Estudio De Factibilidad Para La importación De Atunes En Aceite Desde Quito, Ecuador Hasta Santiago De Cali

Autores:

Moly Yareth Azcarate Vega

Lesly Solanlly Losada Alvarez

Intenalco Instituto Técnico Nacional Simón Rodríguez Educación Superior

Santiago De Cali,

Valle Del Cauca

Año 2024

Estudio De Factibilidad Para La importación De Atunes En Aceite Desde Quito, Ecuador Hasta Santiago De Cali

Autores: Lesly Solanlly Losada Alvarez, Moly Yareth Azcarate Vega.

Docente: Harrinson Sánchez

Área: TRABAJO DE GRADO.

Instituto Técnico Nacional De Comercio "Simón Rodríguez"
Intenalco Educación Superior
Tecnología en Gestión de Comercio Exterior

Cali, Valle del Cauca -Colombia

Año 2024

CARTA DE AGREDECIMIENTOS

Por medio de la presente, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido parte fundamental en la realización de mi trabajo de grado titulado Este logro no habría sido posible sin el apoyo y la orientación brindada a lo largo de este proceso.

En primer lugar, me gustaría agradecer profundamente a **William Sánchez**, mi director de tesis, por su dedicación, paciencia y conocimiento, que fueron clave para la consecución de este proyecto. Su guía constante y valiosos consejos fueron esenciales para mi crecimiento académico y profesional.

Quiero extender mi gratitud a mis **familiares, amigos, compañeros de clase,** por su amor, paciencia y comprensión durante todo este proceso. Su aliento me permitió superar los obstáculos y mantenerme enfocado en mis objetivos.

Finalmente, a todos aquellos que, de alguna manera, contribuyeron con su apoyo y conocimientos, mi más sincero agradecimiento. Este trabajo no solo es el resultado de mi esfuerzo, sino también del respaldo de todas las personas mencionadas.

Con gratitud,
MOLY AZCARATE Y LESLY SOLANLLY

Tabla de contenido

0. INTRODUCCIÓN 8
. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 9
0.1 Identificación del problema 9
1.2 Formulación del problema: 9
1.03 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA 9
Descripción del problema 11
2 OBJETIVOS 14
2.1 OBJETIVOS GENERALES 14
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 14
3 JUSTIFICACIÓN 15
3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA 15
3.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA 17
3.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA 18
4. MARCO DE REFERENCIA 19
4 .1 MARCO TEÓRICO 21
4.2 MARCO CONCEPTUAL: 25
4.4 MARCO LEGAL 28
4.5 MARCO TEMPORAL 31
5. DISEÑO METODOLÓGICO 32
5.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN 34
5.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN 35
6. ESTUDIO DE MERCADO. 40
6.1 Análisis del sector. 40
6.1.1 El sector importador ecuatoriano: 40
6.1.3 ANÁLISIS DOFA 41
6.2 INTELIGENCIA DE MERCADOS 47
6.2.1 POSIBLES MERCADOS PARA IMPORTACIÓN DE ATUNES 47
6.2.4 EL PAÍS SELECCIONADO 57
6.País Seleccionado (de origen) 59
6.2.3.1 Entorno Político 59

6.2.3.2Entorno Demográfico 59
6.2.3.3Entorno Social 60
6.2.3.4 Entorno Cultural 60
6.2.3.5 Entorno Ambiental 61
6.3 PRODUCTO 62
6.3.1 Portafolio de Productos 62
6.3.2 Generalidades y/o características del producto a exportar 62
6.4 El Mercado Proveedor 64
6.5 El Mercado Potencial Objetivo 64
6.5.2 Tendencias y comportamiento del consumo en el país de destino 64
6.5.3 Requisitos del consumidor del País de destino 66
6.6 El Mercado Competidor 67
6.6.1 Países exportadores del producto 67
6.6.2 Procedencia del producto en el país de destino 68
6.6.3 Los precios internacionales del producto 69
6.7 El Canal de Distribución 70
6.8 Estrategias de Mercadeo y Ventas 71
6.9. El Estudio Técnico 71
7.1 Localización del Proyecto 72
7.1.1 Macro Localización 72
7.1.2 Micro Localización 73
7.1.3 La Planta Física 73
7.2.1 Ficha Técnica del Producto 74
7.2.2 Capacidad de Producción y/o Comercialización por unidad de Tiempo 76
7.2.3 Unidad de Empaque y etiquetado para la importación. 77
7.3 La Unidad Empresarial Importadora de Atún 78
7.3.1 Tipo de Sociedad 78
7.3.3 Misión y Visión Empresarial 79
7.3.4 Principios y Valores 79
7.3.5 Políticas de Empresa 79
7.3.6 Organigrama Empresarial 80
7.3.8 Perfiles y Funciones del Personal 81
8.El Plan importador 84

