De Factibilidad para la Exportación De Palmitos Desde Santiago De Cali - Colombia Hacia Florida – Estados Unidos.

1. Planteamiento Del Problema

Identificación del problema

Se identifico la oportunidad de exportar Palmitos al mercado estadounidense, desde Santiago de Cali Colombia, hacia Florida Estados Unidos.

Descripción Del Problema

El Palmito también conocido como “corazón de palma” es un producto dirigido principalmente al mercado de alimentos internacional, es un vegetal nutritivo con un bajo contenido en grasa y no contiene colesterol, apetecido principalmente por el mercado europeo; Francia, Alemania y Estados Unidos, debido a su valor gastronómico es consumido por las clases social de ingresos medios y altos.

Según el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), la producción se origina principalmente en los países de Brasil y Costa Rica. En Colombia, Ecuador y Venezuela su producción es menor, en Ecuador el cultivo y los productos de Palmito se consideran de excelente calidad en los mercados internacionales y han elevado sus ventas en los últimos 5 años, indicador de una excelente demanda en el país.

En un artículo publicado por Colombia Forestal (vol. 14 (2) / julio – Diciembre, 2011), señala que la siembra y producción de PALMITO en Colombia principalmente se da en la Costa Pacífica y la comercialización de Palmitos se realiza a través de la empresa CORPOCAMPO un negocio familiar fundado por Edgar Montenegro presidente de la empresa en el año 2003, su sueño se basa inicialmente en buscar recuperar los departamentos olvidados por el gobierno y

reemplazar los cultivos ilícitos por cultivos de Palmitos. La empresa cuenta con cuatro plantas de producción en Putumayo, Guapi, Tumaco, Buenaventura y Puerto Asís.

De acuerdo con Export Access, una plataforma digital gratuita creada por ProColombia, el BID y el Fondo Multilateral de Inversiones. Se encontró estadísticas de exportación de Palmitos desde Colombia hacia distintos destinos (Estados Unidos, Francia, Canadá, México, Chile). El sector de Frutas y hortalizas Frescas y procesadas en especial el producto de interés palmitos con Partida Arancelaria 2008910000 sumo entre los años 2018 a 2021 USD valor FOB 5.352.509

Cuadro De Síntomas.

Síntomas	Causas	Pronóstico	Control de pronóstico
Retrasos en la aduana: Demoras inesperadas en la liberación de los envíos en los puertos de entrada de EE. UU.	Cambios en las regulaciones de importación: Nuevas normativas fitosanitarias o arancelarias impuestas por EE. UU.	Disminución de las exportaciones: Reducción del volumen de palmitos exportados a EE. UU.	Monitoreo de regulaciones: Seguimiento constante de las normativas de importación de EE. UU.
Rechazos de productos: Devolución de cargamentos debido a incumplimientos de normativas sanitarias o de calidad.	Problemas logísticos: Ineficiencias en la cadena de suministro, como retrasos en el transporte marítimo o aéreo.	Aumento de los precios al consumidor: Incremento en el costo de los palmitos para los consumidores estadounidenses.	Optimización de la cadena de suministro: Mejora de la eficiencia en el transporte y la logística.

Fluctuaciones en la demanda: Variaciones impredecibles en el interés de los consumidores estadounidenses por los palmitos colombianos.	Brotes de plagas o enfermedades: Presencia de plagas o enfermedades en los cultivos de palmito en Colombia.	Diversificación de mercados: Búsqueda de nuevos mercados para la exportación de palmitos colombianos.	Implementación de buenas prácticas agrícolas: Adopción de medidas para prevenir plagas y enfermedades en los cultivos.
Aumento de costos: Incremento inesperado en los gastos de transporte, aranceles o cumplimiento normativo.	Variaciones en la tasa de cambio: Fluctuaciones en el valor del peso colombiano frente al dólar estadounidense.	Fortalecimiento de la producción local: Aumento de la producción de palmitos en EE. UU.	Cobertura de riesgos cambiarios: Utilización de instrumentos financieros para protegerse de las fluctuaciones en la tasa de cambio.
Pérdida de competitividad: Dificultad para mantener precios competitivos frente a otros proveedores de palmitos.	Competencia de otros países productores: Aumento de la oferta de palmitos de otros países con menores costos de producción.	Mayor exigencia en los estándares de calidad: Aumento en la aplicación de estándares sanitarios y de calidad para los palmitos importados.	Promoción de la calidad y la sostenibilidad: Diferenciación del producto a través de certificaciones de calidad y sostenibilidad.

1.2. Formulación Del Problema.

¿Cómo realizar un estudio de factibilidad para exportar Palmitos desde Santiago de Cali, Colombia hacia Florida, Estados Unidos?

1.3. Sistematización Del Problema

¿Como se puede realizar un estudio de inteligencia de mercado para la exportación de Palmitos desde Santiago de Cali, Colombia hacia Florida, Estados Unidos?

¿Cuáles son las normas técnicas y legales sobre empaque y embalaje para la exportación de Palmitos desde Santiago de Cali, Colombia hacia Florida, Estados Unidos?

¿Qué tipo de infraestructura administrativa se debe considerar para una empresa exportadora de palmitos desde Santiago de Cali, Colombia hacia Florida, Estados Unidos?

¿Cuáles son las normas medioambientales aplicables a la exportación de Palmitos desde Santiago de Cali, Colombia hacia Florida, Estados Unidos?

¿Qué estudios Económicos y financieros son necesarios para la exportación de Palmitos desde Santiago de Cali, Colombia hacia Florida, Estados Unidos?

2. Objetivos

2.1. Objetivo General.

Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de Palmitos desde Santiago de Cali – Colombia hacia Florida – Estados Unidos.

2.2. Objetivos Específicos.

Diseñar Inteligencias de mercado que proporcione información para la exportación de Palmitos desde Santiago de Cali – Colombia hacia Florida – Estados Unidos.

Aplicar las normas técnicas y legales sobre empaque y embalaje para la exportación de Palmitos desde Santiago de Cali – Colombia hacia Florida – Estados Unidos.

Organizar una infraestructura administrativa acorde con la empresa exportadora de Palmitos desde Santiago de Cali – Colombia hacia Florida – Estados Unidos.

Generar un estudio ambiental y social para la exportación de Palmitos desde Santiago de Cali – Colombia hacia Florida – Estados Unidos.

Realizar un estudio económico y financiero para la exportación de Palmitos desde Santiago de Cali – Colombia hacia Florida – Estados Unidos.

3. Justificación

3.1. Justificación Teórica

Este trabajo expone cuatro teorías que se alinean con el propósito de proporcionar conocimiento existente sobre las exportaciones de palmitos. Se da a conocer con este trabajo de investigación, el camino con el fin de lograr una exportación de palmitos desde Santiago de Cali – Colombia hacia Florida – Estados Unidos, de modo que pueda servir como fuente de conocimiento para diseños similares en un futuro.

En primera instancia se menciona la **teoría de Michael E. Porter**, donde el foco está dirigido hacia los clientes, los proveedores, los productos sustitos, los nuevos competidores potenciales y la competencia. Gracias a que estos determinan dónde estamos posicionados dentro del mercado y por qué se tiene la cuota del mercado actual. Las 5 fuerzas de Porter permitirán estudiar la medición rentable de la industria, mejorar las estrategias competitivas, anticiparse a las tendencias, hallar nichos del mercado, tener un bajo nivel de sustitución y elaborar un plan de marketing competitivo.

La segunda **teoría es la absoluta**, que comprende una situación donde no existan aranceles, ni impuestos al libre tránsito de mercancías, influye en que cada país se enfocara en

fabricar lo que mejor saben hacer y vender, a su vez, importar bienes en los que hay falencias. Se usará para comparar la productividad de una empresa estadounidense con una colombiana, frente a la relación de recursos para la producción, fabricación y elaboración de productos o bienes, generando beneficios en este caso para la exportación de Palmitos. Se consideran los factores del clima, la fertilidad de la tierra, el grado de extensión en la producción, las industrializaciones y relaciones referentes a la exportación de Palmitos.

La **Ley de Demanda y Oferta**, se expresa que la cantidad demandada de palmitos determina la oferta, y al haber más oferta hacen presencia los bienes sustitutos, para que el cliente encuentre variedad en cuanto, a los precios para satisfacer un bien, que en este caso son los palmitos.

Para finalizar esta la **teoría de la regulación**, las reglas son administradas por entes gubernamentales permitiéndoles influir en la actividad económica por medio de fijación de precios, determinación de estándares y los diferentes tipos de productos.

3.2. Justificación Práctica

Implementar y desarrollar los conocimientos adquiridos en INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR para el manejo de la exportación e investigación de un país, partiendo desde un punto de vista Teórico, práctico y metodológico. Este trabajo contribuye y aporta conocimientos a los nuevos mercados agrícolas que están abriendo brecha al mercado internacional en Colombia, con la implementación de cultivos lícitos en la Costa Pacífica y el aumento de las exportaciones agrícolas en el sector, incrementan los ingresos y egresos a la población campesina, industrias y el mercado nacional.

3.3. Justificación Metodológica

Con el fin de lograr los objetivos propuestos en este proyecto, se recurre a las investigaciones cuantitativa siendo fundamental profundizar la comprensión del ser humano frente a la compra de palmitos.

Es necesaria la **investigación descriptiva**, que pretende describir hechos o estudios mediante análisis e indagación de la realidad. Se basa en investigaciones realizadas en libros, tesis, páginas web, etc., donde comparten similitudes relacionadas con la exportación de Palmitos. La investigación deductiva ayuda a investigar temas que van desde lo general hasta llegar a profundizar y ser más específicos.

Por último, se aplica la **investigación humanística**, donde el enfoque está en la sociedad y las culturas que tienen los estadounidenses, se basa en entender la forma en que se sienten, piensan, actúan o recuerdan, que necesidades, gustos y deseos tiene la población objetiva y como estas se pueden suplir o satisfacer.

Para este trabajo se utilizará la **fuentes de investigación secundaria**, ya que por medio de esta se podrán analizar, sintetizar, interpretar y evaluar distintos medios de información que vayan acorde con el desarrollo de este trabajo, por lo tanto, los medios para nuestra investigación serán obtenidos de videos, periódicos, revistas, páginas webs, noticias, ensayos, documentales, artículos de opinión, artículos académicos, informes de investigación, etc. Todos los anteriores con relación a la exportación de palmitos hacia los Estados Unidos.

4. Marcos De Referencias

Antecedentes de la Investigación

Para el desarrollo de este trabajo Investigativo, se revisaron distintos autores que realizaron una investigación sobre el tema. A continuación, se resalta en detalle a los autores que han aportaron a la elaboración de este Proyecto.

El trabajo Investigativo realizado por Carlos Paul Vargas Enríquez (2023) acerca de la Exportación de conserva de Palmitos desde Perú hacia Países Bajos, se basó en una empresa peruana llamada Stiff Peruvian S.R.L, especializada en la exportación de trozos de palmitos, tuvo como principal objetivo ofrecer a sus clientes un producto sano y de alta calidad que garantice la salida y bienestar. A través de un distribuidor elegido con un profundo conocimiento del mercado de los países Bajos y de las conservas, los palmitos en conservas se ofrecerán en el mercado internacional. Señala que los estudios revelan que el mercado objetivo está muy preocupado por su salud y su aspecto, esto establecerá una imagen positiva de sí misma en la mente de los clientes a través de su distribuidor, impulsando la alimentación sana.

Por lo tanto, el autor concluyo que el mercado de Países Bajos es viable para desarrollar actividades de exportación de conservas de palmitos, debido a que este mercado es uno de los principales consumidores en el mundo, lo que permite que el empresario peruano realice actividades de exportación en este mercado.

Con la investigación planteada en este trabajo se permitió visualizar una idea de innovación, calidad, presentación y sobre todo Saludable para exportar conservas de Palmitos en un país europeo.

La investigación realizada por Pablo Aguirre Cueva (2005) acerca de la exportación de palmito ecuatoriano hacia Argentina, pretendió hacer un análisis acerca de la factibilidad de realizar exportaciones periódicas de palmito ecuatoriano hacia la República Argentina evaluando su factibilidad comercial y financiera, así como la política comercial a implementar a través de la cadena de valor de este producto por parte de la empresa importadora PAFSA. En el año que se realiza la investigación se señala que Ecuador es el mayor exportador de Palmito, y según un estudio del Banco Central del Ecuador, lo califica como uno de los productos con mayor potencial competitivo de exportación que se ubica dentro del rubro de exportaciones de productos no tradicionales. (Cueva. 2005).

El autor concluyó que la importación de palmitos es viable, ya que el producto está creciendo en el mercado argentino, ofrece productos similares sin mayor valor agregado, tallos enteros, corazón de palmito, rodajas y trozos de palmito, además que en el país importador las cadenas de supermercados la mayoría de los productos son importados y con marcas propias.

El trabajo permite observar y analizar que este nuevo producto en el mercado internacional está teniendo una gran aceptación, no solo en Argentina Si no en otros países, lo que beneficiaría a los nuevos exportadores colombianos de palmitos al tener gran aceptación en el mercado Internacional, por las referencias, sabores, vitaminas, nutrientes y presentaciones que tiene el producto.

Finalmente, los autores Édison Jerónimo Quimi y Manuel Fernando Solano (2000) en su investigación tiene como objetivo general incentivar al sector del palmito para la inversión y exportación, ofreciendo una alternativa de exportación, llegando a la conclusión que el producto palmito representa una promisorio alternativa de Exportación para el sector Agroindustrial del país, resalta que por las cualidades del producto, los volúmenes de comercialización y la

promoción internacional facilitarían el mercadeo de los mismos ya que existe una demanda del mercado externo en base a un producto de calidad.

Con relación a este proyecto de grado se permite visualizar y garantizar la viabilidad y factibilidad del proyecto a largo plazo, con la siembra de Cultivos de Palmitos en la zona de la Costa Pacífica ayudaría a fortalecer el sector industrial del país en creación de puestos de trabajo en el campo y mejores ingresos a la población campesina y al pueblo en general.

4.1. Marco Teórico

Antecedentes teóricos

En la ampliación de este trabajo, se mencionan diferentes teorías que ayudaron al desarrollo de este. Seguidamente, explicamos a los autores de estas teorías y como aportan a la investigación realizada anteriormente.

Michael Eugene Porter, nacido en 1947 en Estados Unidos, es profesor de Harvard Business School y uno de los mayores pensadores del mundo en gestión y competitividad, es considerado el padre de la estrategia empresarial moderna.

Se graduó con honores en Ingeniería Mecánica y Aeroespacial por la Universidad de Princeton, en 1969, obtuvo un MBA con distinción por la Harvard Business School, seguido por un Ph.D. en Economía Empresarial también por la Universidad de Harvard.

es autor de más de 18 libros y alrededor de 125 artículos sobre estrategia corporativa y competitividad. Economista, investigador y escritor.

La teoría utilizada de Porter, **es decir, las 5 fuerzas ayudarán a** estudiar la medición rentable de la industria, mejorar las estrategias frente a la competencia, anticiparse a las tendencias que hoy en día rigen al mundo, hallar los nuevos nichos del mercado, y tener un bajo

nivel en cuanto a la competencia de sustitución y elaborar un plan de marketing altamente competitivo.

Las cinco fuerzas son:

Poder de clientes: indica que, si el cliente tiene muchas opciones o productos sustitutos, tienen un mayor poder de negociación.

Amenaza de nuevos competidores: se conocen las ventajas frente a la competencia y realizar acciones contra ellos.

Poder del proveedor: indica que, si existe mejor agrupación de los proveedores en lo que respecta a pedidos, recursos y precios, estos generarán un mercado mucho más atractivo.

Amenaza de productos sustitutos: son aquellas empresas que pueden elaborar y ofrecer un producto o servicio con la capacidad de sustituir a otra empresa, ya sea por su menor precio o mejores funciones.

Rivalidad competitiva: aquí estarán los datos necesarios para determinar las estrategias de posicionamiento en el mercado.

Adam Smith fue uno de los economistas más famosos de la historia y es considerado el padre de la economía moderna, por ser el primero en dar a la economía carácter científico y separarla del resto de ciencias. Es uno de los máximos exponentes de la economía clásica. En sus teorías económicas combina historia, filosofía, desarrollo económico, psicología y ética.

Nació en Escocia en el año 1723. Poseía una prodigiosa memoria y vocación por el estudio, facultades que le facilitaron el ingreso en la Universidad de Glasgow.

Smith falleció el 17 de julio en 1790, en Edimburgo, Escocia, Reino Unido.

La teoría absoluta se usará para comparar la productividad de una empresa estadounidense con una colombiana, frente a la relación de recursos para la producción, fabricación y elaboración de productos o bienes, generando beneficios en este caso para la exportación de Palmitos, y a su vez, buscar acuerdos entre ambos países para que nuestro producto ingrese sin pagar aranceles o estos sean bajos.

Trata de que cada país se especialice en producir mercancías para las que tenga ventaja absoluta, medida que está bajo un coste menor de producción en términos de trabajo con respecto a otros países, de este modo los países saldrían ganando en el comercio y lograrían más eficiencia a nivel internacional.

La Ley Demanda y Oferta, mencionada como teoría en puntos anteriores es también establecida por Adam Smith, propuesta en su obra “La riqueza de las Naciones” en el año de 1776. En esta obra expone la idea de que la sociedad se mueve por medio del valor del trabajo, principal actividad que fomenta el intercambio de bienes y servicios.

A partir de la obra se logró observar cómo el mercado comenzó a regular los precios de producción, tomando en cuenta el trabajo depositado para la creación de un bien.

Con esta ley se quiere lograr ser una buena empresa, tanto para nosotros los comercializadores de palmitos como para los productores que buscan incrementar sus ganancias por medio del método “la curva de la oferta”.

Esto consiste en mostrar la cantidad de producto que un vendedor está dispuesto a vender, para determinar la relación entre el precio y la demanda de este.

Robert Boyer, nacido el 25 de marzo de 1943, es un economista francés, investigador asociado en el Institut des Amériques, fue director de investigaciones en el Centro Nacional de

Investigación Científica y de estudios de la Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales y es uno de los animadores principales de la llamada escuela de la regulación.

El marco teórico-interpretativo de las regulacioncitas para el estudio del capitalismo va más allá de su capacidad para explicar, desde una perspectiva institucional y económica, la dinámica capitalista del período fordista-keynesiano.

La teoría de regulación nos va a representar como los entes gubernamentales de Estados Unidos influyen en qué condiciones debe llegar el producto y estiman a qué precio se puede vender en dicho país.

Toma en consideración los aspectos sociales frente al funcionamiento de la estructura económica, haciendo énfasis en la institucionalidad y la regulación económica, que tiene como finalidad:

- Garantizar el acceso a los servicios mediante la fijación de tarifas básicas y el acceso a sectores con bajos recursos.
- Proteger los intereses de los usuarios a través de medidas de contingencia que resuelvan las inquietudes o reclamos que estos tengan.
- Supervisar las operaciones de empresas privatizadas mediante la regulación de precios con respecto a la calidad de un bien o servicio.

La teoría de la regulación debe tener carácter general y objetivo, evitando en lo posible todo tratamiento singular que altere las reglas, fomentando el riesgo y la creatividad, y no bloqueando el éxito.

4.2. Marco Conceptual

En la ampliación de este trabajo, se utilizaron palabras técnicas para referirse a un punto importante o identificar el tema específico que se quiere resaltar dentro de él. A continuación, se realizan breves descripciones de los significados de las palabras utilizadas.

Exportación: Es la Salida legal de Bienes o Servicios de un territorio aduanero al otro país Extranjero.

Importación: Es la introducción de mercancías, bienes y servicios de procedencia extranjera al territorio nacional

Palmitos: Son Vegetales obtenidos de Distintas variedades de Las Palmas en Sudamérica, ricos En minerales y Nutrientes. Tienen una Textura Suave y deliciosa utilizados en distintos platos Gastronómicos.

Valor FOB: Es el Precio De dicho producto embarcado otros países

Normas técnicas: Son las normas emitidas por el organismo de normalización para establecer los requisitos, las condiciones, las características sobre cómo debe ir embalado y empaquetado el producto.

Factibilidad: Es la disponibilidad de recursos para cumplir los objetivos propuestos en el trabajo, teniendo en cuenta los recursos con los que se cuentan.

Industrializaciones: Nivel alto de producción frente a los bienes y servicios que hay en una organización, utilizando la maquinaria y equipos como fuentes de energía.

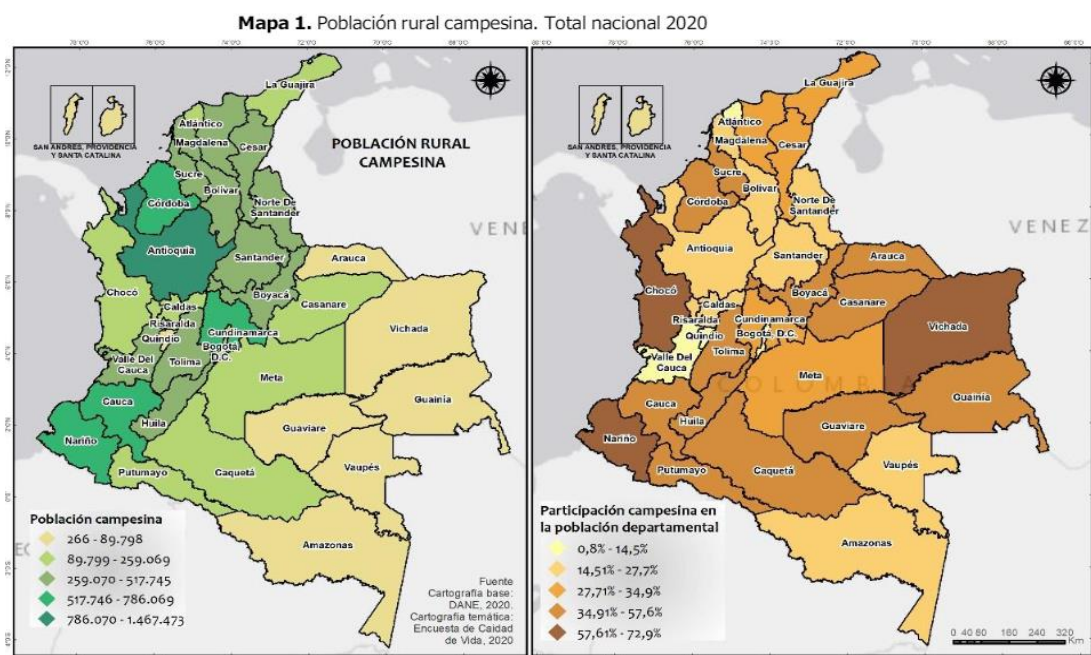
Entes gubernamentales: Son los organismos a los que la Constitución Política les confía las funciones relacionadas con el control disciplinario, defender al pueblo y el control fiscal. No están adscritos ni vinculados a las Ramas del poder público.