8.1 Régimen de importación 84
8.2 Trámites del Proceso importación..... 84
8.2.1 Posición Arancelaria Capítulo – Partida arancelaria – Subpartida arancelaria 84
– Posición arancelaria 84
8.2.2 Permisos Previos y/o Vistos Buenos..... 86
8.2.3 Términos de Negociación 87
8.2.4 Agente de Carga y/o Tipo de Transporte 88
8.2.5 Medio de Pago 89
8.2 El Proceso General de una Importación:..... 90
Documentación 92
9. El Estudio Económico y Financiero..... 97
9.1 Las Inversiones Preliminares 97
9.1.1 Los Gastos Pre Operativos..... 98
9.1.2 Las Inversiones Fijas..... 100
9.1.3 El Capital de Trabajo 101
9.1.4 La Composición del Capital..... 102
9.3 La Producción y Los Costos Operacionales 104
9.3.1 La Producción importación..... 105
9.3.2 Los Costos de Producción..... 105
9.3.2.1 Costos Directos 105
9.3.2.2 Costos de Personal 106
9.3.2.3 Gastos Generales de Producción..... 108
9.4 Los Gastos Generales..... 108
9.4.1 La Distribución de los Gastos Comunes 108
9.4.2 Los Gastos de Administración 109
9.4.2.1 Gastos de Personal y su Proyección..... 109
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..... 112
9.4.3.3 Los Gastos del Proceso Importacion..... 113
9.5 Los Ingresos y su Proyección 115

9.6 El Estado de Resultados y su Proyección 116
9.7 Balance..... 117
9.8 Valor neto..... 118
Rentabilidad del Proyecto:..... 119
Cálculo del Punto de Equilibrio:..... 119
CONCLUSIONES..... 120
RECOMENDACIONES..... 122

0. INTRODUCCIÓN

La globalización y la expansión del mercado han hecho que el comercio internacional de alimentos sea importante para el crecimiento económico. La industria del atún es unsector clave en América Latina, particularmente en lo querespecta a lasimportaciones de Ecuadora Colombia. Este estudioexamina los factores que afectan este comercio, incluidosla economía, la logística y las regulaciones.

Ecuador conocido a nivel mundial como primer productor y exportador deatún. El país construyó un sector pesquero fuerte yeficaz, respaldadopor métodos sosteniblesy tecnología moderna. Por otro lado, Colombia, con un mercado interno en constante crecimiento y una demanda creciente de productos marinos, presenta una oportunidad atractiva para la importación de atunes ecuatorianos.

Este trabajo tiene como objetivo examinar las dinámicas del comercio de atunes entre estos dos países, identificando los principales actores involucrados, las rutas comerciales más eficientes y los desafíos que enfrentan las empresas importadoras. Asimismo, se evaluará el impacto de los acuerdos comerciales y las políticas aduaneras vigentes en ambos países, así como las tendencias de consumo y las preferencias del mercado colombiano.

. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

.

0.1 Identificación del problema

Cuando hablamos geográficamente Cali no está cerca de la costa y la mayor población pertenece al pacífico, eso impide que tenga una accesibilidad al producto de buena calidad y ricos en proteína donde se da la oportunidad de traer atún de otras partes para satisfacer la necesidad y ofrecer un producto asequible y de buena calidad. Se presento la oportunidad de importar atún desde Ecuador hasta Colombia.

1.2 Formulación del problema:

¿QUÉ ELEMENTOS SE DEBEN DE ESTUDIAR PARA LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UNA IMPORTACIÓN DE ATUNES EN ACEITE DESDE QUITO, ECUADOR HASTA SANTIAGO DE CALI, ¿COLOMBIA

1.03 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué características tiene el empacar, embalar y transportar, al momento de introducir latas de atún Isabel al mercado de Cali?