Cadena de valor: Es un concepto teórico que permite describir el modo en que se desarrollan las acciones y actividades de una empresa.

4.3. Marco Contextual

En la ampliación de este trabajo, se encuentran diferentes tipos de escenarios físicos, condiciones temporales y situaciones que describen el entorno, como estos se comportan y aportan a esta investigación.

INTERNO: La producción y cultivación de palmitos está ubicada Principalmente en la Costa Pacífica de Colombia, en los departamentos de Cauca, Nariño, Valle del Cauca y Putumayo con altos índices de producción de palmitos desde los años 1976. La costa pacífica cuenta con una población Urbana alrededor de 5.396.918 de habitantes equivalente al 65,5% y alrededor de 2.826.524 personas que habitan en la zona rural con un porcentaje del 34,5%, cifras tomadas del DANE del año 2018. Indica además que el Cauca es el departamento con mayor población en la zona rural, como se conoce comúnmente “campesinos” .



EXTERNO: El mercado de destino está ubicado en Florida, Estados Unidos que permitirá aumentar la producción del producto en la zona ayudando así a generar más empleos a los cultivadores e ingresos en la zona.

Estados Unidos es uno de los países más poblados del mundo con una población de 333.530.000. USDA Organic indica que las importaciones de productos frescos orgánicos de Estados Unidos Viene en aumento según las estadísticas de importación del USDA, con un aumento en las ventas de US\$ 1.000 millones en 1990 a US\$ 31.500 millones en 2011, cifras que indican que el aumento de la demanda ha excedido la capacidad de oferta generando más así más importaciones.



4.4. Marco Legal

Para el desarrollo de este trabajo se tuvieron en cuenta las directrices acordes al estatuto aduanero del gobierno nacional de Colombia que está comprometido con las políticas que permiten facilitar y agilizar las operaciones de Comercio exterior en los procesos de exportación e importación.

Ley Marco Del Comercio Exterior 7 y 9 de 1991 por lo cual establece lo siguiente:

Ley 7 de 1991 se dictan normas generales con respecto al comercio exterior, se ha creado el Ministerio de Comercio, dicta las medidas de importación y exportación la regulación, el transporte y proceso de internación de mercancía y pasajeros, expedición del certificado de reembolso tributario, la protección nacional contra las prácticas desleales del comercio internacional y por último el establecimiento de sistemas arancelario.

La ley 9 de 1991 por la cual se expidió el régimen cambiario con el propósito de facilitar las transiciones corrientes como las operaciones de comercio exterior.

RESOLUCIÓN EXTERNA No. 1 DE 2018 (mayo 25): Por la cual se compendia y modifica el régimen de cambios internacionales. LA JUNTA DIRECTIVA DEL BANCO DE LA REPÚBLICA, En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, en especial de las que le confieren los artículos 371 y 372 de la Constitución Política, el artículo 16 literales h) e i) de la Ley 31 de 1992, y en concordancia con el Decreto 1068 de 2015, Libro 2, Parte 17, Títulos 1 y 2.

DECRETO NÚMERO 1165 DEL 2 DE JULIO 2019: El 2 de agosto entró en vigor el decreto 1165 2019, nuevo régimen de aduanas, el cual deroga el decreto 2685 de 1999; el decreto 390 de 2016 con excepción del primer inciso del artículo 675; los títulos II Y III del decreto 2116 y el decreto 349 de 2018. De esta manera se logra la consolidación de las normas vigentes en materia aduanera

El Decreto 1165 ofrece seguridad jurídica para los usuarios aduaneros en tanto que consolida y armoniza las diferentes normas que estaban vigentes, así mismo simplifica puntos que ayudan a mejorar la logística o reducir los trámites exigidos para las operaciones de comercio exterior.

- Principales cambios facilitación de comercio exterior
- Principales cambios en arancel, valoración y origen
- Principales cambios procedimiento y régimen sancionatorio

RESOLUCIÓN 00046 (26 DE JULIO 2019): Por el cual se reglamenta el decreto 1165 del 2 de julio de 2019 con el propósito de otorgar seguridad y certeza jurídica y facilitar la logística de las operaciones de comercio exterior, expidió el decreto 1165 del 2 de julio de 2019, por el cual se dictan disposiciones relativas al régimen de aduanas en desarrollo de la ley 1609 de 2013.

Que el decreto 1165 del 2 de julio de 2019, desarrolló la Ley marco de aduanas, por lo que resulta necesario reglamentaria a través de resoluciones de carácter general, aplicando los

principios y criterios generales previstos en la ley marco aduanas, con el fin de garantizar certeza y seguridad jurídica que permiten su cumplimiento afectivo y real.

Que uno de los objetivos consagrados por la ley marco de aduanas, es facilitar y agilizar las operaciones de comercio exterior, para garantizar la dinámica del intercambio comercial, el acceso de los productos y servicios a los mercados internos y externos y la competitividad de los productos colombianos en el mercado internacional.

COMPENDIO ACTUALIZADO DE LA CIRCULAR REGLAMENTARIA DCIN-83 VIGENTE HASTA EL 31 DE AGOSTO DE 2021

LEY 1014 DEL 2006 DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento es una manera de actuar centrada y orientada hacia las oportunidades de generar riqueza. La ley 1014 de 2006 tiene como objetivo fomentar e incentivar a los jóvenes, estudiantes, egresados con espíritu innovador, el interés por dar a conocer sus propias ideas de negocio.

Decreto 2478 de 2018

Tiene por objetivo establecer los procedimientos sanitarios para la Exportación e importación de alimentos, ingredientes y materia para alimentos destinados al consumo humano.

Ley 1480 De 2011. La norma de esta ley tiene como objeto regular los derechos, las obligaciones y las responsabilidades surgidas entre los productores, proveedores, comercializadores y consumidores, esta ley es aplicable tanto a los productos nacionales como importados.

Documentos Obligatorios para la salida de mercancías del territorio Aduanero Nacional:

- Factura Comercial
- Lista de empaque

- Certificado de origen (**Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América**)
- Solicitud de Autorización de Embarque (SAE)
- Operación Antinarcoóticos (OA)
- Planilla de traslado de mercancía a zona primaria o a zona franca
- Documento de transporte (Guía aérea)
- Declaración de exportación. (DEX)

4.5. Marco Temporal

Este proyecto de investigación se presenta en dos Fases; el Anteproyecto que tiene una duración de 6 meses iniciando desde febrero a mayo de 2024 y el desarrollo de este se establecerá entre los meses de agosto a noviembre del año 2024.

5. Diseño Metodológico

Estudio de Viabilidad

La realización de los objetivos planteados al inicio de este proyecto de investigación se realizará mediante estudios viables pertinentes, para establecer si el proyecto puede ejecutarse después. En la evaluación del proyecto es necesario realizar varios estudios de viabilidad que permitan el desarrollo de cada uno los objetivos del presente trabajo. Los aspectos investigativos se deben enfocar hacia los siguientes estudios: Estudio de mercado, estudio técnico, Estudio organizacional, legal, financiero, económico, los análisis de riesgo y la evaluación de los impactos sociales y medioambientales.

Recolección de Datos. En el desarrollo de la investigación la recolección de información se basó en análisis y lecturas de Libros en PDF, Artículos de Prensa, Tesis, proyectos de grados, Investigaciones, instituciones de Procolombia y Revistas científicas de Colombia Forestal y Sitios Web especializados y confiables para la obtención de información

5.1. Clase o tipo de Investigación

Para este trabajo hay un tipo de investigación mixta, que abarca la combinación de datos cualitativos y cuantitativos y otros tipos de investigaciones, ya que los tipos de estudios cuentan con herramientas, técnicas y métodos para resolver los objetivos propuestos en el proyecto, a continuación, se mencionan estos:

Investigación Descriptiva: Permite encontrar y entender la información sobre otros posibles casos de exportación de palmitos hacia Estados Unidos con el logro de una visualización y entendimiento más conciso en el desarrollo de este trabajo.

Investigación Humanística: Relacionada con la anterior, este tipo de investigación proporciona el cómo se siente la población a la que se va a dirigir este trabajo, como se expresan, cuál es su comportamiento, como es su cultura y que tan llamativo para ellos será el producto importado desde Colombia.

Investigación aplicada: Enfocada en la aplicación, utilización, y consecuencias prácticas de los conocimientos. Busca el conocer para hacer, para actuar, modificar y construir.

Investigación secundaria: Utilizada para recolectar datos relevantes que permitan tomar mejores propuestas para el desarrollo de este trabajo.

Enfoque cuantitativo: Este enfoque permite entender fácilmente las tendencias, hacer predicciones y buscar soluciones, se caracteriza por privilegiar la lógica empírica–deductiva con

procedimientos rigurosos, métodos experimentales y la recolección de datos estadísticos. Los métodos utilizados para este enfoque son Experimental, encuestas y las técnicas son cuestionarios, recopilación de datos existentes

Enfoque cualitativo: Implica el estudio del lenguaje de las personas; las palabras, su significado, los conceptos, las opiniones y el entender de como las personas experimentan el mundo o espacio que los rodea, se utiliza este enfoque con el objetivo de conocer lo que piensa la población en especifica que se toma en torno a los palmitos y así acceder a la percepción del cliente sus emociones e interacciones.

5.2. Método de Investigación

Los métodos utilizados en el desarrollo del trabajo son:

- **Método Inductivo-deductivo:** se parte del objetivo general que tiene el proyecto, las leyes empleadas y las teorías aplicadas al mismo, donde se llevan al desarrollo de realidad para crear hipótesis que ayuden a elaborar una deducción realista.
- **Método analítico:** Consiste en la aplicación de la experiencia directa para la obtención de pruebas a través de mecanismos demostrables como estadísticas y la observación de fenómenos.

5.3. Técnicas de Investigación

Las técnicas de investigación utilizados para el desarrollo de este trabajan son: Primarias y Secundarias.

Las fuentes de investigación secundaria contienen información organizada sobre las fuentes primarias, se pueden basar en comentarios o análisis, sus características son que se refiere a la fuente primaria, es un vestigio de su tiempo, la información que ya se recoge en la fuente

primaria no suele ser la original, un ejemplo de estas investigaciones son los directorios, enciclopedias, libros, diccionarios, comentarios y críticas, obras bibliográficas, antologías, etc.

Las fuentes de información primaria proporcionan información nueva y original, es decir es el resultado de una investigación o de un trabajo con información que no ha sido alterada, interpretada o analizada por otros autores. Sus características provienen de un documento original y sirven de evidencia directa para la investigación. Un ejemplo de estas son los libros, entrevistas, revistas, periódicos, contenido audio visual, patentes, documentos. Teniendo en cuenta los ejemplos mencionados de para obtener información nueva, se obtendrá de periódicos, revistas y documentos de la web, que permitan el progreso del presente trabajo basado en investigaciones recientes y hechos donde la exportación de palmitos sea viable.

Población y Muestra

La población por trabajar para este proyecto serán las personas que residan en los Estados Unidos de América, y se reducirá con la aplicación de la muestra, indicando que, de todos los habitantes en ese país, solo se necesitaran a los que residen en florida.

Se tiene en cuenta que la población de este proyecto es infinita, ya que Estados Unidos tiene 333.530.000 personas, convirtiéndose en uno de los países más poblados del mundo, haciendo difícil el contabilizar a los habitantes. Por lo tanto, se realiza una muestra para seleccionar a un grupo de dicho país que en este caso será la población de florida, este muestreo será el estratificado. Es decir, subdivide a la muestra por estrato, así se podrá saber que parte de la población con frecuencia consume y compra el producto que se quiere exportar a esta parte del país de Estados Unidos.

Para determinar el tamaño de la población y la muestra se necesitan dos pasos: seleccionar el "cuánto" y el "cómo".

$$N (P \times Q)$$

$$n = \frac{N (P \times Q)}{N (E)^2 + (P \times Q)}$$

$$N (E)^2 + (P \times Q)$$

N = Población o Universo, conjunto de elementos.

n = Tamaño de la muestra, subconjunto de la población.

P = Proporción de la población en la cual se estima, que existe una adecuada presencia, de las variables en estudio, equivalente al 50%.

Q = Proporción de la población en la cual se estima que existe una inadecuada presencia de las variables, equivalente al otro 50%.

E = Error que se acepta para las muestras, el cual se ha fijado entre el 3%. Y el 5%.

Procedimientos

Para obtener un mercado definido de comercialización se investigó en total de cinco países o mercados potenciales para exportar el producto, se tuvo en cuenta las condiciones y exigencias que ofrecen cada uno, a cada país se le realizó un análisis de idioma, cultura de negociación, religión, leyes o acuerdos y políticas comerciales.

Luego de un profundo análisis se preseleccionó dos países donde se compararon aspectos políticos, económicos, Geográficos, tipos de transporte utilizados, exigencias de la entrada de productos entre otros aspectos del entorno.

Para calcular los costos y gastos del proceso se realiza la matriz de costos de exportación donde se presupuesta el costo del seguro, el Flete Internacional, la intermediación aduanera,

costos de generación de documentos y el tipo de INCOTERM que se va a utilizar y así se visualiza un total aproximado de cuanto se va a pagar por la operación.

Línea de Investigación: El presente trabajo se realiza en programa Tecnología profesional en operaciones de comercio exterior del instituto nacional de comercio “Simón Rodríguez” emprendimiento para generación de empresas mediante procesos de exportación e importación

Delimitación del objeto de estudio: La investigación del presente proyecto será ejecutada dentro de los límites de las ciudades de La Costa Pacífica - Florida que se encuentra ubicada en Colombia - Estados Unidos.

6. Estudio de Mercado

6.1. Análisis del sector

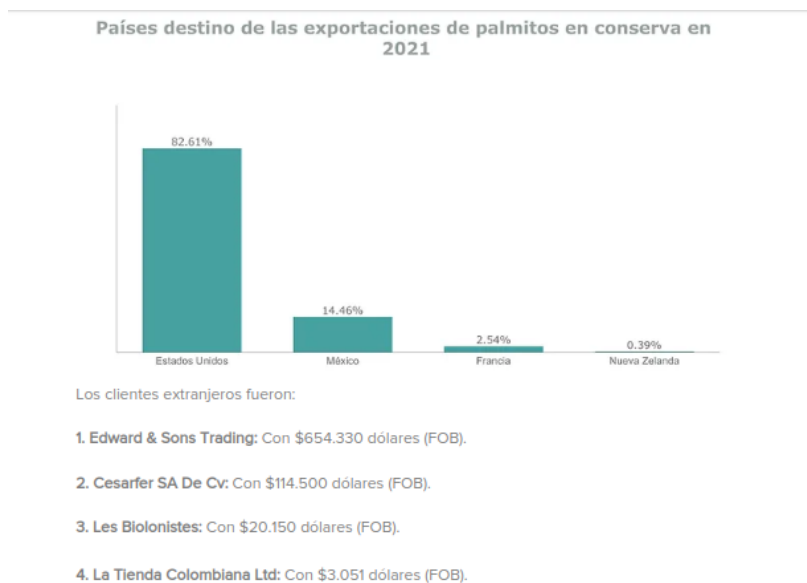
El sector genera más del 20% del empleo nacional y representa alrededor del 50% del empleo en las áreas rurales. Sin embargo, el sector agropecuario ha venido perdiendo dinamismo en su crecimiento de largo plazo y muchos de los empleos que genera son informales y de baja calidad. Con miras al futuro a corto y mediano plazo, cabe preguntarse de qué manera el sector agropecuario colombiano puede aprovechar la oportunidad de los precios elevados de los commodities agrícolas en los mercados internacionales y, la entrada en operación de los Tratados de Libre Comercio firmados por el país, para dar un salto en producción y productividad, teniendo en consideración principios de sostenibilidad económica, social y ambiental.

Históricamente Brasil ha sido el principal país productor de palmitos, aunque Ecuador también se ha destacado por tener importantes sumas en su producción. Del total de la producción de América Latina, Colombia participa con un 4% aproximadamente, los principales

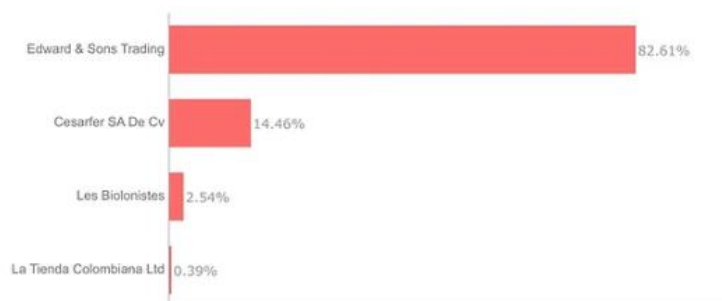
departamentos productores son Antioquia con un 22% del total, Valle del Cauca con 17%, Putumayo con el 20% y Caquetá con el 12%.

Aunque en Colombia la producción de este producto es baja en comparación con otros países de Latinoamérica, asociaciones y productores colombianos apuestan a estos cultivos como una gran alternativa de sustitución de cultivos ilícitos y una fuente de generación de empleos en el campo.

Análisis de las exportaciones colombianas de palmitos en conserva en el 2021:



Cientes extranjeros de las exportaciones de palmitos en 2021



6.1.1. El sector exportador colombiano

El sector exportador Colombiano de Palmitos desde hace 3 décadas ha aumentado su participación en la gastronomía extranjera con distintos Usos y preparaciones. A nivel local es muy poco consumido por que se considera poco sabroso o no es muy conocido en todas las regiones del país.

En un artículo publicados por la Organización Internacional Agropecuaria indicó que desde el año 2020 inicio de la Pandemia global COVID-19, el mercado Mundial de Alimentos Orgánicos mostro un aumento significativo en la demanda de productos orgánicos en muchos países. Varios mercados importantes mostraron tasas de crecimientos extraordinariamente fuertes; el mercado alemán, por ejemplo, creció más del 22%. Los consumidores suizos gastaron más en alimentos orgánicos (418 euros per cápita en 2020), Dinamarca siguió teniendo participación en el mercado orgánico con el 13% de su mercado total de Alimentos. Estados Unidos siguió siendo el mercado Líder (49.500 millones de euros) seguido de Alemania (15.000 millones de euros) y Francia (12.700 millones de euros).

6.1.2. El mercado del producto en el exterior

Estados Unidos es uno de los principales países importadores de palmito a nivel mundial, las importaciones en 2015 representaron los \$19,4 millones, los principales proveedores fueron Ecuador con una participación del 42% del total importado, seguido por Costa Rica y otros países como Colombia, Brasil y Bolivia. El consumo de este producto se da principalmente en los estados del noroeste de Estados Unidos, además de California y Florida, donde existe una gran disponibilidad de productos bajo las marcas de los distribuidores o los supermercados, en este caso con gran consumo por parte del mercado latino radicado en esta región.

El palmito es un producto versátil que puede ser sustituido por otros productos dependiendo del uso y la receta. Por ejemplo:

Amenaza de Productos Sustitutos



Los espárragos tienen una textura similar al palmito y pueden ser utilizados en ensaladas, guisos y como acompañamiento.

Las alcachofas tienen un sabor y textura similares al palmito y pueden ser utilizadas en ensaladas, guisos y como acompañamiento.



El brócoli tiene una textura similar al palmito y puede ser utilizado en ensaladas, guisos y como acompañamiento.

La coliflor tiene una textura similar al palmito y puede ser utilizada en ensaladas, guisos y como acompañamiento.



Los cardos tienen un sabor y textura similares al palmito y pueden ser utilizados en ensaladas, guisos y como acompañamiento.

El apio tiene una textura crujiente similar al palmito y puede ser utilizado en ensaladas y como acompañamiento.



Los pepinos tienen una textura similar al palmito y pueden ser utilizados en ensaladas y como acompañamiento.



El poder de negociación de los clientes

La población de Estados Unidos desde el año 2020 ha presentado un incremento en las ventas de productos orgánicos del 14.2% según un informe de “Organic Produce Network y Category Partners”. Para los estadounidenses y para el resto de los países del mundo el consumo y la elección de productos saludables y sustentables inicio desde la Pandemia COVID –19, este acontecimiento provoco que la población comenzara a implementar hábitos alimenticios más saludables con marcas gourmet y productos de alta calidad que mejoraran la calidad de vida y así mismo con el evitar enfermedades.

Dado lo anterior y en base a las consultas realizadas, indica que los palmitos son utilizados en distintos platos como un ingrediente para ensaladas, pizzas y productos del mar. Estos alimentos en su mayoría son consumidos por todo tipo de personas, que va desde los más niños hasta las personas adultas mayores.

Poder de negociación de los proveedores

En el territorio Colombiano la Producción de Palmitos es muy limitada A continuación, se menciona los posibles productores y proveedores del palmito en el territorio colombiano:

- Amapuri: Ofrece palmito fresco en bandejas de 250g, cultivados de manera sostenible en el Pacifico colombiano
- La Hormiga: Provee palmitos frescos cultivados en el Valle del Guaumez, Putumayo
- Palmitos del Putumayo: Ofrece palmitos en conserva orgánica de 400g
- Rio Valle: Vende palmitos enteros en conserva de 400g
- Delicias de la Pradera: Ofrece palmitos de 500g a \$12.800,00 en Bogotá D.C.

- Distribuidor Acaí Palmito: Distribuye palmitos en conserva y otros productos
- Comercializadora Anmar: Ofrece palmitos en conserva, cilindros de color marfil con sabor delicado y dulce.
- MercadoLibre: También puedes encontrar proveedores de palmitos en MercadoLibre, con opciones de envío gratis y variedad de marcas.

6.1.3. Análisis DOFA



6.2. Inteligencia De Mercados

6.2.1. Posibles Mercados Para La Exportación De Palmitos

Actualmente en el mercado mundial en especial los mercados europeos, está en tendencia consumir productos y Alimentos naturales u orgánicos, según un Estudio de la Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá, indicó que la principal motivación de compra de productos orgánicos es por la salud, la población estaría en disposición de pagar hasta un 10% más por dichos productos.

Teniendo en cuenta las exigencias del Mercado los posibles compradores del producto son:

- **Francia**



Ubicada en Europa occidental, tiene una superficie de 549.087 Km², es uno de los países más poblados del mundo, cuenta con una población aproximada de 68.401.997 personas y se encuentra entre las 10 economías más importantes del mundo.

Actualmente ocupa el puesto Undécimo en la Unión Europea, una entidad geopolítica conformada por 27 países. La UE ha contribuido a elevar el nivel de vida de los europeos y cuenta con una moneda Única que es el EURO. Francia también es una potencia Agrícola en la UE, el trigo,

el maíz, la carne y el vino son los principales productos agrícolas que ocupan una cuarta parte de la producción Agrícola total.

Francia es considerada el primer atractivo turístico en el mundo reconocida por sus infraestructuras de más alto nivel, su patrimonio cultural de gran riqueza y su exquisita gastronomía. Además, dispone de las mayores industrias aeroespaciales y nucleares de Europa, cuenta con el segundo mayor sector agrícola y químico de Europa y tiene el tercer mayor sector farmacéutico y de desarrollo tecnológico.

– **México**



Su nombre oficial Estados Unidos Mexicanos, es considerado como uno de los 15 países más grandes del mundo con una extensión territorial de 1.972.550 Km² y una población de 127,5 millones de habitantes. Está ubicado dentro de la región de América del Norte, en una zona estratégica que brinda ventajas dentro del entorno global en aspectos económicos y comerciales.

Es considerado la séptima potencia agrícola del mundo, figura en la producción de Petróleo, minerales como plata, fluorita, zinc, mercurio y productos agrícolas como café, azúcar, maíz, naranjas, aguacates y limas que representan el 4% del PIB mexicano. La ganadería y la pesca son también actividades importantes en la industria alimentaria. También es el cuarto productor mundial de cerveza y su mayor exportador.

Internamente México cuenta con una gran diversidad en su superficie terrestre, que se visualiza en los diferentes ecosistemas que existen en el país, por ejemplo, selvas y manglares en la zona sur, bosques templados y pastizales con características particulares en la parte central.

— **Alemania**



La república federal de Alemania es uno de los seis países fundadores de la Unión Europea, está situada en el centro de Europa, tiene fronteras con nueve Estados 8 de ellos hacen parte de la Unión europea (Francia, Suiza, Austria, Bélgica, Holanda, Luxemburgo, Dinamarca, Polonia y la Republica Checa). Cuenta con una población de 84,7 millones de habitantes y son muy conocidos por su amor por los quesos, los panes y las salchichas que se destacan en las fiestas tradicionales de su país.

Alemania presenta una estructura económica propia altamente desarrollada, debido a sus altos niveles de productividad, de educación y de desarrollo tecnológico. En el país, la agricultura tiene un escaso peso en el PIB. Sus principales sectores económicos son; El sector industrial, donde se destaca la industria automotriz con compañías reconocidas e importantes como: Audi, Porsche, Mercedes Benz, BMW y Volkswagen y el sector del Turismo juega un rol importante en la economía del país, debido a que es uno de los países más visitados en Europa, sus principales

atractivos turísticos son el muro de Berlín y la Puerta de Brandemburgo en Berlín, la fiesta de la cerveza (Oktoberfest) en Múnich, la ciudad de Colonia y el puerto de Hamburgo.

6.2.2. País seleccionado De Destino (Estados Unidos)



Estados Unidos de América, es el segundo país más grande; compuesto por 50 Estados, tiene una extensión de 9.828.675 km², de los cuales 469.496 km² son superficie de agua y tiene una línea de costa de 19.924 km, limita al norte con Canadá, al sur con México, al este con el Océano Atlántico y al oeste con el Océano Pacífico.

Estados Unidos es considerada la mayor economía del mundo, por delante de China. Las principales razones son su producto Interno Bruto (PIB) es el más alto del mundo, con un valor de más de \$22 billones.

Es un socio tradicional y estratégico para Colombia. Además de la excelente relación política y de cooperación, en términos comerciales nuestras exportaciones a ese país representan más de una tercera parte de la oferta exportadora al mundo, con el 37,9%.

Los principales productos de exportación hacia los Estados Unidos son petróleo, carbón, café, banano, flores y los principales productos de importación desde ese país son maquinaria, productos derivados del petróleo, productos químicos y vehículos.

6.2.2.1. Entorno Económico

Estados Unidos es un país altamente industrializado con elevados niveles de productividad y uso de tecnologías modernas. El sector Agrícola estadounidense es, sin duda, uno de los más grandes del mundo, y California por sí misma produce más de un tercio de los vegetales del país y dos tercios de sus frutas y frutos secos. Según los últimos datos del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, teniendo en cuenta también las industrias de alimentos y afines, el sector primario aportó USD 1,264 billones al PIB del país en 2021, una contribución del 5,4%. En 2021, 21,1 millones de puestos de trabajo a tiempo completo o parcial estuvieron relacionados a los sectores de la agricultura y alimentos, el 10,5% del empleo total de Estados Unidos.

El sector industrial, que incluye una amplia gama de actividades, aporta más del 17,9% del PIB y emplea al 20% de la población activa. Además de las industrias mencionadas, el país también es líder mundial en las industrias aeroespacial y farmacéutica. Gracias a sus abundantes recursos naturales, Estados Unidos se ha convertido en líder en la producción de una cantidad de minerales, y ha sido capaz de mantener una producción diversificada. El país es el mayor productor de gas natural líquido, aluminio, electricidad y energía nuclear.

El sector manufacturero por sí solo representa el 12% del valor añadido del país. Según las últimas cifras de la Oficina de Análisis Económico, las industrias privadas productoras de bienes disminuyeron un 10,4% en el segundo trimestre de 2022. La economía estadounidense se basa esencialmente en los servicios. El sector terciario representa más de tres cuartas partes del PIB y emplea al 79% de la fuerza laboral del país. Las últimas cifras de la Oficina de Análisis Económico

muestran que el aporte de las industrias de servicios privados al PIB aumentó en un 2% en el segundo trimestre de 2022.

6.2.2.2. Entorno Tecnológico

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) quien evalúa la capacidad de innovación de las economías de todo el mundo indica que el sector tecnológico de Estados Unidos es uno de los más innovadores del mundo con una gran cantidad de empresas tecnológicas y Startups, lidera en indicadores como inversores globales corporativos de Investigación y Desarrollo, inversores de capital riesgo, calidad de las universidades, calidad e impacto de publicaciones científicas, y valor de la intensidad de los activos intangibles.

6.2.2.3. Entorno Político

La economía de los Estados Unidos es una economía capitalista de tipo mixto que ha logrado mantener ha sido, sin contar los imperios coloniales, la economía nacional más grande del mundo desde la década de 1890. Actualmente, la mayor parte de la economía estadounidense se basa en el sector servicios. Y representando un 20 % de la producción manufacturera mundial. De las 500 empresas más grandes del mundo, 133 tienen su sede en Estados Unidos, el doble del total de cualquier otro país en el mundo.

6.2.2.4. Entorno Ambiental

Debido a su extensión territorial se le considera un país con mucha diversidad de especies tanto de flora como de fauna. La fauna es muy variada en este país debido a la diversidad de climas que presenta por su extensión, por ejemplo, el oso gris que habita principalmente en Alaska. Entre otras especies representativas de la geografía de Estados Unidos se encuentra el

caimán, el alce, el mapache, la tortuga laúd, el águila calva, entre otros. Entre otras especies representativas de la flora en EE.

6.2.2.5. Entorno Cultural

El sector cultural en Estados Unidos refleja un concepto de la cultura que dista notablemente de lo que por ello entendemos en los países hispanohablantes. Esta diferencia de base junto con la fuerte dinámica y diversidad de las industrias culturales, el largo recorrido de algunas de ellas, como es el caso del mercado del arte, y el enorme tamaño, amplitud y heterogeneidad del país, hace que no sea fácil acceder a él. La primera gran diferencia entre los países hispanohablantes y los Estados Unidos es que en el espacio norteamericano no existe un Ministerio de Cultura.

6.2.3. País seleccionado De Origen (Colombia)



Colombia está ubicada en el extremo noroccidental de Suramérica y es el único país del subcontinente con costas sobre los océanos Atlántico y Pacífico. Su superficie terrestre es 1'141.748 km² y cuenta con 928.660 km² de dominios marítimos.

Comparte fronteras con Panamá, Venezuela, Brasil, Perú y Ecuador y límites marítimos con Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Jamaica, República Dominicana y Haití. Enmarca además tres

ramificaciones de la Cordillera de los Andes y un amplio rango de pisos térmicos y condiciones agrícolas que se reparten en 6 regiones, 32 departamentos y 1.102 municipios.

6.2.3.1. Entorno Económico

Actualmente, la economía colombiana debe abordar desequilibrios macroeconómicos, como la inflación y los déficits fiscales y externos, que surgieron durante la recuperación económica postpandemia.

La economía tuvo un crecimiento de 0,6 % en 2023, afectada por la necesidad de retirar las medidas de estímulo y la incertidumbre en la dirección de la política que impactaron la inversión fija. Por otra parte, la tasa de pobreza se mantuvo estancada en 2023, mientras que los mercados laborales mostraron mejoras limitadas. No obstante, se espera que la economía se expanda un 1,3 % en 2024.

6.2.3.2. Entorno Tecnológico

En los últimos años, Colombia ha experimentado un crecimiento significativo en el ámbito del desarrollo tecnológico.

Así lo demuestran estudios y publicaciones como las de Data crédito Experian, que argumentan cómo nuestro parque tecnológico nacional en los últimos 5 años creció 7.3 veces en valor y generó más de 150 mil empleos para situarse en un 2.94% del PIB, cuando esta participación en 2010 era tan sólo del 0.40%.

El desarrollo tecnológico, por su parte, es la fuerza motriz que impulsa la transformación en todos los ámbitos de nuestra sociedad. Es el motor que impulsa la innovación, la competitividad y el crecimiento económico.

En este contexto, Cidei se ha destacado como un verdadero epicentro de la innovación y el desarrollo tecnológico en Colombia.

6.2.3.3. Entorno Político

Colombia es una democracia presidencial, con un Congreso bicameral, compuesto por el Senado y la Cámara de Representantes (102 y 166 participantes respectivamente). Los miembros del Congreso son elegidos popularmente por un periodo de 4 años consecutivos, con posibilidad de reelección inmediata. El periodo de los congresistas es concurrente con el del presidente, quien también es elegido popularmente por un periodo de 4 años con posibilidad de reelección inmediata por una sola vez. Los alcaldes, gobernadores, concejales y diputados son elegidos popularmente por periodos de 3 años, por lo que cada 12 años estas elecciones son concurrentes con las de Congreso y presidente.

6.2.3.4. Entorno Ambiental

Colombia alberga cerca del 10% de la biodiversidad mundial, contiene cinco reservas mundiales de biósfera y es el segundo país con más biodiversidad por kilómetro cuadrado. Estos hechos convierten al país en una potencia mundial a nivel medioambiental y lo ubican en el Grupo de Países Megadiversos Afines del Mundo.

Gracias a sus privilegiadas condiciones geográficas, Colombia presenta una alta variedad biológica e hídrica. A nivel de especies, es considerada la primera nación en anfibios y aves, la segunda en diversidad de plantas, la tercera en reptiles, la cuarta en grupos taxonómicos y la quinta en mamíferos. El 68,7% de la superficie continental colombiana está cubierta por alrededor de 314 ecosistemas naturales, incluyendo bosques, arbustales, herbazales y cuerpos de agua naturales. Todas estas estadísticas hacen del país una potencia en mega diversidad biológica a lo largo de sus seis regiones: Andina, Caribe, Insular, Amazónica, Orinoquía y Pacífica.

6.2.3.5. Entorno Cultural

Expresiones culturales tan significativas como las ferias y las fiestas en el país, son un vehículo que permite conocer la idiosincrasia de los colombianos dentro de su gran diversidad cultural. Cada región cuenta con infinitos espacios en los que confluyen el arte, la creatividad, la música y las tradiciones que por años han construido un imaginario acerca de lo que son los habitantes del país de los mil ritmos.

Carnavales, desfiles y festivales, entre otros eventos culturales, transcurren todos los años en Colombia. Nuestras festividades religiosas, los hitos de nuestra historia y hasta los triunfos de nuestros deportistas se constituyen en acontecimientos para festejar. ¡Para conocer Colombia hay que vivir sus fiestas! Lo invitamos a ser parte de ellas.

6.3 El producto

6.3.1. Portafolio de Productos

PALMITOS EN RODAJAS



6.3.2 Generalidades y/o características del producto a exportar

Los palmitos son un alimento gourmet de sabor agradable se emplea en la preparación de diversos tipos de ensaladas y es muy apreciado en la alta gastronomía. Contiene muy pocas

calorías, por lo tanto, es ideal para personas que sostienen un régimen alimenticio diseñado para reducir peso. Asimismo, es rico en proteínas y minerales necesarios para la salud.

El producto puede consumirse en variedad de preparaciones, puede ser utilizado en salsas y bocaditos, snacks, canapés, tartaletas, empanadas; ingrediente para pizzas, empanadas de carne, platos vegetarianos, siendo ideal para acompañar todo tipo de carnes, en especial aquellas que son cocidas a la parrilla.

6.4 El mercado proveedor

Los palmitos son provenientes y extraídos del cogollo o de la parte más tierna del tallo de la Palma De Naidí (*Euterpe oleracea*) nativa en el sur de la Costa Pacífica. Muy apreciada por las propiedades nutritivas de su fruto “Azaí”. Es una Palma monoica y cespitosa que tiene entre 25 - 45 tallos y pueden alcanzar una altura de 16 m y un Diámetro de 18 cm. Esta palmera se cultiva principalmente en bosques húmedos y crece cerca de las riberas de los ríos.

Las zonas productoras de Palmito se Localizan en el Departamento de Nariño en los municipios de Francisco Pizarro (veredas Novillal y Salahonda), Santa Barbara de Iscuandé (Veredas Rodea, Sequiondita, Bocas de Seqiondita, Chanzará Y Secadero) Roberto Payán (Veredas Fátima, Bocas de Papí, la Palma, El Cedro, Tamaje y el Pato) y Mosquera (Veredas El Firme, Pital y Quebrada El Hojal). En el departamento del Cauca en el municipio de Guapi en las veredas de Chamón y Temuey. También Crece en el departamento del Choco, en la cuenca media y baja del rio Atrato (Antioquía, Choco), en el bajo del rio Cauca y el Medio Magdalena (Antioquia, Boyacá, Santander) y la cuenca del rio Sinú (Córdoba).

Dado lo anterior es un producto que es originario Únicamente de la Costa Pacífica (Choco, Antioquia, Risaralda, Valle del Cauca, Cauca y Nariño) región conocida por su alta Biodiversidad. Cuenta con cuatro parques nacionales naturales y un santuario de Fauna y Flora. Su territorio

comprende una selva húmeda tropical caracterizada por su gran diversidad, con una alta pluviosidad, el aislamiento y la alta humedad hacen que este sea uno de los territorios más diversos del mundo. Se destacan formaciones como la Serranía del Baudó, la serranía del Darién y la cordillera occidental.

6.5 El Mercado Potencial Objetivo

6.5.1 La Población Objetivo

Estados Unidos cuenta con una población aproximadamente de 333.3 millones de Habitantes que ofrece un mercado amplio y diverso para los palmitos, no produce palmitos a gran escala, lo que crea oportunidades para la importación logrando así considerarse uno de los mercados potenciales más grandes y adecuados para la exportación de palmitos.

El tratado de libre comercio Libre Comercio entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América, firmado el 22 de noviembre de 2006 y que comenzó a tener efecto a partir del 15 de mayo de 2012 también ha facilitado a gran escala el comercio y la exportación de miles de productos colombianos a este país.

La población estadounidense posee un alto poder adquisitivo, lo que genera una demanda constante de productos de calidad a precios competitivos. En este contexto, los palmitos se han convertido en un producto muy demandado. En los últimos años, la demanda de palmitos ha experimentado un notable aumento debido a dos factores claves:

- La creciente popularidad de la comida internacional gourmet, que ha llevado a los consumidores a buscar productos exóticos y de alta calidad.
- La búsqueda de opciones saludables por parte de los consumidores, quienes buscan productos naturales y nutritivos como los palmitos.

6.5.2 Tendencias y comportamiento del consumo en el país de destino

La demanda y la aceptación de palmitos en conserva en EE. UU. Ha crecido significativamente en la última década y tiende a crecer un 8,5% anual entre el año 2022 a 2027. Este producto ha sido impulsado por la creciente popularidad de la comida internacional y la búsqueda de opciones saludables. Los palmitos son apreciados por su valor nutricional, ya que son bajos en calorías y ricos en fibras, proteínas y oligoelementos como hierro, calcio y potasio.

El 70% de los palmitos importados en EE. UU. Proviene de América Latina, es uno de los principales importadores de palmitos a nivel mundial, representando el 36% de las importaciones globales.

Los principales estados consumidores de palmitos en Estados Unidos son:

- California
- Florida
- Estados del noroeste

En estos estados, la comunidad latina juega un papel importante en la demanda de palmitos en conserva, ya que son los que más consumen el producto.

6.5.3 Requisitos del consumidor Del País Destino

Como se ha mencionado anteriormente los países latinoamericanos se caracterizan por ser los principales proveedores de innumerables tipos de alimentos que forman parte de la dieta básica de la población de muchas naciones del mundo. La diversidad que cuentan estos países ha permitido la producción y cosecha de productos deliciosos y de alta calidad, logrando así que las marcas latinas sean muy preferidas en este mercado.

Los consumidores y clientes potenciales de palmitos en Estados Unidos se basan en Adultos jóvenes entre 25 a 45 años especialmente mujeres, interesadas en la salud y bienestar.

Este tipo de personas actualmente están optando por opciones veganas y vegetarianas en donde tienen en cuenta que el etiquetado del producto indique que cuenta con un alto contenido de fibras y nutrientes, bajo contenido de sodio y alimentos con no contengan grasas trans. Al momento de comprar un frasco de Palmitos en una tienda o supermercado las personas pueden tener en cuenta los siguientes requisitos o preferencias para finalmente comprar el producto:

- Calidad, Sabor, Textura y Presentación: Los Palmitos deben estar frescos, sin daños ni deterioro, sin aditivos artificiales, firmes, que no se encuentren ni blandos ni fibrosos y en su presentación se utilicen Envases atractivos que conserven el sabor natural.

6.6 El Mercado Competidor

6.6.1 Países exportadores del producto

Ecuador lidera las exportaciones de palmitos con un 40% del mercado global, seguido de Costa Rica con un 25%, Colombia con un 15%, y Brasil con un 10%. Otros importantes exportadores incluyen Bolivia, Perú, Indonesia, Tailandia, Filipinas y Vietnam, que abarcan desde un 5% hasta un 0,5% del mercado global.

También hay otros países como Honduras, Guatemala, Nicaragua, El Salvador, Nigeria, Ghana, Camerún, Malasia, India y Sri Lanka que exportan palmitos en menores cantidades.

6.6.2 Procedencia del producto en el país de destino

Estados Unidos importa palmitos desde:

1. **Ecuador** (42% de las importaciones estadounidenses)

Provincias de Esmeraldas, Manabí y Guayas

2. **Costa Rica** (30% de las importaciones estadounidenses)

Provincias de Puntarenas y Limón

3. **Colombia** (8% de las importaciones estadounidenses) **Departamentos de Valle del Cauca y Cauca**

4. **Brasil** (7% de las importaciones estadounidenses)

5. **Bolivia** (6% de las importaciones estadounidenses)

La procedencia de la exportación de los palmitos puede variar según factores climáticos, económicos y políticos.

6.6.3 Los precios internacionales del producto

Los precios internacionales en Estados Unidos de palmitos en conserva pueden variar en precio según sea la marca, el tamaño y calidad del producto.

Ejemplos de los precios de palmitos en diferentes tiendas de Estados Unidos:

- **Goya Foods Whole Hearts of Palm:** \$35.76 por un paquete de 12 unidades de 14.1 onzas cada una, lo que equivale a \$0.21 por onza.
- **Bahía Palmitos Enteros Clásico:** \$7.84 por una lata de 400 gramos.
- **Corazones de Palmito Enlatados y Envasados:** \$49.99 por una oferta única.
- **Palmitos del Putumayo:** \$61.82 por kilogramo
- **Caicara Corazones de Palma:** \$10.47 por un paquete de 19.40 onzas

Estos precios pueden variar según la tienda y la ubicación. Es por ello por lo que se deben verificar los precios no solo en una si no en varias para saber en donde se demanda o es comprado el palmito en conserva.

6.7 El Canal de Distribución

El canal de distribución escogido para los palmitos en conserva es:

- **Canales de distribución indirecto**

Este canal de distribución nos permite dar a conocer el producto de manera rápida dentro del mercado estadounidense, nuestros distribuidores internacionales se basan en distribuidores mayoristas minoristas locales y regionales, a continuación, se nombran algunos distribuidores:

1. Supermercados y tiendas de alimentos
2. Tiendas especializadas en productos latinos o internacionales
3. Hoteles
4. Distribuidores de productos alimenticios
5. Restaurantes
6. Centros turísticos



6.8 Estrategias de Mercadeo y ventas

Las estrategias usadas para dar a conocer los palmitos en conserva serán los siguientes:

- **G-mail marketing:** comunicarnos por correo electrónico con nuestros proveedores será sumamente beneficioso para promocionar la marca. Enviarles por este medio algunos tipos de descuentos que no podrán rechazar.
- **Anuncios en redes sociales:** los usuarios se familiarizan fácilmente con el negocio y conocer qué productos o servicios se ofrecen. Estas plataformas brindan múltiples opciones para captar más clientes; entre ellas, crear publicaciones orgánicas y ganar engagement, pautar un post y pagar para que llegue a más personas interesadas, o crear anuncios para que aparezcan en el feed o incluso en la lista de mensajes de chat.
- **Promociones:** ofrecer a los clientes una serie de atenciones que les permita disfrutar aún más de nuestros productos. Métodos como las tarjetas de puntos, los cupones con descuentos especiales, suscripciones, sistema de niveles y demás.

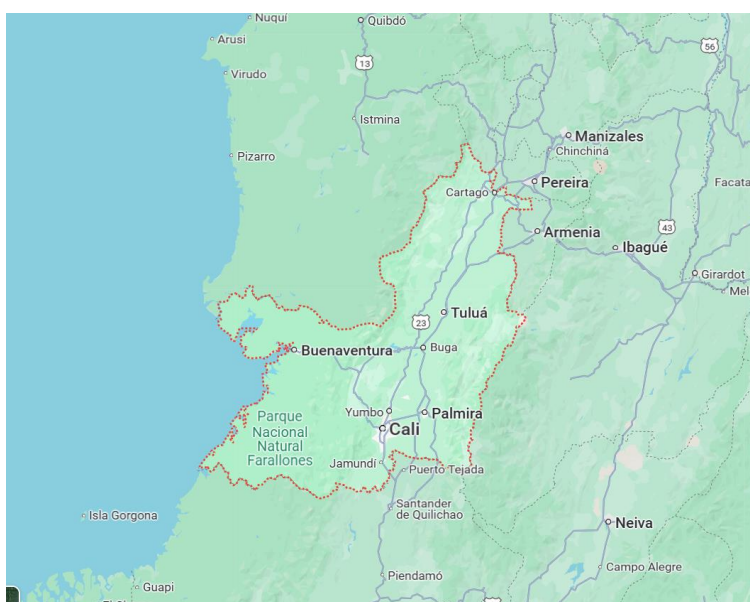
PROCOLOMBIA. Organización encargada de promover el turismo, la inversión extranjera en Colombia, las exportaciones no minero energéticas y la imagen del país. A través de su red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos orientados a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocio.

7. El Estudio Técnico

7.1 Localización del Proyecto

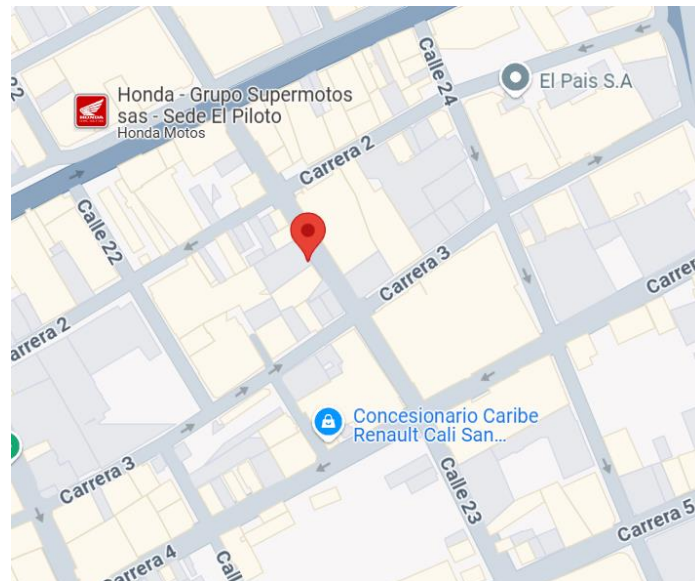
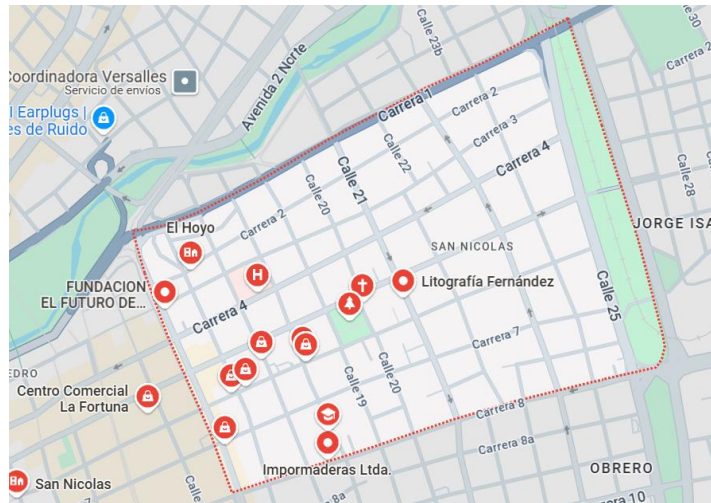
7.1.1 Macro Localización

La empresa donde se está llevando a cabo la exportación de Palmitos con destino a Florida – Estados Unidos se encuentra ubicada en el Departamento del Valle del Cauca, en la ciudad de Santiago de Cali.



7.1.2 Micro Localización

La empresa **COMERCIALIZADORA NAYU SAS**, se encuentra ubicada en Cali en el Barrio San Nicolas Centro Calle 23 # 2-44

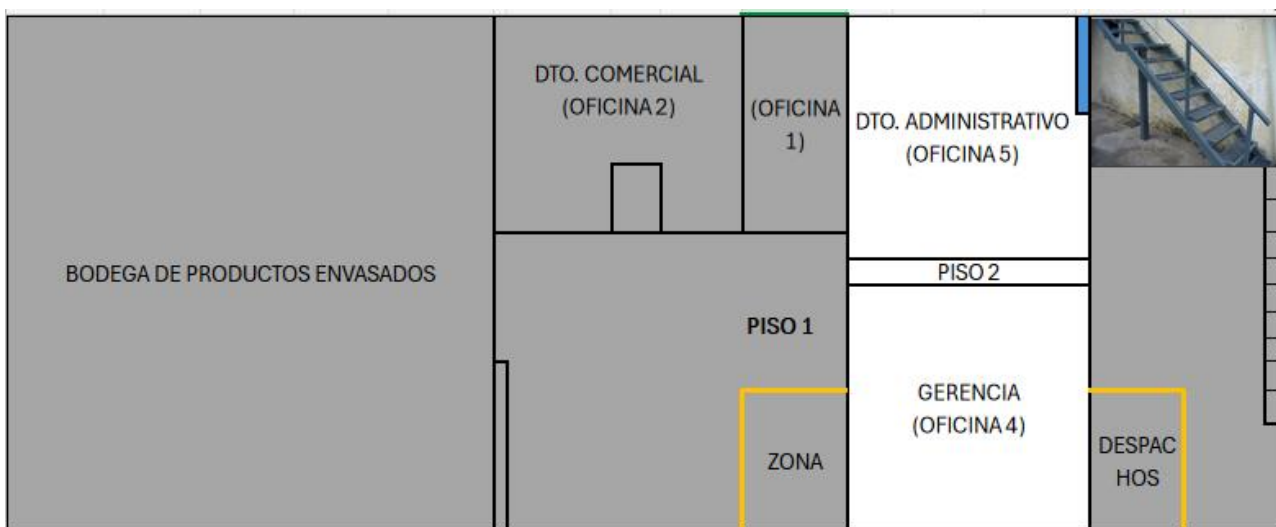
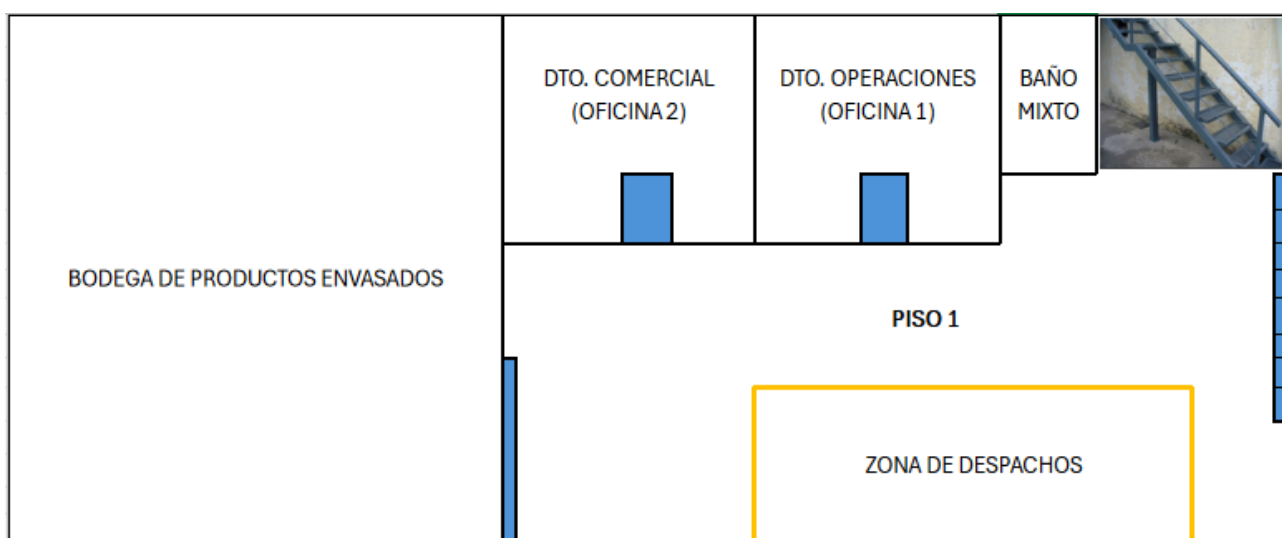


7.1.3 La Planta Física

La empresa **COMERCIALIZADORA NAYU SAS** es una bodega de dos pisos, en el primer piso se tiene la bodega donde se encuentran todos nuestros productos almacenados de forma correcta.

En el primer piso se ubican las dos oficinas del área comercial y de operaciones. Un baño mixto para uso exclusivo del personal que labora ahí.

En el 2 piso solo se encuentran construida un área pequeña y solo para el personal, administrativo y de gerencia.



7.2 Aspectos Técnicos del Producto

7.2.1 Ficha Técnica del Producto

PALMITOS RODAJAS EN CONSERVA



Los palmitos en Conserva son un alimento Saludable, empleado en la preparación de diversos tipos de Ensaladas y es muy apreciado en la alta gastronomía. Contiene Grasas, proteínas y Sodio. El color, olor y sabor es Característico propio de los Palmitos, la textura es suave y delicada al paladar. Sus ingredientes principales son; Agua, Sal Y ácido Cítrico que

ayudas a la conserva del alimento en Óptimas Condiciones. El producto se puede consumir dentro de los 24 meses desde la fecha de producción.

FICHA TÉCNICA	
	NOMBRE DEL PRODUCTO: Palmitos en rodajas FUNCIÓN PRINCIPAL: Verdura INGREDIENTES: Palmitos frescos Agua, Sal, Ácido cítrico (conservante) y Vinagre (opcional)
	PRESENTACIÓN Frasco de Vidrio transparente de 50g a 5000 g, con tapa metálica TAMAÑO DE ENVASE 14 oz (397 g) o 28 oz (794 g) PESO NETO 330g o 794g VOLUMEN NETO 240 ml o 480 ml GRASA 0.5% máximo PROTEÍNAS 2% mínimo SODIO 200mg / 100g máximo HUMEDAD 85% máximo
ORIGEN	100% Colombiano
CLASIFICACION ARANCELARIA:	20,01.90.90.00
NOMBRE QUIMICO:	Hortalizas y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético.
CERTIFICACIONES	ISO 22000:2005 HACCP FDA USDA Favor de solicitar certificado según sea el producto
ALMACENAMIENTO Y VIDA ÚTIL	Almacenar en un lugar fresco y seco Transportar en vehículos refrigerados Evitar exposición directa al sol Los palmitos en rodajas tiene una vida útil de 24 meses desde la fecha de producción

7.2.2 Capacidad de Producción y/o Comercialización por unidad de Tiempo

La cosecha de palmito se realiza en los territorios colectivos de las comunidades negras del Pacífico y es una actividad efectuada principalmente por hombres afrocolombianos o mestizos

entre 16 y 60 años y en menor grado por mujeres o por grupos familiares de 2 a 6 personas. Los corteros más viejos tienen hasta 25 años de experiencia y aprendieron el oficio por medio de contratistas de las plantas de procesamiento, quienes les enseñaron cómo obtener un palmito de buena calidad, de acuerdo con estándares previamente establecidos por la empresa. Los corteros reconocen una palma apta para corte por la altura y grosor del tallo (4m de alto y ~ 8 cm de diámetro) e identifican un palmito de 'buena calidad', por el color rosado de la parte comestible (la más interna protegida por 4 o 5 capas de hojas) y por el ancho de este, que en términos prácticos corresponde a 1 pulgada de diámetro.

Actualmente existen cerca de 450 corteros que suplen la demanda de las plantas de procesamiento de Guapi y Tumaco.

La cosecha de palmito no es un oficio exclusivo, sino complementario a otras actividades propias de las regiones donde se cultiva. Los corteros invierten en promedio de 3 a 5 días a la semana en la cosecha de palmito, y un día de trabajo les ocupa entre 7 y 14 horas, que incluyen el tiempo que el cortero tarda en acceder al cultivo, cosechar los cogollos, pelarlos, amarrarlos en cargas de 40 KG a 75 kg y transportarlo hasta el punto de acopio más cercano.

De acuerdo con la extensión de cada territorio, un consejo comunitario puede tener entre 2 y 8 puntos de acopio, y en cada uno se reciben entre 2.000 y 5.000 cogollos diarios. Esta cantidad está relacionada con las épocas de cosecha. Cuando no hay buena oferta del recurso los corteros trabajan tres días a la semana y en los puntos de acopio se alcanzan a recoger en promedio 2.000 cogollos, mientras que en épocas de buena cosecha la cifra asciende hasta 5 000, con los corteros trabajando cinco días a la semana.

Entre todos los puntos de acopio se recogen entre 15.000 y 20.000 cogollos al día, para un total de 180.000 a 200 000 cogollos x mes en temporada baja y de 300.000 a 400.000 cogollos x

mes en temporada alta. Esta cifra no incluye los palmitos que son rechazados por no cumplir con los criterios de calidad antes mencionados, y que corresponden aproximadamente al 5%.

Los cogollos que se recogen no pueden tener más de 72 horas de haber sido cosechados. Éste es el tiempo máximo permitido antes de que el palmito sufra alguna alteración, ya sea por pudrición o por cambio en la textura y sabor.

7.2.3 Unidad de Empaque y etiquetado para la exportación

Empaque: (Envase Primario)

Con el Objetivo de presentar al consumidor final en el exterior un producto atractivo y saludable, se optó por una presentación comercial más higiénica, amigable con el medio ambiente y beneficiosa para el producto. El empaque principal de los Palmitos en Rodajas es un frasco de Vidrio transparente que contiene su respectiva Tapa Metálica. El empaque ayuda a la excelente conservación en óptimas condiciones y la calidad original de los palmitos. El envase de vidrio se puede obtener en diferentes presentaciones comerciales desde 50 g a 5000 g todo depende de los requerimientos, necesidades, gustos o deseos de los consumidores.

Tamaño de frasco: 14 oz DMS: Alto 12 Cm X Diámetro 7 Cm.

Peso Neto: 330 Kg

Es de vital importancia para nosotros como exportadores cuidar la Salud de los consumidores evitando intoxicaciones o enfermedades, por tal motivo se realizan las siguientes recomendaciones antes de consumir el producto:

- Verificar que el envase NO se encuentra dañado o abierto.
- Verificar la fecha de vencimiento, no es recomendable consumir el alimento después de su fecha de caducidad.

- Evitar exposición directa al sol.
- Almacenar en lugares frescos y secos antes y después de abrir.

Embalaje: (Embalaje secundario y Terciario)

Un correcto embalaje permite que la mercancía durante todo el trayecto internacional llegue en óptimas condiciones al país de destino. En este caso el producto tiene un empaque delicado y con tendencia a quebrarse como lo es conocido el Vidrio, por tal motivo para lograr un buen manejo, logística y distribución al momento de realizar la exportación, se utilizarán Cajas de cartón de doble canal. Este tipo de material otorga mayor esfuerzo y resistencia, son resistentes a la humedad, a la rotura y a los cambios de temperatura por eso es ideal para productos pesados, frágiles, delicados y voluminosos.

Dimensiones de la caja: Ancho 30 Cm X Largo 45 Cm X Alto 15 Cm.

Numero de Frascos por Caja: 12 Unidades

Las cajas De doble canal, mencionadas anteriormente deben de encajar aprovechando al máximo el espacio en un pallet, que a su vez encajará en el contenedor.

DMS Pallet: 1.20 Cm ancho X 1.10 Cm largo X 1.10 cm de alto.

Etiquetado: Símbolos de manejo y manipulación de mercancías (Pictogramas).

Dado lo anterior para el transporte de mercancías frágiles o peligrosos se necesita colocar señalizaciones y etiquetado claro y preciso con el objetivo de informar al transportista que son mercancías que se deben manipular en todo el trayecto con cuidado y así mismo prevenir el mal manejo y daño de los paquetes.

Con base a **la norma ISO 780 y 7000** al momento de marcar las cajas se incluirá los siguientes pictogramas de manejo:



7.3 La unidad Empresarial Exportadora

Para dar cumplimiento con la ley, se establecerá una SOCIEDAD POR ACCIONEES SIMPLIFICADA (S.A.S) ya que combina protección para los socios, flexibilidad en la administración, facilidad para atraer la inversión y beneficios fiscales.

7.3.1 Tipo de Sociedad

Sociedad por Acciones Simplificada

7.3.2 Razón Social

La empresa se denominará **COMERCIALIZADORA NAYU SAS**, la cual será encargada de comercializar Productos Agrícolas en conserva.

7.3.3 Misión y Visión Empresarial

Misión:

La Comercializadora Nayu SAS tiene como objetivo ofrecer Palmitos en conserva de alta calidad, seguros y deliciosos que satisfagan las necesidades gustos y deseos de la población en Estados Unidos, mientras promovemos la innovación, la sostenibilidad y la responsabilidad social en la industria de la comida en conserva.

Visión:

Para el año 2030 La empresa Comercializadora Nayu SAS aspira ser un referente en la comercialización, innovación, la calidad y la autenticidad de productos en conservas, perfecto para aquellos que buscan explorar y disfrutar de la diversidad gastronómica del mundo y así mismo contribuyendo a la salud y bienestar de los consumidores

7.3.4 Principios y Valores

Principios Éticos:

1. Honestidad: Actuar con integridad y transparencia.
2. Respeto y Justicia: Tratar a todos los empleados y clientes con equidad y promover un ambiente de trabajo inclusivo.
4. Responsabilidad social: Contribuir al bienestar de la comunidad y proteger el medio ambiente.

Principios de calidad:

1. Calidad y Excelencia: Buscar la perfección en cada uno de los procesos y garantizar la calidad en todos los productos y servicios.
3. Mejora continua: Buscar oportunidades de mejora e innovación.
4. Satisfacción del cliente: Priorizar las necesidades y expectativas del cliente.

Principios financieros

1. Sostenibilidad: Garantizar la viabilidad financiera a largo plazo.
2. Eficiencia: Optimizar recursos y reducir costos.
3. Transparencia: Proporcionar información financiera precisa y oportuna.
4. Responsabilidad fiscal: Administrar los recursos con prudencia.

Principios de talento humano

1. Desarrollo profesional: Fomentar el crecimiento y desarrollo de los empleados.
3. Bienestar laboral: Priorizar la salud y seguridad de los empleados.
4. Reconocimiento y recompensa: Reconocer y recompensar el desempeño excepcional.

Valores Corporativos:

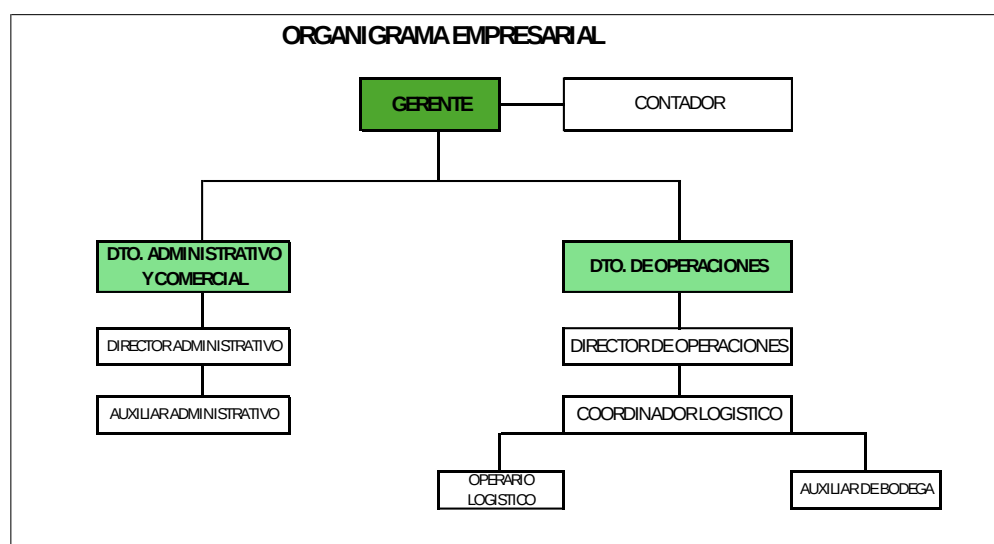
1. Pasión por la comida: Compartir la pasión por los alimentos saludables y la cultura gastronómica.
2. Autenticidad: Preservar la esencia y la tradición de cada producto.
3. Innovación: Fomentar la creatividad y el espíritu emprendedor.
4. Respeto: Valorar la diversidad y promover un ambiente de trabajo inclusivo.
5. Excelencia: Buscar la perfección en cada detalle.

7.3.5 Políticas de Empresa

1. Código de Ética: la empresa se compromete a actuar con integridad, honestidad y transparencia en todas nuestras operaciones.
2. Atención Y servicio al cliente: La empresa debe proporcionar un servicio amable, oportuno y eficiente a todos los clientes, resolver los problemas de manera eficiente y así mismo proporcionar soluciones alternativas o compensaciones cuando sea necesario
3. Garantía de calidad: La empresa se compromete a proporcionar productos que cumplan con los estándares más altos de calidad, seguros y deliciosos, que satisfagan las necesidades de nuestros clientes.

4. Seguridad Alimentaria: La empresa se compromete a proporcionar productos seguros para el consumo humano
5. Control de riesgos: la empresa implementara un sistema de control de riesgos para identificar y mitigar los riesgos asociados con la distribución de nuestros productos.
6. Devoluciones y Reembolsos: La empresa proporciona procesos claros y sencillos para las devoluciones o reembolsos de un producto equivalente cuando sea necesario.
7. Mejora continua: La empresa se compromete a mejorar continuamente los procesos y productos para satisfacer las necesidades de cada uno de los consumidores.

7.3.6 Organigrama Empresarial



7.3.7 Perfiles y Funciones del Personal

Gerente:

Salario Estimado: **1'500.000 mensuales**

Funciones:

- Coordinar las diferentes áreas de la empresa y supervisar a cada uno de los empleados
- Tomar decisiones estratégicas para el crecimiento de la empresa
- Brindar apoyo en la resolución de conflictos laborales

Director Administrativo:

Salario Estimado: **1'500.000**

Funciones:

- Administrar los recursos financieros de la empresa
- Encargado del proceso de facturación, pagos a terceros, proveedores, mercancías o pagos a que haya lugar y cuentas por cobrar.
- Gestionar los procesos de nómina y pago del salario de los empleados.
- Gestionar el proceso de evaluación del desempeño de los empleados.
- Coordinar programas de bienestar laboral y actividades de integración del personal.

Auxiliar Administrativo:

Salario Estimado: **1'423.500**

Funciones:

- Desarrollar estrategias de ventas
- Responsable de adquirir los productos al mejor precio y a la mejor calidad.
- Mantener relaciones con los proveedores y clientes.

Director De Operaciones:

Salario Estimado: **1'500.000**

Funciones:

- Recepción, control de alta calidad y almacenamiento de la mercancía.
- Responsable de controlar el inventario de cada uno de los productos que hay en Bodega.
- Encargado del empaque y embalaje adecuado para Despachar los pedidos.

Coordinador Logístico:

Salario Estimado: **1'423.500**

Funciones:

- Planificar y organizar el transporte, almacenamiento y distribución de productos
- Coordinar con proveedores, clientes, transportistas y agentes de aduanas
- Garantizar la entrega oportuna y rentable de las mercancías
- Supervisar el flujo de bienes y servicios desde el origen hasta el consumo
- Evaluar y mejorar los procesos de envío
- Resolver incidencias y gestionar reclamaciones
- Mantener una comunicación fluida con los clientes y otras áreas de la empresa

Auxiliar Logístico:

Salario Estimado: **1'423.500**

Funciones:

- Planificar pedidos y gestionar cargas diarias
- Controlar el inventario
- Realizar operaciones de compra y abastecimiento
- Preparar y almacenar productos
- Controlar las operaciones de transporte y distribución

- Adaptar las infraestructuras de la empresa
- Optimizar la cadena de valor
- Coordinar el mantenimiento de los vehículos

8. El plan exportador

8.1 Régimen de exportación

El régimen de exportación para palmitos en conserva desde Cali Colombia hacia Florida Estados Unidos está sujeto a varias regulaciones y requisitos.

Requisitos Generales

Para exportar palmitos en conserva, es necesario cumplir con los requisitos generales de exportación establecidos por el gobierno colombiano y el gobierno estadounidense. Esto incluye:

- Certificado de origen
- Certificado de salud
- Certificado de calidad.

Regulaciones de Salud y Seguridad

Los palmitos en conserva deben cumplir con las regulaciones de salud y seguridad establecidas por la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) de Estados Unidos. Esto incluye cumplir con los estándares de calidad y seguridad alimentaria.

Etiquetado y Envasado

Los palmitos en conserva deben estar etiquetados y envasados de acuerdo con las regulaciones establecidas por la FDA. Esto incluye información sobre ingredientes, contenido nutricional y advertencias.

Aranceles e Impuestos

Es importante investigar los aranceles e impuestos aplicables a la exportación de palmitos en conserva desde Cali Colombia hacia Florida Estados Unidos. Esto puede variar dependiendo del tipo de producto y del valor de la exportación.

Procedimientos de Exportación

Es recomendable consultar con un agente de aduanas o un experto en comercio internacional para asegurarse de que se cumplan todos los procedimientos de exportación necesarios. Esto puede incluir la presentación de documentos, el pago de aranceles e impuestos, y la coordinación del transporte.

Es importante mencionar que las regulaciones y requisitos pueden variar dependiendo de las circunstancias específicas de la exportación.

8.2 Trámites del proceso Exportador

Los trámites del proceso exportador para los palmitos en conserva desde Cali Colombia hacia Florida Estados Unidos:

Trámites previos a la exportación

1. Estar Registrado en el Registro Único de Exportadores (RUE) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.
- 2.Registrar la empresa en el Sistema VUCE ante la Policía Antinarcóticos
3. Realizar el Certificado de Origen (CO), con el objetivo de obtener los beneficios arancelarios en el país de destino.

4. Obtener el Certificado de Salud y Seguridad Alimentaria (CSSA) emitido por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA).

5. Obtención del Certificado de Calidad (CC) emitido por un organismo de certificación acreditado.

Trámites de exportación

1. Presentar la Declaración de Exportación (DE) ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

2. Pago de aranceles e impuestos correspondientes.

3. Obtención del Documento de Exportación (DE) electrónico.

4. Presentación del DE electrónico ante el agente de aduanas.

Trámites de embarque

1. Contratación de un agente de aduanas para realizar los trámites de embarque.

2. Presentación de la documentación requerida para el embarque (DE, CO, CSSA, CC).

3. Verificación de la carga y sellos de seguridad.

Trámites en Estados Unidos

1. Presentación de la documentación requerida ante la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA).

2. Cumplimiento con las regulaciones de salud y seguridad alimentaria.

3. Obtener el permiso de importación (PRI) emitido por la FDA.

Documentos requeridos

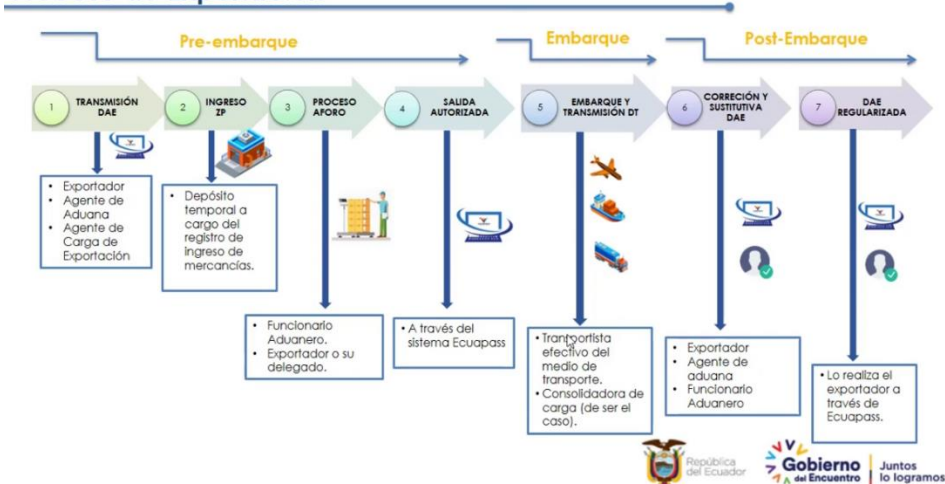
1. Declaración de Exportación (DE)
2. Certificado de Origen (CO)
3. Certificado de Salud y Seguridad Alimentaria (CSSA)
4. Certificado de Calidad (CC)
5. Documento de Exportación (DE) electrónico
6. Factura comercial
7. Lista de empaque
8. Documento de transporte (Bill of Lading)

Plazos y costos

1. Registro en el RUE: 1-2 días, costo: COP 100.000 – COP 500.000
2. Obtención del CO: 1-2 días, costo: COP 50.000 – COP 200.000
3. Obtención del CSSA: 2-5 días, costo: COP 100.000 – COP 500.000
4. Obtención del CC: 2-5 días, costo: COP 100.000 – COP 500.000
5. Trámites de exportación: 2-5 días, costo: COP 500.000 – COP 2.000.000
6. Trámites de embarque: 1-2 días, costo: COP 500.000 – COP 1.000.000

Es importante verificar los plazos y costos dependiendo de las necesidades que requiera la exportación.

Proceso de Exportación



8.2.1 Posición arancelaria

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	2001.90.90.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas Hortalizas, frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético. - Los demás: - - Los demás			01-ene-2007	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	

MEDIDAS			
Concepto	Importaciones	Exportaciones	Tránsito
Gravamen			
IVA			
Otras tarifas generales			
Gravámenes por acuerdos internacionales			
Medidas de protección comercial			
Régimen de comercio			
Bienes de capital			
Índice Alfabético Arancelario			
Notas de nomenclatura			
Correlativas por apertura			
Correlativas por cierre			
Requisitos Específicos de Origen (REO)			
Documentos soporte			
Características especiales			
Restricciones			
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial			
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial			
Modalidades permitidas			
Descripciones de mercancías			
Documentos soporte por zona de RAE			
Cupos de Mercancia			

Documentos soporte para exportaciones – 2001909000						Cerrar ventana
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Países
Cert inspec sanitaria exportac alimentos y materias primas - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	EMBARQUE/DESEMB	OPCIONAL	NO	28-ago-2008	...	
Certificado de venta libre - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	SI	05-ago-2008	...	
Certificado fitosanitario - Instituto Colombiano Agropecuario	EMBARQUE/DESEMB	OPCIONAL	NO	25-ago-2008	...	

8.2.2 Permisos Previos y/o Vistos Buenos

Los Permisos previos y/o vistos buenos qué se deben presentar ante la DIAN para la exportación de palmitos en conserva desde Cali-Colombia hacia Florida-Estados Unidos, se requieren de la siguiente manera

Permisos previos en Colombia

- RUE, Registro Único de Exportadores del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
- Certificado de Origen.
- Certificado de Salud y Seguridad Alimentaria (CSSA), emitido por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA).
- Certificado de Calidad, emitido por un organismo de certificación acreditado.
- Declaración de Exportación presentada ante la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales).

Permisos previos en Estados Unidos

- Registro en el Sistema de Identificación de importadores (Importer Identification. Number, IIN) ante la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA).
- Permiso de Importación (Prior Notice, PN), ante la FDA.
- Cumplimiento con las regulaciones de la FDA para productos alimenticios importados.
- Certificado de Libre Venta (Certificate of Free Sale, CFS) emitido por la FDA.

Requisitos adicionales que se requieren en Estados Unidos

1. Cumplimiento con las regulaciones de etiquetado y envasado de productos alimenticios en Estados Unidos.

2. Cumplimiento con las regulaciones de seguridad alimentaria y control de calidad en Estados Unidos.

Es importante mencionar que los requisitos y permisos están sujetos al producto que se va a importar, la cantidad y el valor de la exportación, así como las regulaciones específicas de cada país.

8.2.3 Terminó De Negociación

Para la exportación de palmitos en conserva, el término FCA es las siglas de “Free Carrier”, que en español significa “Libre Transportista”. En una operación de compraventa bajo el término FCA el vendedor entrega la mercancía al transportista designado por el comprador en las instalaciones de la empresa vendedora o en otro lugar designado. El vendedor está obligado a realizar el despacho de exportación.

El término FCA en vez del EXW es cuando el vendedor se encuentra en mejor posición para cargar la mercancía y cuando se requiere documentación para fines tributarios. Entonces EXW para ventas locales y FCA para ventas internacionales.

Características Incoterms FCA

Tipo de transporte: Cualquier medio de transporte, incluido multimodal (contenedores)

Lugar de entrega: En las instalaciones (fábrica, almacén, taller, etc.) del vendedor; o En distintos puntos del país del vendedor (terminales de transporte, aeropuerto, etc.)

Situación de la mercancía (carga/descarga): Cargada en el primer transporte (generalmente, camión) designado por el comprador; o Preparada para la descarga en el lugar de entrega.

Documento de entrega: Documento de recogida del primer transportista o documento equivalente; o Documento de entrega del transportista del vendedor al transportista internacional designado por el comprador.

Tipo de carga: Cualquier tipo de carga (general, completa y grupaje).

Contratación del transporte principal: Comprador.

Contratación del seguro de transporte: No existe obligación por ninguna de las partes. No obstante, es aconsejable que el comprador lo contrate ya que es el que asume el riesgo en el transporte internacional.

Transmisión de riesgos del vendedor al comprador: Una vez se ha cargado la mercancía en el transporte designado por el comprador, en las propias instalaciones del vendedor; o En el lugar de entrega, antes de que la mercancía sea descargada para entregarse al transportista designado por el comprador.

Inspección preembarque: Comprador, excepto si es por exigencia del país del vendedor en cuyo caso será por cuenta de éste.

Despacho de exportación: Vendedor.

Despacho de importación: Comprador.

Medio de pago a utilizar: Simples (transferencia, orden de pago, cheque, etc.), como documentarios (carta de crédito, cobranza documentaria, etc.).

Incoterms FCA obligaciones de las partes

Vendedor

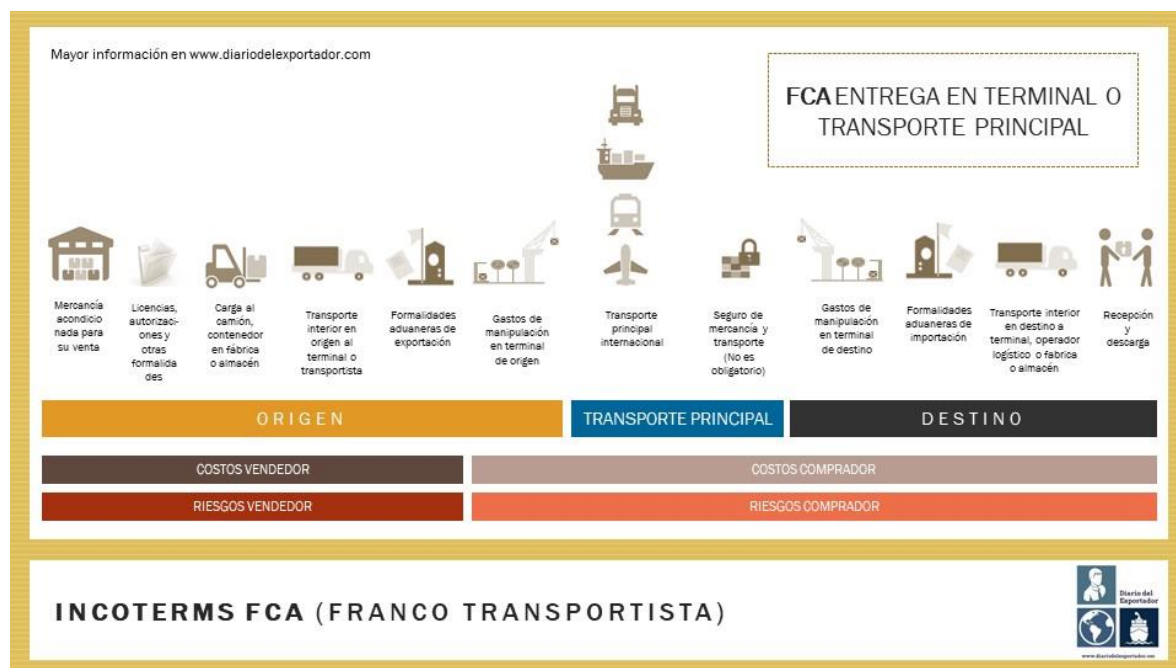
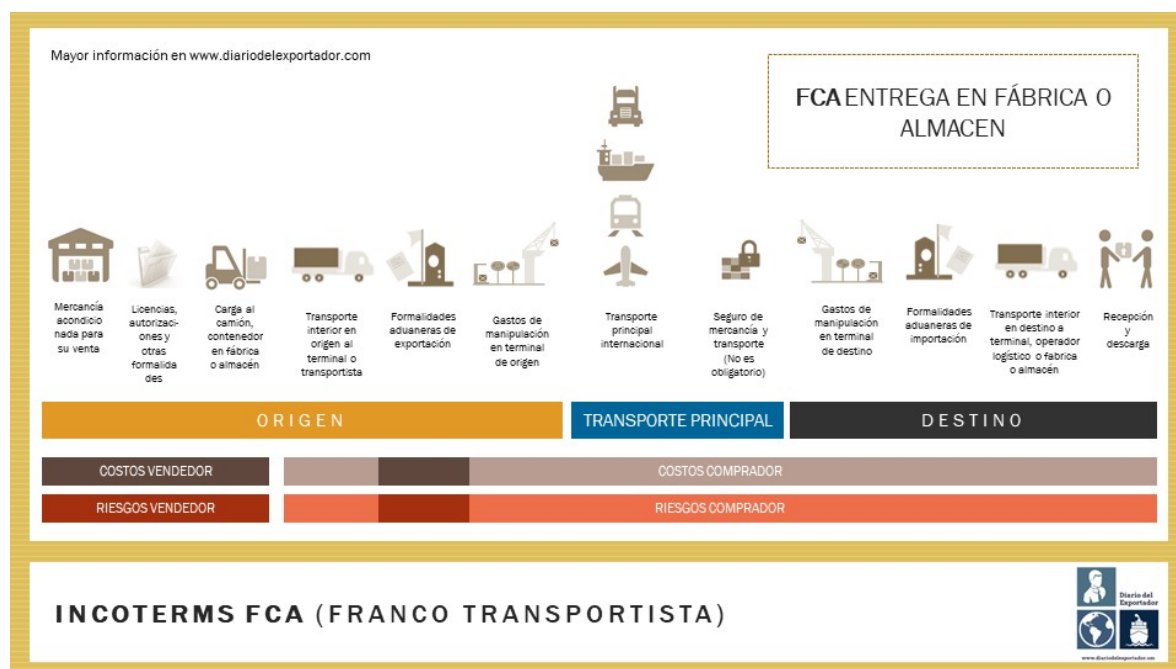
- Notificar al comprador cuando las mercancías estén listas para recoger en el lugar acordado.
- Entregar la mercancía al transportista o al consignatario designado por el comprador, en el lugar de entrega acordado, si no hay lugar acordado, entonces el vendedor puede determinar la mejor ubicación.

- Pagar todos los costos hasta que los bienes hayan sido colocados en el lugar convenido, incluyendo los que se generen por concepto del despacho aduanero en origen.
- Generar evidencia de conformidad o prueba de entrega de los bienes y asistir al comprador para que obtenga el documento de transporte correspondiente o su comprobante.
- Proporcionar una factura comercial y la lista de empaque o un documento electrónico equivalente.
- Asistir al comprador, asegurando la disponibilidad de servicios, información y documentación complementaria o adicional para el tráfico internacional de las mercancías.

Comprador

- Proporcionar información suficiente al vendedor sobre el transportista y el traslado o envío de la carga.
- Verificar y recibir en conformidad los bienes, dentro del tiempo y en el lugar acordado.
- Asumir todos los costos y riesgos del tráfico internacional de las mercancías que se generen desde que son recibidas por el transportista, incluyendo aquellos adicionales que pudiesen generarse durante la entrega.
- Recibir en conformidad los documentos o comprobantes.
- Pagar el precio de los bienes según lo acordado.
- Pagar por los servicios o documentos adicionales solicitados al vendedor.

Incoterms FCA costos y riesgos



Incoterms FCA en el contrato

Debido que la transferencia de riesgo y distribución de los costos logísticos y aduaneros está en función del lugar de entrega, es indispensable especificar de la manera más clara el lugar de entrega de la mercancía en el contrato y factura proforma. La Cámara de Comercio Internacional recomienda la siguiente estructura: El término Incoterms + lugar de entrega + Regla Incoterms 2020.

8.2.4 Agente De Carga y/o Tipo De Transporte



El agente de carga que se escogió para la exportación de Palmitos en conserva desde Cali-Colombia hacia Florida-Estados Unidos, va a hacer CLM Cargo “Agente de Carga Internacional”, reconoce en el transporte aéreo de carga, mudanzas, o por Courier un excelente servicio para nuestros clientes. Gracias a las alianzas con otras empresas de transporte de carga alrededor del mundo y las conexiones con rutas internacionales y nuestros volúmenes anuales y alianzas con diferentes aerolíneas y agentes de carga alrededor del mundo, podemos contar con contratos preferenciales, reservas o reservaciones aún en temporada alta, confirmación de espacios, tarifas competitivas con las principales aerolíneas de carga y pasajeros de Estados Unidos con aerolíneas nacionales como American Airlines Cargo y otras como Star Alliance Cargo, SkyTeam Cargo Alliance, Avianca Cargo al aeropuerto internacional de Dorado, Avianca Holdings SA y conexiones, Copa Airlines Cargo al aeropuerto internacional de Tocumen en la ciudad de Panamá y conexiones,

Tampa Cargo, Aerolíneas Argentinas Cargo al aeropuerto internacional Ministro Pistarini y conexiones, Aeroméxico Cargo, Air Canadá Cargo, Air France Cargo, Iberia Cargo, Oneworld Cargo Alliance, KLM Cargo, otros miembros de SkyTeam y más.

El transporte terrestre de carga es la movilización de mercancías en vehículos. Cualquier transporte local o nacional se puede prestar EXPRESO, que es cuando el vehículo única y exclusivamente recoge y entrega su carga, o CONSOLIDADO, este requiere más tiempo de programación para la recolección y entrega ya que se tiene que esperar a que el vehículo inicie la ruta, aquí los tiempos están sujetos a la ruta, pero al compartir el espacio se reduce el costo del servicio, también se puede consolidar el transporte terrestre de contenedores de 20'. Colombia es un país estratégicamente ubicado en América del Sur, lo que lo convierte en un importante punto de conexión para el comercio terrestre en la región. Esta ruta es muy importante para el comercio de alimentos, productos forestales y productos mineros.

La empresa CLM Cargo puede manejar todos los servicios de la cadena logística que necesitas para tu Importación y Exportación en los Estados Unidos, en Colombia y en España desde/hacia cualquier lugar del mundo, incluyendo todos los servicios de logística y cadena de suministro como transporte internacional, agente de aduana, almacenaje, entre otros, para llevarte fácilmente la mercancía desde el puerto o aeropuerto hasta tu puerta “door to door”.

8.2.5 Medio De Pago

La forma acordada para el pago de la exportación de Palmitos en conserva desde Cali-Colombia hacia Florida-Estados Unidos fue el PAGO DE CONTADO, también conocido como pago en efectivo, es una modalidad de transacción económica donde el pago por un bien o servicio se realiza en su totalidad en el momento de la compra o prestación del servicio.

Esto significa que no hay aplazamientos, financiaciones ni créditos involucrados. Se abona el importe completo utilizando moneda física como (billetes y monedas) o a través de medios electrónicos que reflejen una transferencia inmediata de fondos.

8.2.6 Contrato De Exportación

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL.

Este contrato de **COMPRAVENTA** se celebra por una parte la empresa **COMERCIALIZADORA NAYU S.A.S**, representada en este acto por **NATALIA RAMIREZ CAPOTE**, y por la otra la empresa **SEDANO'S SUPERMARKETS** Representada por **RENE SEDANO**, a quienes en lo sucesivo se les denominará "El vendedor" y "El comprador" respectivamente, de acuerdo con las siguientes declaraciones y cláusulas:

DECLARACIONES:

DECLARA "EL VENDEDOR":

- I.- Que es una sociedad legalmente constituida de conformidad con las leyes de la República de COLOMBIA según consta en la escritura 03852895
- II.- Que dentro del objeto social se encuentran entre otras actividades: la comercialización y exportaciones de PALMITOS EN CONSERVA
- III.- Que cuenta con la capacidad, conocimientos, experiencia y personal adecuado para realizar las actividades a que se refiere la declaración que antecede.
- IV.- Que el señor (a) NATALIA RAMIREZ CAPOTE es su legítimo representante y, en Consecuencia, se encuentra debidamente facultado para suscribir el presente instrumento y obligar a su representada en los términos de este.

V.- Que tiene su domicilio en CRA 49 # 49-96, BARRIO – CIUDAD CORDOBA, mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

DECLARA “EL COMPRADOR”:

I.- Que es una empresa constituida de acuerdo con las leyes de la República de ESTADO UNIDOS Y que se dedica entre otras actividades a la comercialización e importación de los productos a que se refiere la declaración II de “El vendedor”

II.- Que conoce las características y especificaciones de los productos objeto del presente contrato.

III.- Que el señor RENE SEDANO es su legítimo representante y está facultado para suscribir este contrato.

IV.- Que tiene domicilio en ...80- 24 40 TH AVE, FLORID, mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

AMBAS PARTES DECLARAN:

Que tienen interés en realizar las operaciones comerciales a que se refiere el presente contrato, de conformidad con las anteriores declaraciones y así a tenor de las siguientes:

CLÁUSULAS:

PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO. – Por medio de este instrumento “El vendedor” se obliga a vender y “El comprador” a adquirir 1.344 UNIDADES de PALMITOS EN CONSERVA

SEGUNDA. – PRECIO. – El precio de los productos objeto de este contrato que “El comprador” se compromete a pagar, será la cantidad de USD 25.344,00 INCOTERMS “FCA” puerto de PORT MIAMI COTERMS 2020 CCI. Ambas partes se comprometen a renegociar el precio antes pactado,

cuando éste sea afectado por variaciones en el mercado internacional o por condiciones económicas, políticas y sociales extremas en el país de origen o en el destino, en perjuicio de las partes.

TERCERA. FORMA DE PAGO. – “El comprador” se obliga a pagar a “El vendedor” el precio pactado en la cláusula anterior, mediante PAGO DE CONTADO, contra entrega de los siguientes documentos: Factura, B/L, etc. De conformidad con lo pactado en el párrafo anterior, “El comprador”, se compromete a realizar las gestiones correspondientes, a fin de que se realicen los trámites necesarios para su cancelación en las condiciones señaladas. Los gastos que se originen por la apertura y manejo de la carta de crédito o sistema de pago convenido serán por cuenta de “El comprador”.

CUARTA. ENVASE Y EMBALAJE DE MERCANCÍAS. – “El vendedor” se obliga a entregar las mercancías objeto de este contrato, en el lugar señalado en la cláusula segunda, cumpliendo con las especificaciones siguientes: EMPACADO EN (colocar información detallada).

QUINTA. FECHA DE ENTREGA. – “El vendedor” se obliga a entregar las mercancías a que se refiere este contrato dentro de los (cantidad de días) 30 días, contados a partir de la fecha de confirmación por escrito del pedido y convenido el sistema de pago previsto en la cláusula tercera.

SEXTA. PATENTES Y MARCAS. – “El vendedor” declara y “El comprador” reconoce que los productos objeto de este contrato se encuentran debidamente registrados al amparo de la patente o registro de propiedad No 294932 o la Marca 6 ANTE EL INSTITUTO COLOMBIANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL o INVIMA o ICA según sea el caso.

Así mismo “El comprador” se compromete a notificar al “Vendedor”, tan pronto tenga conocimiento, de cualquier violación o uso indebido de dicha patente o marca, a fin de que “El vendedor” pueda ejercer los derechos que legalmente le correspondan.

SÉPTIMA. VIGENCIA DEL CONTRATO. – Ambas partes convienen que una vez “El vendedor” haya entregado la totalidad de la mercancía convenida en la cláusula primera, y “El comprador” haya cumplido con cada una de las obligaciones estipuladas en el presente instrumento, se da por terminado.

OCTAVA. RESCISIÓN POR INCUMPLIMIENTO. – Ambas partes podrán rescindir este contrato en caso de que una de ellas incumpla sus obligaciones y se abstenga de tomar medidas necesarias para reparar el incumplimiento dentro de los 10 días siguientes al aviso, notificación o requerimiento que la otra parte le haga en el sentido de que proceda a reparar el incumplimiento de que se trate. La parte que ejercite su derecho a la rescisión deberá avisar a la otra, cumplido el término a que se refiere el inciso anterior.

NOVENA. INSOLVENCIA. – Ambas partes podrán dar por terminado el presente contrato, en forma anticipada y sin necesidad de declaración judicial previa en caso de que una de ellas fuere declarada en quiebra, suspensión de pagos, concurso de acreedores o cualquier otro tipo de insolvencia.

DÉCIMA. SUBSISTENCIA DE LAS OBLIGACIONES. – La rescisión o terminación de este contrato no afecta de manera alguna a la validez y exigibilidad de las obligaciones contraídas con anterioridad, o de aquellas ya formadas que, por su naturaleza o disposición de la ley, o por voluntad de las partes, deben diferirse a fecha posterior, en consecuencia, las partes podrán exigir aun con posterioridad a la rescisión o terminación del contrato el cumplimiento de estas obligaciones.

DÉCIMA PRIMERA. CESIÓN DE DERECHOS Y OBLIGACIONES. – Ninguna de las partes podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos ni las obligaciones derivadas de este contrato, salvo acuerdo establecido por escrito previamente.

DÉCIMA SEGUNDA. LÍMITE DE LA RESPONSABILIDAD CONTRACTUAL. – Ambas partes aceptan que no será imputable a ninguna de ellas, la responsabilidad derivada de caso fortuito o fuerza mayor y convienen en suspender los derechos y obligaciones establecidos en el presente contrato, los cuales podrán reanudarse de común acuerdo en el momento en que desaparezca el motivo de la suspensión, siempre y cuando se trate de los casos previstos en esta cláusula.

DÉCIMA TERCERA. LEGISLACIÓN APLICABLE. – En todo lo convenido y en lo que se encuentre expresamente previsto, este contrato se regirá por las leyes vigentes en la República de COLOMBIA particularmente lo dispuesto en la “Convención de Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías” y, en su defecto, por los usos y prácticas comerciales reconocidas por éstas.

DÉCIMA CUARTA. ARBITRAJE. – Para la interpretación, ejecución y cumplimiento de las cláusulas de este contrato y para la solución de cualquier controversia que se derive del mismo, las partes convienen en someterse a la conciliación y arbitraje para el comercio exterior existente en el país exportador.

Se firma este contrato en la ciudad de FLORIDA (EE. UU) Y CALI-VALLE (COLOMBIA. A los 28 días del mes de ...NOVIEMBRE del 2024....

EL VENDEDOR:

NATALIA RAMIREZ CAPOTE

Representante Legal

EL COMPRADOR:

RENE SEDANO

Representante Legal

8.2. Proceso General De Exportación

El proceso general para realizar una exportación para alimentos perecederos se constituye de la siguiente manera:

Preparación y planificación

1. Identificar el producto y el mercado destino: Investigar los requisitos y regulaciones del país destino.
2. Obtener permisos y certificaciones: Certificado de exportación, certificado de origen, certificado de calidad, etc.
3. Establecer un plan de producción y envío: Coordinar la producción, el embalaje y el transporte.

Producción y procesamiento

1. Producir o procesar el producto: De acuerdo con los estándares de calidad y seguridad alimentaria.
2. Realizar pruebas y análisis: Para garantizar la calidad y seguridad del producto.
3. Envasar y etiquetar el producto: De acuerdo con los requisitos del país destino.

Embalaje y preparación para el envío

1. Embalaje seguro y adecuado: Para proteger el producto durante el transporte.
2. Preparar la documentación: Factura comercial, lista de empaque, certificado de origen, etc.
3. Etiquetar y marcar el embalaje: De acuerdo con los requisitos del país destino.

Transporte y envío

1. Contratar un transportista o agente de aduanas: Para realizar el envío.
2. Realizar el envío: Al país destino.
3. Seguir el envío: Y resolver cualquier problema que surja durante el transporte.

Recepción y distribución en el país destino

1. Recibir el producto: En el país destino y verificar su condición.
2. Realizar la declaración de importación: Y pagar los impuestos y aranceles correspondientes.
3. Distribuir el producto: A los clientes finales o a los distribuidores locales.

Seguimiento y evaluación

1. Seguir el desempeño del producto: En el mercado destino.
2. Evaluar la satisfacción del cliente: Y la calidad del producto.
3. Realizar ajustes y mejoras: En el proceso de exportación según sea necesario.

Es importante destacar que el proceso de exportación para alimentos perecederos varía dependiendo del tipo de producto, el país destino y los requisitos legales y regulatorios aplicables tanto en el país Origen como el país Destino.

8.2.1 Documentación

Factura comercial

La factura comercial (commercial invoice), base de la negociación comercial, es preparada por el vendedor y describe en forma clara la transacción, el consignatario y el sistema de pago. Debe ser tan detallada como sea posible y estar claramente redactada, con el fin de que la información sea comprensible hasta con un conocimiento limitado del idioma utilizado.

Este documento se utiliza principalmente para: inspección de la aduana en los puntos de exportación e importación; inspección por el comprador al momento de recibir la mercancía y pago de esta misma por el comprador. A falta de un contrato de compraventa separado, la

factura, aunque no constituye por sí misma un contrato, cobra una especial importancia como confirmación de las condiciones del acuerdo entre las partes.

	COMERCIALIZADORA NAYU S.A.S		COMMERCIAL INVOICE FE - 228 25-ene-25		
	CALLE 23 # 2-44 SAN NICOLAS - CENTRO				
	Natalia Ramirez Capote				
	CALL: (602)669 52 80				
	EMAIL: natacapote@nayu.com.co				
SALLER			CUSTOMER		
COMERCIALIZADORA NAYU S.A.S			SEDAN'OS SUPERMARKETS		
CALLE 23 # 2-44 SAN NICOLAS - CENTRO			ADD: 80 - 24 - 40 TH AVE, FLORID		
Natalia Ramirez Capote			CONTACT: Rene Sedano		
EMAIL: natacapote@nayu.com.co			FAX: (323) 316 7434823		
Destination country	PAYMENT TERMS	SHIPPMET VIA		VALIDITY DATE	
ESTADOS UNIDOS	In cash	By air		25-ene-25	
ITEM NO.	DESCRIPTION	QUANTLY	UNIT	Unit Price	AMOUNT
1	Canned hearts of palm. Jars x 330 Grs / Palmitos en conservas. Frascos x 330 Grs	1344	FRASCOS	USD 18,00	USD 24.192,00
2	FLETE				USD 3.500,00
3	SEGURO				USD 215,00
Observations: Peso Neto: 443,520 Kg. 2 Pallets Payment method: Cash payment before the goods are shipped from the place of origin to the place of destination Consignar: COMERCIALIZADORA NAYU S.A.S NIT: 1060798522 - 1 Cuenta de Banco DAVIVIENDA No. 4623 7004 3988					
		AMOUNT			USD 27.907,0

LISTA DE EMPAQUE

Una lista de empaque o packing list es un documento básico de exportación que ofrece información detallada sobre el contenido de un paquete o contenedor. En este documento se describe la cantidad de artículos, el peso, las dimensiones, y otros datos relevantes para el envío.

PACKING LIST



REFERRING TO INVOICE No. 48305

Exporter: COMERCIALIZADORA NAYU S.A.S Add: CALLE 23 # 2-44 SAN NICOLAS - CENTRO Call: (602) 669 52 80 City: CALI- VALLE DEL CAUCA Country: COLOMBIA	RUEX No.48305
---	---------------

Date: 25-Jan-2025		NIT: 10607968522-0	
Quantly	Description	Net Weight	Total Weight
1.344	Canned hearts of palm. Jars x 330 Grs/ Palmitos en conserva. Fascos x 330 Grs	443.520 kg	820 kg

NATURALEZA DEL PRODUCTO:	
☐ Líquido ☒ Frágil	☒ Sólido ☐ Peligroso
Otro: _____	

Número total de pallets: 2

Peso neto total: 443.520 kg

Peso bruto total: 820 kg

DOCUMENTO DE TRANSPORTE (AWB)

Se le conoce así al documento expedido por el transportador de una mercancía ya sea por vía marítima, férrea, aérea o terrestre y que se entrega como certificación del contrato de transporte y recibo de la mercancía.

134 CLO 2004

134-2004

Shipper's Name and Address **DEMO VERSION** COMERCIALIZADORA NAYU S.A.S CL 23 # 2-44 SAN NICOLAS - CENTRO		Shipper's Account Number 1060798522		Not Negotiable Air Waybill Avianca Cargo Issued by AV DESIGNADO PARA TRANSPORTAR CARGO	
Consignee's Name and Address SEDANO'S SUPERMARKETS 80-24 TH AVE - FLORIDA		Consignee's Account Number 900056890		Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity.	
Issuing Carrier's Agent Name and City CLM CARGO CALI - VALLE DEL CAUCA		Agent's IATA Code 7847269		Accounting Information NA	
Airport of Departure (Addr. of First Carrier) and Requested Routing CLO/ALFONSO B. ARAGON INTL		Reference Number 0004578		Optional Shipping Information NA	
To CLO	By First Carrier CALI	Routing and Destination CLO	to MIA	by MIA	by MIA
Airport of Destination MIA/MIAMI INTL		Requested Flight/Date BA2490 02/02/2025		Insurance - If carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked "Amount of Insurance". 1000	
Handling information CARGA DE ALIMENTOS PERECEDEROS					
MIAMI					
No. of Pieces RCP	Gross Weight	Rate Class Commodity Item No.	Chargeable Weight	Rate Charge	Total
20	500 K	M 10	500	800	800
20	500 K				800
Prepaid		Weight Charge		Collect	
		800			
		Valuation Charge			
		Tax			
		Total Other Charges Due Agent			
		Total Other Charges Due Carrier			
		Total Prepaid		Total Collect	
		800			
Currency Conversion Rates		CC Charges in Dest. Currency			
For Carrier's Use only at Destination		Charges at Destination		Total Collect Charges	

Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations.

Signature of Shipper or his Agent

08-MAR-2025
Executed on (date) at (place) Signature of Issuing Carrier or its Agent

134-2004

AWBEDITOR.COM

Original 1 (for Issuing Carrier)

CERTIFICADO DE INVIMA

REPÚBLICA DE COLOMBIA MINISTERIO DE
SALUD



**FORMULARIO ÚNICO DE REGISTRO SANITARIO AUTOMÁTICO DE ALIMENTOS
NUEVO Y RENOVACIÓN
DECRETO 3075/97**

1. DATOS GENERALES DEL TITULAR

Nombre o Razón Social: Comercializadora NAYU S.A.S	
Dirección: Calle 23 # 2-44 San Nicolas - Centro	Ciudad: Cali
Correo Electrónico E-mail: natacapote@nayu.com.co	
Departamento: Valle Del Cauca	País: Colombia
Propietario, Representante legal o Apoderado: Natalia Ramirez Capote	
Cédula de ciudadanía: 1060796966	T.P. de Abogado Nro.:
Dirección de notificación: Cra 28 # 3N 44	Ciudad de Notificación: Cali
Teléfono(s) de notificación: 316 743 4823	

2. DATOS DEL RESPONSABLE DE LA TRANSACCIÓN DETALLADA EN LA CONSIGNACIÓN

Nombre o Razón Social: Natalia Ramirez Capote	
Dirección: Cra 28 # 3N 44	Nit o CC: 1060796966
Ciudad: Cali	Tel: 316 743 4823
Número de consignación (referencia 1): 1	Código de tarifa Cancelada:

3. DATOS ESPECÍFICOS DEL PRODUCTO

☐ X Alimento producido o envasado en el país		☐ X Alimento Importado
☐ X Solicitud de Registro Sanitario		
☐ Solicitud Renovación Registro Sanitario Nro. 315578 Vigente hasta: 31/ 12/ 2025		
Fabricante(s) o envasador(es)		Ubicación (Dirección y Ciudad)
1. Comercializadora NAYU S.A.S		Calle 23 # 2-44 San Nicolas - Centro Cali - Valle Del Cauca
2.		
3.		
Importador (es)		Ubicación (Dirección y Ciudad)
1. Sedano's supermarkets		80 - 24 44TH AVE Florida - EE. UU
2.		
3.		
Nombre del producto: Palmitos en rodajas		
Marca(s) comercial(es): Comercializadora NAYU S.A.S		
CONDICIONES DE CONSERVACION DEL PRODUCTO		
☐ X Temperatura ambiente ☐ Refrigeración ☐ Congelación		
EXPEDIENTE Nro. 315578	REGISTRO SANITARIO Nro. 315578	VIGENTE HASTA 31/12/2025
Verificado por: Angie Prados Montero		Subdirector (a) de Registros Sanitarios: Richard Palermo Otriz

Declaro que la información presentada en esta solicitud respaldada con mi firma es veraz y comprobable en cualquier momento, que conozco y acato los reglamentos vigentes que regulan las condiciones sanitarias de las fábricas de alimentos y que el producto cumple estrictamente con las normas técnico-sanitarias expedidas por el Ministerio de Salud, las oficiales colombianas o en su defecto con las normas del Codex Alimentarius. Este producto no será comercializado con indicaciones terapéuticas.

NATALIA RAMIREZ CAPOTE

Nombre y firma del propietario, representante legal o apoderado

CERTIFICADO DE ORIGEN

El certificado de origen acredita el lugar de origen de las mercancías, con la finalidad de satisfacer los requisitos aduaneros o comerciales. El origen de las mercancías condiciona el tratamiento arancelario o comercial que se da a las mismas en el momento de su entrada en un determinado territorio aduanero.

 ACUERDO DE PROMOCIÓN COMERCIAL COLOMBIA – ESTADOS UNIDOS UNITED STATES – COLOMBIA TRADE PROMOTION AGREEMENT CERTIFICADO DE ORIGEN / CERTIFICATE OF ORIGIN					
1. Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del exportador: Exporter's legal name, address, telephone and e-mail COMERCIALIZADORA NAYU S.A.S Natalia Ramirez Capote natacapote@nayu.com.co Calle 23 # 2-44 San Nicolas - Centro, Cali -Valle Tel. (602) 669 90 90			2. Período cubierto / Blanket period: Desde (25/01/2025) / From (25/01/2025): Hasta (25/12/2025) / To (25/12/2025):		
3. Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del productor: Producer's legal name, address, telephone and e-mail COMERCIALIZADORA NAYU S.A.S Natalia Ramirez Capote natacapote@nayu.com.co Calle 23 # 2-44 San Nicolas - Centro, Cali -Valle Tel. (602) 669 90 90			4. Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico importador: Importer's legal name address, telephone and e-mail SEDANOS SUPERMARKETS Rene Sedano renesedano@gmail.com 80-24 40TH AVE, Florida (Estados Unidos) Tel. (323) 316 743 48 23		
5. Descripción del (las) mercancías(s) / Description of goods	6. Clasificación Arancelaria / HS Tariff Classification	7. Criterio Preferencial / Preference Criterion	8. Valor Contenido Regional / Regional Value Content	9. Factura No. Fecha / Invoice No. Date	10. País de Origen / Country of Origin
Palmitos en conservas. Frascos x 330 Grs	2001.90.90.00	(C)	NO	FE – 228 2025-01-25	CO
11. Certificación de Origen / Certification of Origin Declaro bajo la gravedad de juramento que / I certify that: - La información contenida en este certificado es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que soy responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente certificado. / The information on this certificate is true and accurate and I assume the responsibility for providing such representations. I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this certificate. - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes se lo entregue, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo. / I agree to maintain and present upon request, documentation necessary to support this certificate, and to inform, in writing, all persons to whom the certificate was given of any changes that could affect the accuracy or validity of this certificate. - Las mercancías son originarias del territorio de las partes y cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Acuerdo de Promoción Comercial Colombia - Estados Unidos. / The goods originated in the territory of the parties, and comply with the origin requirements specified for those goods in the Colombia - United States Trade Promotion Agreement. - Las mercancías no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos establecidos en el Artículo 4.13. / The goods undergoes no further production or other operation outside the territories of the Parties unless specifically exempted in Article 4.13. Esta certificación se compone de 1 hojas, incluyendo todos sus anexos. / This certificate consist 1 pages, including attachments.					
Firma autorizada / Authorized signature: Natalia Ramirez Capote			Nombre de la empresa / Company's name: COMERCIALIZADORA NAYU S.A.S		
Nombre / Name: Natalia Ramirez Capote			Cargo / Title: Profesional en Operaciones de Comercio Exterior		
Fecha / Date (25/01/2025)			Teléfono y fax / Telephone and Fax: (602)-669 90 90 / (602)-669 90 90		
12. Observaciones / Remarks: -					

SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN DE EMBARQUE Y / O REGISTROS PREVIOS.

DIAN		Solicitud de Autorizacion De Embarque y /o Registros Previos				602	
1. Fecha 2024		2. Concepto		4. numero de formulario			
Espacio Reservado Para La DIAN							
Exportador	20. Tipo de Documento NIT	18. Numero de identificación 1060798522	6.DV	7. Primer Apellido RAMIREZ	8. Segundo Apellido CAPOTE	9. Primer Nombre ASTRID	10. Segundo Nombre NATALIA
	11. Razon Social COMERCIALIZADORA NAYU S.A.S						24. Diplomático
Declarante	25. Tipo de Documento NIT	26. Numero de identificación 900081359	27.DV	27. Primer Apellido MESA	29. Segundo Apellido SOLARTE	30. Primer Nombre CRISTOBAL	31. otros Nombres
	32. Razon Social AGENCIA DE ADUANAS ML S.A NIVEL 1						
Destinatario	33. Tipo de Documento NIT	34. Numero De identificación 900056890	35. Primer Apellido SEDANO		36. Segundo Apellido XXX	37. Primer Nombre RENE	38. otros Nombres
	39. Razon Social SEDANO-S SUPERMARKETS						
Datos Del Negocio	40. Domicilio (Direccion) 80 - 24 40 TH AVE				41. Pais Estados Unidos	Cod.	42. Ciudad Los Angeles
	43. No. Formulario Anterior XXXXXXXXXXXXXXXXXX	44. No. Referencia XXXXXXXXXXXXXXXXXX	45. No. Autorizacion Global XXXXXXXXXXXXXXXXXX		46. No. De Programa especial de MSVC o contrato de suministro de energia XXXXXXXXXXXXXXXXXX		
Lugares	47. Regimen Aduanero EXPORTACION DEFINITIVA		cod.	48. Aduana De Despacho AEROPUERTO ALFONSO BONIL	Cod.	53. Region De Procedencia CALI- VALLE DEL CAUCA	60. Tipo De UNICO
	51. Tipos De Datos DEFINITIVA		Cod.	52. Naturaleza de la Transa Cod. XXXXXXXXXXXXXXXXXX	Cod.	54. Cod. Incoterms FCA	55. Lugar De Entrega LOS ANGELES
	58. Cod. Moneda De transacion DÓLAR	57. Valor factura en moneda de transaccion	58. Tasa de cambio	59. Forma pago 50%/50%	60. Cantidad pagos anticipados 1	2025 2 5	
	62. Mercancia a la mano del viajero SI ☐ NO ☒	63. Sistemas especiales SI ☐ NO ☒	64. Exportacion En transito SI ☐ NO ☒	65. Modo De transporte AEREO	Cod.	ESTIBADO	
Lugares	67. Aduana De salida AEROPUERTO ALFONSO BONILLA ARAGON CLO		Cod.	68. Lugar de embarque AEROPUERTO	Cod.	69. Pais destino final LOS ANGELES	Cod. LAX
	70. Lugar destino final. PORT MIAMI		Cod.	71. Lugar destino final colombia PUERTO ALFONSO BONILLA ARA	Cod.	72. Deposito habilitado	
Datos transportador	73. Tipo de documento CC	74. Numero de identificación 31982452	75. DV.	76. Primer apellido BETANCUR	77. Segundo apellido VELASCO	78. Primer nombre CARLOS	79. Otros nombres
	80. Razon Social						
Inspección	81. Lugar OPUERTO ALFONSO BONILLA ARAC		Cod.	82. No. Aprobacion solicitud inspeccion zona secundaria XXXXX	83. Direccion ubicación mercancías AEROPUERTO ALFONSO BONILLA ARAGON		84. Solicita Inspeccion fisica ☒ SI ☐ NO
	85. Valor total fletes USD 3500		86. Valor total seguros 1000	87. Valor total otros gastos USD XXXX	88. Total valor FOB USD 25244,5	89. Valor total exportacion 20.000,00	
Totales Acumulados	90. Total valor agregado nacional USD		91. Valor a reintegrar USD XXXX		92. Total series XXX	94. Total peso bruto Kgs. 820	
	95. No. De aceptacion 84040404		96. Fecha 3 2 2025	97. No. De radicacion 20240002402852		XXXXXX	
Colombia, un compromiso que no podemos evadir.							
Firma de quien suscribe el documento							
1001. Apellidos y nombres							
1002. Tipo Doc.		1003. No. Identificación			1004.DV		
1005. Cod. Representacion							
1006. Organización							
997. Fecha de aceptacion				3	2	2025	

DECLARACION DE EXPORTACION

DIAN		Declaracion De Exportacion				600				
Espacio Reservado Para La DIAN				1. Año		2025127				
				4. Numero De Formulario 600600000000 0						
Exportador	5. Numero de identificacion Tributaria		6.DV	11.Apellidos y nombres o Razon Social						
	1060798522		1	TOSTARICOS S.A.S						
	13.Direccion		15.Telefono		12.Cod. Direccion	16.Cod.Dpto.	17.Cod ciudad o municipio			
	Calle 23 # 2-44 San Nicolas - Centro		(602) 669 52 80		XXXX	76	XXXX			
Declarante	24.Numero de Identificacion Tributaria NIT		25.DV	26.Razon Social del declarantes autorizado		27.Tipo Usuario	28.Cod. Usuario			
	900081359		1	AGENCIA DE ADUANAS ML S.A NIVEL 1		XXXXXXXX	XXXXXXXXXXXX			
29.Numero Documento De identificacion				30.Apellidos y Nombres						
1060798522				MESA SOLARTE CRISTOBAL						
31. clase Exportador		32. Nombre O Razon Social Importador O Consignatario								
2		COMERCIALIZADORA NAYU S.A.S								
33. Direccion Pais De Destino		34. Cod. Pais Destino	35. Ciudad Del Pais De Destino		36. Autorizacion De Embarque		37. Año	Mes	Dia	
80 - 24 40 TH AVE		249	Los Angeles		2,024E+13		2025	2	2	
38. Tipo De Declaracion		39. Cod	40. Cod. Lugar De Salida		41. Cod. Dpto. Procedec	42. Declaracion Exportador Anterior		43. Año	Mes	Dia
Inicial		1	35		760050	No		XXXX	XX	XX
44. Adhesivo De Importacion Anterior		45.Año	Mes	Dia	46. Cod. Modalida Importacion	47. Cod. Ofic. Regional Mincomercio Industria	48. Codigo Moneda De	49. Valor Total En moneda De Negociacion	50. Codigo Modo De Transporte	
No		XXXX	XX	XX	XXXXXXX	CALI	USD	4200	1	
51. Codigo Bandera		52. Peso Bruto kgs	53. Codigo Modalidad	54. Codigo Forma De Pago	55. Cantidad De Pagos Anticipados		56. Fecha Primer Pago Anticipado	57. Codigo Embarque	58. Consolidacion	60. Codigo
249		820		L/C	XXX		XXX	XX	XXX	1
Embalajes:		62. Cantidad		63. Marcas Y Numeros						
61. Codigo: CS		1.344								
64. Certificado De Origen		X		66. Sistemas Especiales:		Nos. Programas		67.		
65. Cual? 079				70		71.		72.		
74. Visto Bueno Entidad		75. No.	315578		77. Visto Bueno Entidad		78. No.	79.		80. Codigo Exportacion En Transito
INVIMA		76.	202512							81. Codigo Admon. De Embarque
Item No		83. Subpartida Arancelaria	84. Cod. Dpto. De Origen	85. No. Factura	86. Cod. Unidad Cial. Medida	87. Cantida	82. Peso Neto KGS	89. Valor FOB USD	90. Valor Agregado Nal. USD	91. C.I.P
1		2001.90.90.00	760050	FE2004	CAJAS	1.344	433.52	25.244,50	XXXXX	XXX
92. Aplicación Casilla 66 XXXXX										
93. Descripción de las mercancías (NO inicie la descripción de las mercancías a exportar con lo señalado en el arancel de aduanas en la subpartia arancelaria - Incluya marcas, seriales y otros). Si el campo es insuficiente utilice hojas anexas a la declaracion de exportacion.										
Palmitos en conserva para uso comestible, subpartida arancelaria 2001.90.90.00, 1.344 paquetes empacados en envases de vidrio, empaque de cajas de carton y estivas.										
Totales o pasan	94. Cantidad De Subpartidas Declaradas		95. Hojas Anexas Numeros		96. Total Peso Neto		97. Total Valor FOB USD		98. Total Valor Agregado Nal. USD	
	1		XXXXX		433.52		25.244,50		XXXXX	
100. Valor fletes USD		101. Valor Seguros USD		102. Valor Otros Gastos USD		103. Valor Total De La Exportacion USD		104. Valor A Reintegrar USD		
3500		1000		XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX		20.000,00		20.000,00		
105. Procede El Embarque?		106. Año	Mes	Dia	Certificacion De Embarque			117. Declaracion De Exportacion Definitiva		118. Fecha
8		2025	2	2	110. NO. Manifiesto De Carga			No.		2024123
107. Auto Y Acta No.		112. cod. Admo		113. no. Bultos	114. peso (kgs)		firma			
Firma Y Sello del inspector		115. identificacion del medio de transporte		116. Observaciones		NATALIA RAMIREZ CAPOTE				
NICOL ALONSO						NATALIA RAMIREZ CAPOTE				
nombre: NICOL ALONSO						C.C. 106079966				
109. c.c: 1111 478 3										
firma declarante autorizado		NATALIA RAMIREZ CAPOTE								

9. El estudio Económico y Financiero.

9.1 Las Inversiones Preliminares

9.1.1 Los Gastos Pre-Operativos

Es el presupuesto de todos los gastos que se presumen se deben cubrir en la etapa previa al funcionamiento u operatividad de la empresa. Gastos que se generan desde que nace la idea del proyecto hasta que la empresa queda lista para entrar en funcionamiento.

PRESUPUESTO DE GASTOS PREOPERATIVOS	
CONCEPTO O DETALLE DEL GASTO	VALOR PRESUPUESTADO
Estudio de Factibilidad	1.500.000
Gastos Notariales	0
Gastos de Registro en Cámara de Comercio.	200.000
Honorarios Asesorías Profesionales	900.000
Gastos de Instalación y Montaje (adecuación)	4.500.000
Publicidad de Impacto	150.000
Otros Gastos Legales: Uso del Suelo, Sayco y acinpro, Bomberos, Permisos, Licencias, etc.	270.000
Gastos de selección del personal	450.000
Capacitaciones y Cursos de Inducción a Personal	250.000
Gastos de Papelería	100.000
Gastos de transportes y diligencias	0
Diversos e Imprevistos	800.000
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	9.120.000

AMORTIZACION DEL GASTO PRE OPERATIVO - DIFERIDO	
Total del Gasto Diferido	9.120.000
Período de Amortizacion en Años (Periodo de Evaluación)	5
Total Amortizacion por cada Año del Periodo de Evaluación	1.824.000
Total Amortizacion por mes o Amortización Mensual	152.000

9.1.2 Las Inversiones Fijas

Las Inversiones Fijas son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que servirán de apoyo a la operación normal del proyecto. Todos estos activos son en una buena parte DEPRECIABLES a excepción de

los terrenos que se valorizan en el tiempo. Este aspecto es importante, ya que al tener definidos los costos podemos calcular los cargos por depreciación en la proyección del estado de resultados.

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	0	0	0
Computador Portatil	4	1.600.000	6.400.000
Escritorios	4	480.000	1.920.000
Sillas para Computador	0	0	0
Sillas para Escritorio	5	280.000	1.400.000
Mesas para Computador	0	0	0
Impresora	1	500.000	500.000
Fotocopiadora	0	0	0
Aire Acondicionado	0	0	0
Mesa de Juntas	0	0	0
Sillas para mesa de juntas	0	0	0
Telefonos	5	380.000	1.900.000
Estanterías	0	0	0
Archivador	1	350.000	350.000
Vitrinas			0
Otros activos fijos depreciables	0	0	0
			0
			0
			0
			0
TOTAL EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y OTROS			12.470.000

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	
Total Equipo de Oficina, Computo y Muebles y Enseres	12.470.000
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea	5
Valor del Gasto por Depreciación Anual	2.494.000
Valor del Gasto por Depreciación Mensual	207.833
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

9.1.3 El Capital de Trabajo

La inversión en Capital de Trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados; entendiendo por ciclo productivo el proceso que se inicia con el primer desembolso para cancelar los insumos de la operación y termina cuando se venden los insumos, transformados en producto terminado, y se percibe el producto de la venta y queda disponible para cancelar nuevos insumos e iniciar nuevamente otro proceso de producción.

PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO			
TIPO DE GASTO	VALOR MENSUAL	MESES A FINANCIAR	VALOR TOTAL
Honorarios Profesionales	900.000	3	2.700.000
Servicios publicos	200.000	3	600.000
Arrendamientos	4.500.000	3	13.500.000
Servicios de vigilancia	0	0	0
Copias, fotocopias	50.000	1	50.000
Servicio de cafeteria y casino	0	0	0
Servicios temporales	0	0	0
Servicio generales: Aseo y varios	280.000	3	840.000
Servicio de telefonía e internet	109.000	3	327.000
Gastos Legales	300.000	1	300.000
Mantenimiento y Reparaciones	1.000.000	1	1.000.000
Papelería y utiles de oficina	150.000	2	300.000
Transportes y Fletes	0	0	0
Diversos y otros gastos generales	0	0	0
Nómina	9.970.500	3	29.911.500
Compra de Inventarios	0	1	0
TOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO			49.528.500

9.1.4 La Composición del Capital

En los cuadros presentados, se muestra el total de inversiones preliminares, es decir, el capital semilla. Este fondo se crea con el propósito de generar una empresa y apoyar la puesta en marcha de nuevos negocios. Se utiliza exclusivamente para la adquisición de los recursos para su arranque. Como su nombre los indica, este tipo de financiamiento inicial sienta las bases del proyecto.

TOTAL INVERSIONES PRELIMINARES - CAPITAL SEMILLA	
Total de los Gastos Pre Operativos	9.120.000
Total de las Inversiones Fijas	12.470.000
Total del Capital de Trabajo	49.528.500
TOTAL DE LAS INVERSIONES PRELIMINARES	71.118.500

COMPOSICION DEL CAPITAL - SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFICADA			
Concepto	No Acciones	Vr. Nominal	Vr. Total
Capital Autorizado	142.237	1.000	142.237.000
Capital Suscrito	106.678	1.000	106.677.750
Capital Suscrito Por Cobrar	35.559	1.000	35.559.250
Capital Suscrito y Pagado	71.119	1.000	71.118.500

9.2 El Balance General de Constitución

El Balance General de Constitución es un estado financiero que muestra la situación económica y financiera de la empresa en el momento de su constitución. Este balance incluye los activos, pasivos y el patrimonio neto de la empresa. Los activos representan los recursos que posee la empresa, los pasivos son las obligaciones que tiene que cumplir, y el patrimonio neto es la diferencia entre los activos y los pasivos, reflejando el valor neto de la empresa.

COMERCIALIZADORA NAYU SAS		
BALANCE GENERAL DE CONSTITUCION O DE APERTURA		
Fecha: 28/01/2025		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
DISPONIBLE		
Caja		49.528.500
INVENTARIOS		
Inventario de Producto		
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE		49.528.500
ACTIVO NO CORRIENTE		
ACTIVO FIJO		
Equipo de Oficina y Otros Activos	12.470.000	
Maquinaria y Equipo	0	12.470.000
DIFERIDOS		
CARGOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos		9.120.000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		21.590.000
TOTAL DEL ACTIVO		71.118.500
PASIVO Y PATRIMONIO		
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aporte de los Inversionistas		71.118.500
TOTAL DEL PATRIMONIO		71.118.500
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		71.118.500

9.3 La Producción y Los Costos Operacionales

9.3.1 La Producción Exportable

Este cuadro muestra las cantidades del producto que se exportaran durante el al año. Se tiene en cuenta que cada año se exportara una mayor cantidad dado que se cubre una mayor parte del mercado.

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
	1344	5	6720	7056	7408,8	7853,328	8403,06096
TASA DE CREMIENTO O DE VARIACION ANUAL DE LA PRODUCCION EXPORTABLE				5,00%	5,00%	6,00%	7,00%

9.3.2 Los Costos de Producción

9.3.2.1 Costos Directos

Este cuadro está relacionado con el costo de la mercancía que se exporta. La empresa Comercializadora Nayu SAS no fabrica directamente los palmitos, por lo tanto, no se relaciona el costo producción por unidad. En su lugar, se presenta el costo de la mercancía vendida que corresponde al Valor de compra al proveedor.

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
	1344	5	100800000	111131185,8	122521234,8	136365135,3	153205107,1
COSTO UNITARIO (Costos de Produccion)			15.000	15.750	16.537	17.364	18.232
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%

9.3.2.2 Costos de Personal

Los cálculos y costos del personal se refieren a los gastos asociados con la contratación y mantenimiento de los empleados en la empresa. Estos costos incluyen por porcentajes las cesantías, intereses causados sobre cesantías, prima de servicios, vacaciones y demás relacionados con el personal.

PORCENTAJES DE CARGA PRESTACIONAL Y PARAFISCAL QUE AFECTAN EL GASTO DE NOMINA (PERSONAL CONTRATO LABORAL)			
CARGA PRESTACIONAL		CARGA PARAFISCAL	
Cesantías	8,33%	Aportes Salud EPS	8,50%
Intereses causados sobre Cesantías	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%

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%

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	86.977.471	92.836.490	99.090.189	105.765.151	112.889.756
Nómina Ventas y Comercial	85.624.981	91.392.894	97.549.348	104.120.516	111.134.334
Nómina Producción	0	0	0	0	0
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	172.602.452	184.229.384	196.639.536	209.885.667	224.024.090

9.3.2.3 Gastos Generales de Producción

Los gastos generales de producción se refieren a los costos indirectos asociados con la fabricación de un producto. Estos gastos incluyen, pero no se limitan a, los costos de mantenimiento de la planta, los salarios del personal de apoyo, los suministros de producción, la depreciación de los equipos y las instalaciones, y otros costos indirectos que no se pueden atribuir directamente a un producto específico.

PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DE PRODUCCION PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	% DE PRORRATA AREA DE PRODUCCION	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	900.000	0,00%	0	0	0	0	0
Servicios publicos	200.000	0,00%	0	0	0	0	0
Arrendamientos	4.500.000	0,00%	0	0	0	0	0
Servicios de vigilancia	0	0,00%	0	0	0	0	0
Copias, fotocopias	50.000	0,00%	0	0	0	0	0
Servicio de cafeteria y casino	0	0,00%	0	0	0	0	0
Servicios temporales	0	0,00%	0	0	0	0	0
Servicio generales: Aseo y varios	280.000	0,00%	0	0	0	0	0
Servicio de telefonía e internet	109.000	0,00%	0	0	0	0	0
Gastos Legales	300.000	0,00%	0	0	0	0	0
Mantenimiento y Reparaciones	1.000.000	0,00%	0	0	0	0	0
Papelería y utiles de oficina	150.000	0,00%	0	0	0	0	0
Transportes y Fletes	0	0,00%	0	0	0	0	0
Depreciación de Activos	207.833	0,00%	0	0	0	0	0
Amortización Diferidos	152.000	0,00%	0	0	0	0	0
Diversos y otros gastos generales	0	0,00%	0	0	0	0	0
TOTAL DEL GASTO	7.848.833		0	0	0	0	0

9.4 Los Gastos Generales

Los gastos generales se refieren a los costos indirectos asociados con la operación de una empresa. Estos gastos incluyen, pero no se limitan a, los costos de mantenimiento de la planta, los salarios del personal de apoyo, los suministros de producción, la depreciación de los equipos y las instalaciones, y otros costos indirectos que no se pueden atribuir directamente a un producto específico

9.4.1 La Distribución de los Gastos Comunes

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS GASTOS GENERALES COMUNES A LAS AREAS EMPRESARIALES					
DETALLE O TIPO DE GASTO DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA DE ADMINISTRACION, CONTABLE Y FINANCIERA	AREA DE PRODUCCION (INDUSTRIAL)	AREA COMERCIAL (MERCADEO Y VENTAS)	TOTAL PORCENTAJE
Honorarios Profesionales	900.000	70,00%	0,00%	30,00%	100,00%
Servicios publicos	200.000	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%
Arrendamientos	4.500.000	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%
Servicios de vigilancia	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Copias, fotocopias	50.000	70,00%	0,00%	30,00%	100,00%
Servicio de cafetería y casino	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Servicios temporales	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Servicio generales: Aseo y varios	280.000	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%
Servicio de telefonía e internet	109.000	60,00%	0,00%	40,00%	100,00%
Gastos Legales	300.000	60,00%	0,00%	40,00%	100,00%
Mantenimiento y Reparaciones	1.000.000	30,00%	0,00%	70,00%	100,00%
Papelería y utiles de oficina	150.000	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%
Transportes y Fletes	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Depreciación de Activos	207.833	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%
Amortización Diferidos	152.000	80,00%	0,00%	20,00%	100,00%
Diversos y otros gastos generales		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL PRESUPUESTO MES	7.848.833				

INDICADOR DE PROYECCION DEL GASTO. PROMEDIO DEL INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DE LOS ULTIMOS DIEZ AÑOS	
AÑO	VALOR % I.P.C
2011	3,73%
2012	2,44%
2013	1,94%
2014	3,66%
2015	6,77%
2016	5,75%
2017	4,09%
2018	3,18%
2019	3,80%
2020	1,61%
2021	5,62%
2022	13,12%
2023	9,28%
2024	
SUMATORIA	64,99%
PROMEDIO	5,00%

9.4.2 Los Gastos de Administración

Los gastos de administración se refieren a los costos asociados con la gestión y operación de la empresa. Estos gastos incluyen los salarios del personal administrativo.

9.4.2.1 Gastos de Personal y su Proyección

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	1.500.000	200.000	1.700.000	371.110	382.500	2.453.610	29.443.320
Director Administrativo	1.500.000	200.000	1.700.000	371.110	382.500	2.453.610	29.443.320
Auxiliar Administrativo	1.423.500	200.000	1.623.500	354.410	362.993	2.340.903	28.090.831
			0	0	0	0	0
TOTAL	4.423.500	600.000	5.023.500	1.096.630	1.127.993	7.248.123	86.977.471

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	86.977.471	92.836.490	99.090.189	105.765.151	112.889.756
Nómina Ventas y Comercial	85.624.981	91.392.894	97.549.348	104.120.516	111.134.334
Nómina Producción	0	0	0	0	0
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	172.602.452	184.229.384	196.639.536	209.885.667	224.024.090

9.4.2.2 Gastos Generales de Administración y su Proyección

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	900.000	70,00%	7.560.000	7.937.942	8.334.778	8.751.453	9.188.958
Servicios publicos	200.000	50,00%	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Arrendamientos	4.500.000	50,00%	27.000.000	28.350.000	29.767.500	31.255.875	32.818.669
Servicios de vigilancia	0	0,00%	0	0	0	0	0
Copias, fotocopias	50.000	70,00%	420.000	441.000	463.050	486.203	510.513
Servicio de cafeteria y casino	0	0,00%	0	0	0	0	0
Servicios temporales	0	0,00%	0	0	0	0	0
Servicio generales: Aseo y varios	280.000	50,00%	1.680.000	1.764.000	1.852.200	1.944.810	2.042.051
Servicio de telefonía e internet	109.000	60,00%	784.800	824.040	865.242	908.504	953.929
Gastos Legales	300.000	60,00%	2.160.000	2.268.000	2.381.400	2.500.470	2.625.494
Mantenimiento y Reparaciones	1.000.000	30,00%	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
Papelería y utiles de oficina	150.000	50,00%	900.000	945.000	992.250	1.041.863	1.093.956
Transportes y Fletes	0	0,00%	0	0	0	0	0
Depreciación de Activos	207.833	50,00%	1.247.000	1.247.000	1.247.000	1.247.000	1.247.000
Amortización Diferidos	152.000	80,00%	1.459.200	1.459.200	1.459.200	1.459.200	1.459.200
Diversos y otros gastos generales	0	0,00%	0	0	0	0	0
PRESUPUESTO MENSUAL	7.848.833		48.011.000	50.276.182	52.654.620	55.151.977	57.774.198

9.4.3 Los Gastos de Comercialización y Ventas

9.4.3.1 Gastos de Personal y su Proyección

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	86.977.471	92.836.490	99.090.189	105.765.151	112.889.756
Nómina Ventas y Comercial	85.624.981	91.392.894	97.549.348	104.120.516	111.134.334
Nómina Producción	0	0	0	0	0
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	172.602.452	184.229.384	196.639.536	209.885.667	224.024.090

9.4.3.2 Gastos Generales de Comercialización y Ventas

PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DE AREA COMERCIAL (VENTAS) PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA COMERCIAL (MERCADERO Y VENTAS)	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	900.000	30,00%	3.240.000	3.401.975	3.572.048	3.750.623	3.938.125
Servicios publicos	200.000	50,00%	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Arrendamientos	4.500.000	50,00%	27.000.000	27.000.000	27.000.000	27.000.000	27.000.000
Servicios de vigilancia	0	0,00%	0	0	0	0	0
Copias, fotocopias	50.000	30,00%	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Servicio de cafeteria y casino	0	0,00%	0	0	0	0	0
Servicios temporales	0	0,00%	0	0	0	0	0
Servicio generales: Aseo y varios	280.000	50,00%	1.680.000	1.680.000	1.680.000	1.680.000	1.680.000
Servicio de telefonía e internet	109.000	40,00%	523.200	523.200	523.200	523.200	523.200
Gastos Legales	300.000	40,00%	1.440.000	1.440.000	1.440.000	1.440.000	1.440.000
Mantenimiento y Reparaciones	1.000.000	70,00%	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000
Papelería y utiles de oficina	150.000	50,00%	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
Transportes y Fletes	0	0,00%	0	0	0	0	0
Depreciación de Activos	207.833	50,00%	1.247.000	1.247.000	1.247.000	1.247.000	1.247.000
Amortización Diferidos	152.000	20,00%	364.800	364.800	364.800	364.800	364.800
Diversos y otros gastos generales	0	0,00%	0	0	0	0	0
PRESUPUESTO MENSUAL	7.848.833		46.175.000	46.336.975	46.507.048	46.685.623	46.873.125

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 Operaciones	1.500.000	200.000	1.700.000	371.110	382.500	2.453.610	29.443.320
Coordinador Logístico	1.423.500	200.000	1.623.500	354.410	362.993	2.340.903	28.090.831
Auxiliar Logístico	1.423.500	200.000	1.623.500	354.410	362.993	2.340.903	28.090.831
			0	0	0	0	0
TOTAL	4.347.000	600.000	4.947.000	1.079.930	1.108.485	7.135.415	85.624.981

9.4.3.3 Los Gastos del Proceso Exportador

Este cuadro está relacionado con los COSTOS DE LA EXPORTACION. Se toma el costo total de la exportación y se divide por el numero o cantidad de producto exportable para tener un costo por unidad.

También se evidencias la matriz de costos de exportación de los productos, embalaje, flete, seguros y demás gastos que se puedan generar al momento de exportar.

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
	1344	5	97500000	105192479	113491872	122446065	132106719
Gastos del Proceso Exportador (Costos de la Exportación)			6.500	6.679	6.863	7.052	7.246
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			2,75%	2,75%	2,75%	2,75%	2,75%

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I	PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial	Palmitos En Conserva
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	20.01.90
		POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	20.01.90
	III	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	FRASCO
	IV	VALOR POR UNIDAD COMERCIAL	18,00
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	V	TIPO DE EMPAQUE	Frasco de Vidrio
		DIMENSIONES DEL EMPAQUE m	12 Cm x 7 Cm x 7 Cm
	VI	ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	Alfonso Bonilla Aragon
	VII	DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	Aeropuerto Internacional Southwest Florida
	VIII	PESO TOTAL KG/TON	820
	IX	UNIDAD DE CARGA	2 PALLETS
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	X	UNIDADES COMERCIALES	1344
	XI	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	120
	XII	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	FCA
	XIII	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	PAGO DE CONTADO
	XIV	TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	\$ 4.300

CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN			AÉREO		
			Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)
PAIS EXPORTADOR	EMPAQUE		100,000	134.400,00	
	EMBALAJE		0,131	176,00	
	VALOR EXW		118,131	158.768,00	
	Costos Directos				
	UNITARIZACIÓN		74,405	100.000,00	
	MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR		0,000		
	DOCUMENTACIÓN		111,607	150.000,00	
	TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)		208,333	280.000,00	
	ALMACENAMIENTO INTERMEDIO		0,000		
	MANIPULEO PREEMBARQUE		148,810	200.000,00	
	MANIPULEO EMBARQUE		111,607	150.000,00	
	BANCARIO		0,000		
	AGENTES		223,214	300.000,00	
	Costos Indirectos				
	ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto		0,000	-	
	CAPITAL-INVENTARIO		0,000	-	
	SEGURO***			8.701,99	
	COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR		884,451	1.188.701,99	
	VALOR : FCA.No Incluye Embarque		890,975	1.197.469,99	-
	VALOR : FAS No Incluye Embarque			N/A	
	VALOR : FOB			N/A	
TRÁNSITO INTERNACIONAL	TRANSPORTE INTERNACIONAL		5.491,071	7.380.000,00	
	VALOR CFR			N/A	
	VALOR CPT		6.382,046	8.577.469,99	0,00
	SEGURO INTERNACIONAL		22,315	29.990,69	
	VALOR CIF			N/A	
	VALOR CIP		6.404,361	8.607.460,68	0,00
	MANIPULEO DE DESEMBARQUE		0,000	-	
	Costos indirectos				
	CAPITAL-INVENTARIO		0,000		
	COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL		6.397,837	8.598.692,68	
	VALOR DAP** No Incluye Desembarque			N/A	
PAIS IMPORTADOR	VALOR DAT		6.404,361	8.607.460,68	0,00
	TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR		0,000		
	ALMACENAMIENTO		0,000		
	VALOR DAP***		6.404,361	8.607.460,68	-
	DOCUMENTACION		0,000		
	ADUANEROS (IMPUESTOS)		0,000		
	AGENTES		0,000		
	BANCARIO		0,000		
	Costos indirectos				
	CAPITAL-INVENTARIO		0,000		
	SEGURO				
	COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR		6.397,837	8.598.692,68	
	VALOR DDP TOTAL		6.404,361	8.607.460,68	-

Última Actualización: Marzo 2015					
Fuente: PROCOLOMBIA					
			COSTO TOTAL DE LA EXPORTACION	8598544,84	
			UNIDADES EXPORTADAS	1344	
			COSTO POR UNIDAD EXPORTADA	6397,72682	

9.5 Los Ingresos y su Proyección

PROYECCION DE LOS INGRESOS (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
	1344	5	532224000	574219199,1	619528034,4	674777797,1	741888291,6
PRECIO UNITARIO DE VENTA			79.200	81.380	83.621	85.923	88.288
INDICADOR DE VARIACION DEL PRECIO DE EXPORTACION			2,75%	2,75%	2,75%	2,75%	2,75%

9.6 El Estado de Resultados y su Proyección

COMERCIALIZADORA NAYU SAS					
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	532224000	574219199,1	619528034,4	674777797,1	741888291,6
TOTAL INGRESOS	532224000	574219199,1	619528034,4	674777797,1	741888291,6
COSTO DE VENTAS					
Costo de la Mercancía vendida	100800000	111131185,8	122521234,8	136365135,3	153205107,1
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	100800000	111131185,8	122521234,8	136365135,3	153205107,1
UTILIDAD BRUTA	431424000	463088013,2	497006799,6	538412661,8	588683184,5
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION					
Gastos de Personal de Administración	86.977.471	92.836.490	99.090.189	105.765.151	112.889.756
Gastos Generales de Administración	48.011.000	50.276.182	52.654.620	55.151.977	57.774.198
GASTOS GENERALES DE VENTAS					
Gastos de Personal de Ventas y Comercial	85.624.981	91.392.894	97.549.348	104.120.516	111.134.334
Gastos Generales de Ventas	46.175.000	46.336.975	46.507.048	46.685.623	46.873.125
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES	266.788.452	280.842.541	295.801.204	311.723.266	328.671.414
UTILIDAD OPERACIONAL	164.635.548	182.245.472	201.205.596	226.689.395	260.011.771
Provisión Impuesto de Renta 35%	57622441,87	63785915,14	70421958,48	79341288,36	91004119,84
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	107.013.106	118.459.557	130.783.637	147.348.107	169.007.651
Reserva Legal	10701310,63	11845955,67	13078363,72	14734810,7	16900765,11
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS	96.311.796	106.613.601	117.705.273	132.613.296	152.106.886

9.7 El Flujo Neto de Efectivo

COMERCIALIZADORA NAYU SAS						
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		532224000	574219199,1	619528034,4	674777797,1	741888291,6
TOTAL INGRESOS		532224000	574219199,1	619528034,4	674777797,1	741888291,6
COSTO DE VENTAS						
Costo de la Mercancía vendida		100800000	111131185,8	122521234,8	136365135,3	153205107,1
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		100800000	111131185,8	122521234,8	136365135,3	153205107,1
UTILIDAD BRUTA		431424000	463088013,2	497006799,6	538412661,8	588683184,5
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION						
Gastos de Personal de Administración		86.977.471	92.836.490	99.090.189	105.765.151	112.889.756
Gastos Generales de Administración		48.011.000	50.276.182	52.654.620	55.151.977	57.774.198
GASTOS GENERALES DE VENTAS						
Gastos de Personal de Ventas y Comercial		85.624.981	91.392.894	97.549.348	104.120.516	111.134.334
Gastos Generales de Ventas		46.175.000	46.336.975	46.507.048	46.685.623	46.873.125
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES		266.788.452	280.842.541	295.801.204	311.723.266	328.671.414
UTILIDAD OPERACIONAL		164.635.548	182.245.472	201.205.596	226.689.395	260.011.771
Provisión Impuesto de Renta 35%		57.622.442	63.785.915	70.421.958	79.341.288	91.004.120
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		107.013.106	118.459.557	130.783.637	147.348.107	169.007.651
Reserva Legal		10.701.311	11.845.956	13.078.364	14.734.811	16.900.765
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS		96.311.796	106.613.601	117.705.273	132.613.296	152.106.886
GASTOS NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación de Activos		2.494.000	2.494.000	2.494.000	2.494.000	2.494.000
Amortización Diferidos		1.824.000	1.824.000	1.824.000	1.824.000	1.824.000
INVERSIONES PRELIMINARES						
Gastos Preoperativos	9.120.000					
Inversiones Fijas	12.470.000					
Capital de Trabajo	49.528.500					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	71.118.500	100629795,7	110931601	122023273,5	136931296,3	156424886

9.8 El Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno

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	-71.118.500	100.629.796	110.931.601	122.023.273	136.931.296	156.424.886
Coefficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1,000000	1,080000	1,166400	1,259712	1,360489	1,469328
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-71.118.500	93.175.737	95.105.968	96.866.009	100.648.591	106.460.149
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados	421.137.953					

TASA INTERNA DE RETORNO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO	149,58%					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-71.118.500	100.629.796	110.931.601	122.023.273	136.931.296	156.424.886
Coefficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1,000000	2,495800	6,229018	15,546382	38,800661	96,838689
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-71.118.500	40.319.655	17.808.844	7.848.982	3.529.097	1.615.314
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados	3.392					

10. Conclusiones

La información obtenida en la investigación de mercados permite comprender el comportamiento de los posibles clientes, la competencia y proveedores potenciales, procurando así, establecer de mejor manera el producto en el mercado extranjero.

Para la adecuada presentación, manejo y mejor Calidad del producto es necesario que Los Palmitos manejen su presentación en Vidrio esto con el fin de ser comercializados como conservas, debido a que aporta al cuidado del medio ambiente debido ya que el frasco puede ser reciclado, cuida la salud de los consumidores y garantiza las propiedades y vitaminas del alimento.

La siembra de Cultivos es un factor muy importante que se debe tener en cuenta, debido a que puede incurrir en una explotación de palmitos, es decir, extraer más de la cantidad diaria permitida, genera catástrofes ambientales graves en la zona o territorio, es por eso por lo que se deben tomar técnicas legales o realizar por parte de la empresa planes de manejo forestal que ayuden y favorezcan al medio ambiente en el aprovechamiento de los recursos.

Para el logro y adecuado manejo de la exportación es muy importante conocer, contar con un adecuado manejo y cumplir con los requisitos, deberes y obligaciones que imponen las normas y leyes que reglamentan los procesos logísticos y aduaneros en Colombia. Esto con el fin de evitar multas y sanciones por parte del Estado otro fin es llevar a cabo la operación sin retrasos o demoras por falta de conocimiento o transmisión de la información. Además, se evidencio que para exportar alimentos en conservas desde Colombia se requiere de una serie de documentos y requisitos con el objetivo de proteger al consumidor final y lograr la correcta comercialización aquí y en otros países.

11. Recomendaciones

Establecidas las conclusiones de este trabajo Investigativo se recomienda:

Realizar más investigaciones de mercados que permita hallar futuros clientes o mercados potenciales internacionalmente, además que permita visualizar los países o empresas competitivas del mercado.

Se recomienda que para este producto en especial continuar con la presentación en frascos de vidrio, pero además sin dejar a un lado la innovación y creatividad de permitir conocer los Palmitos en nuevas Fórmulas o presentaciones saludables al consumidor, que puedan permitir más su comercialización y consumo.

El factor medioambiental es muy importante por lo que recomendamos realizar estudios más avanzados que logren identificar el estado real del subsuelo donde se cultivan los Palmitos para evitar a largo plazo daños medioambientales.

Por últimos tener en cuenta que al momento de realizar una exportación o importación se debe contar con la experiencia de ello, en caso tal de no tenerla se recomienda realizar el proceso con Expertos, agencia de Aduanas u Operador autorizado que se encargue de llevar a cabo la operación sin retrasos y sobrecostos logrando así una primera exportación Exitosa.

12. Bibliografía

- Chaves, J. C. (2018, July 10). *En el Putumayo, el asaí y el palmito quieren ganarle la guerra a la coca*. Cerosetenta. <https://cerosetenta.uniandes.edu.co/coca-asai-palmito-putumayo/>
- Agronegocios. (n.d.). *CorpoCampo lleva el açaí colombiano desde Estados Unidos hasta el Líbano*. AGRONEGOCIOS. Retrieved March 13, 2024, from <https://www.agronegocios.co/agricultura/corpocampo-lleva-el-acai-colombiano-desde-estados-unidos-hasta-el-libano-2768012>
- Roskaritz, A. (2024, February 28). *Qué es el palmito. Un ingrediente exótico y saludable para ensaladas*. Animal Gourmet. <https://www.animalgourmet.com/2024/02/28/que-es-el-palmito-un-ingrediente-exotico-y-super-saludable-para-tus-ensaladas/>
- *Palmito*. (n.d.). Procolombia.co. Retrieved March 13, 2024, from <https://b2bmarketplace.procolombia.co/es/alimentos/frutas-y-hortalizas-procesadas/palmito-4367>
- Agronegocios. (n.d.). “Con más de 600 productores, Putumayo tendrá una ruta turística de cultivo del asaí.” AGRONEGOCIOS. Retrieved March 13, 2024, from <https://www.agronegocios.co/agricultura/con-mas-de-600-productores-putumayo-tendra-una-ruta-turistica-de-cultivo-del-asai-3171661>
- Suárez, E. (2023, April 10). Tipos de investigación y su clasificación. *Experto Universitario*. <https://expertouniversitario.es/blog/tipos-de-investigacion/>
- Barrios, L. X. (2021, December 16). *Ley de Oferta y Demanda: Así Funciona*. Arkangeles.com; Arkangeles. <https://www.arkangeles.com/blog/ley-de-oferta-y-demanda>

- *Ventaja absoluta*. (n.d.). Prezi.com. Retrieved March 13, 2024, from <https://prezi.com/p/hy72rijpcsg/ventaja-absoluta/>
- Alonso, M. (2022, November 18). *Qué son las 5 fuerzas de Porter y cómo analizarlas*. Asana. <https://asana.com/es/resources/porters-five-forces>
- Suárez, E. (2023, April 10). Tipos de investigación y su clasificación. *Experto Universitario*. <https://expertouniversitario.es/blog/tipos-de-investigacion/>
- (N.d.). Retrieved March 13, 2024, from http://file:///C:/Users/cohyual/Downloads/CEDE%C3%91O%20FERRUZOLA%20KARLA%20YHANINA_240313_064846.pdf
- (N.d.-b). Retrieved March 13, 2024, from <http://file:///C:/Users/cohyual/Downloads/PALMITOS%20INICIO.pdf>
- MantillaSeguir, A. C. (s/f). *Teoria de la regulacion economia pública*. SlideShare. Recuperado el 10 de abril de 2024, de <https://es.slideshare.net/AbrahamCachayMantilla/teoria-de-la-regulacion-economia-publica>
- *Michael E. Porter*. (2015, mayo 19). BCC Speakers. <https://grupobcc.com/co/speakers/michael-e-porter/>
- Económica, V. (2021, diciembre 18). *Biografía del economista Michael E. Porter*. Verdad Económica. <https://verdadeconomica.com/biografia-del-economista-michael-e-porter/>
- Arias, A. S. (2015, octubre 5). *Adam Smith*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/adam-smith.html>
- Utel, I. (2013, agosto 9). *Ley de la oferta y demanda: en qué se basa*. BLOG | Utel. <https://utel.mx/blog/10-consejos-para/ley-de-la-oferta-y-demanda/>
- López, M. F. (1997). *Íconos Revista de Ciencias Sociales*. <https://iconos.flacsoandes.edu.ec/index.php/iconos/article/view/3735/2896>

- Robert Boyer. (s/f). Com.ar. Recuperado el 10 de abril de 2024, de <https://editorialoctubre.com.ar/team/robert-boyer/>
- Boyer, R. (1992). *La teoría de la regulación: un análisis crítico*.
- Fuentes de información: qué son y cuántos tipos hay. (2023, mayo 19). *Aprobare*.
<https://aprobare.es/otros/fuentes-de-informacion/>
- *Las 5 fuerzas de porter ¿Qué son y para qué sirven?* (2021, septiembre 6).
Simla.com; Simla.com. <https://www.simla.com/blog/las-5-fuerzas-de-porter>
- *Teoría clásica de la ventaja absoluta*. (s/f). Prezi.com. Recuperado el 21 de mayo de 2024, de <https://prezi.com/y5sbjaqiike2/teoria-clasica-de-la-ventaja-absoluta/>
- *La teoría de la regulación*. (s/f). Prezi.com. Recuperado el 21 de mayo de 2024, de https://prezi.com/nbkaqdsc_otw/la-teoria-de-la-regulacion/
- MantillaSeguir, A. C. (s/f). *Teoría de la regulación economía pública*. SlideShare.
Recuperado el 21 de mayo de 2024, de <https://es.slideshare.net/AbrahamCachayMantilla/teoria-de-la-regulacion-economia-publica>
- *Regulación Económica*. (s/f). Scribd. Recuperado el 21 de mayo de 2024, de <https://es.scribd.com/presentation/424076366/regulacion-economica>
- *Introducción a la Investigación: guía interactiva*. (s/f). [Www.Uv.Mx](http://www.uv.mx).
Recuperado el 23 de mayo de 2024, de <https://www.uv.mx/apps/bdh/investigacion/unidad1/investigacion-tipos.html>
- Muguiru, A. (2015, noviembre 18). *Tipos de investigación y sus características*.
QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-investigacion-de-mercados/>

- De la investigación, •. Las Fuentes. (s/f). *Investigación: marcos, conceptos y herramientas*. Wordpress.com. Recuperado el 23 de mayo de 2024, de <https://materiainvestigacion.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/05/clase7-caivano.pdf>
- Gutiérrez, J. M. (2021, mayo 29). *RESUMEN: TIPOS DE MUESTREO*. Todo Econometría y ciencia de datos. <https://todoeconometria.com/muestreo/>
- *Tipos y métodos de investigación*. (s/f). SlideShare. Recuperado el 27 de mayo de 2024, de <https://es.slideshare.net/slideshow/tipos-y-mtodos-de-investigacin/65676261>
- *Métodos de Investigación - Concepto, función y ejemplos*. (s/f). Recuperado el 22 de agosto de 2024, de <https://concepto.de/metodos-de-investigacion/>
- *Método Analítico - Concepto, características y ejemplos*. (s/f). Recuperado el 22 de agosto de 2024, de <https://concepto.de/metodo-analitico/>
- de Felipe Osorio, E. C. F. B. en el E. D. y. R. de P. P. M. la C. del S. A. C. E. P. el C. P. de C. P. J. L. y. L. E. S. A. L. C., Mejía, R., de la SAC y Ricardo Sánchez, E., & de la SAC., S. G. (s/f). *Competitividad del sector agropecuario colombiano*. Com.co. Recuperado el 29 de agosto de 2024, de <https://compite.com.co/wp-content/uploads/2017/05/208Agro.pdf>
- *No title*. (s/f). Treid.co. Recuperado el 29 de agosto de 2024, de <https://www.treid.co/post/exportaciones-de-palmitos-en-2020-y-2021>
- Procomer, P. P. (2016, septiembre 5). *Descubra las tendencias de consumo de palmito en Estados Unidos*. Procomer Costa Rica. https://www.procomer.com/alertas_comerciales/descubra-las-tendencias-de-consumo-de-palmito-en-estados-unidos/
- Desarrollo tecnológico en Colombia como motor de transformación. (2023, septiembre 1). Cidei. <https://cidei.net/desarrollo-tecnologico-en-colombia/>