¿Qué procedimiento se debe realizar para entender los elementos administrativos que se necesitan para la importación de latas de atún Isabel desde ecuador hasta Santiago de Cali? ¿Cuáles son los requisitos legales y normativos para importar atún desde ecuador hacia Santiago de Cali Colombia?

¿Qué estudio ambiental y social se deben diseñar para que no afecte al medio ambiente en la importación de atunes desde ecuador hacia Santiago de Cali?

¿Cómo desarrollar un estudio económico y financiero para garantizar la factibilidad de importación desde Ecuador, hacia Santiago de Cali- Colombia?

¿Cómo Mencionar los pasos a seguir para la identificación de factores administrativos y en la infraestructura legal necesarios para la importación de atún de ecuador– hacia Santiago de Cali – Colombia?

¿Qué estrategias de marketing son más efectivas para llegar a los consumidores de atún en Cali?

¿Cuáles son las rutas de transporte más eficientes desde Ecuador hasta los puntos de venta en Cali

¿Cuáles son los proveedores de atún en Ecuador que cumplen con los estándares de calidad y sostenibilidad?

¿Qué tipo de embalaje es más amigable con el medio ambiente?

¿Cuáles son los precios de venta competitivos en el mercado de Cali?

Descripción del problema

Existe una demanda insatisfecha del producto que no cumple con la perspectiva del cliente ya que, los clientes de la ciudad de Cali, se encuentran inconformes por la calidad y el precio, para la población en el cual se resuelve la oportunidad de traer un producto que puede cumplir la satisfacción del cliente, que es un precio más bajo, además de la sobrepesca y la falta de regulaciones adecuadas están dejando un impacto negativo ya que en la región se requiere de medidas urgentes para proteger ecosistemas y asegura un futuro sostenible para las comunidades costeras.

La falta de coordinación de entidades nacionales, regionales y locales hacen muy operación de las empresas ya que no se sienten respaldados por una entidad, Colombia sufre limitaciones en la oferta local ya que la producción no es suficiente para abastecer todo un mercado en su totalidad, puede existir varias limitaciones sea climáticas, geográficas o problemas logísticos. en el cual afecta a las empresas ya que no cumplen con la atención al cliente, la falta de competencia en el mercado, ya que las empresas colombianas a no tener dicha presión no se enfocan en innovar, ni tratar de mejorar su producto, por lo cual afecta

consumidor caleño, también afecta a su bolsillo porque cuando los productos son hechos con mano de obra local se aumenta la producción nacional.

De acuerdo con datos Pro-Ecuador, durante 2021 Ecuador exportó a Colombia 9.887 toneladas de camarón, por US$50 millones, y durante el primer semestre del presente año, exportó 5.862 toneladas de este marisco por US$31 millones. Así mismo, en 2021, Colombia importó desde su vecino 43.894 toneladas de atún por US$139 millones, y durante los primeros

seis meses de 2022, trajo 19.654 toneladas de ese mismo producto por US$71 millones. Esto fue en el año 2022 hasta hoy bajado la importación de atún por qué se han posicionado las empresas locales, por esa razón la calidad del producto a abajo y se ha producido la necesidad insatisfecha

CUADRO PRONÓSTICO

SINTOMAS	CAUSAS	PRONOSTICO	CONTROL DE PRONOSTICO
PRODUCTOS DE ATUN LOCALES DE BAJA CALIDAD	La mitad de la infraestructura donde fabrican los atunes locales se encuentra en una baja salubridad.	Alto ingreso a ingresar atunes importados a Colombia, y buena calidad	Importación para implementar atunes de una calidad y nutritivos en la industria alimentaria
ATUNES CON ALTOS PRECIOS	Al realizar estos productos con mano de obra local el costo se aumenta.	Atunes en buen precio pone una alta demanda	Es fundamental monitorear la sensibilidad de la demanda a los precios. Para ello, se deben considerar factores como la elasticidad de la demanda y la disponibilidad de productos sustitutos. Asimismo, se debe analizar el impacto de la pesca ilegal en la oferta y, por lo tanto, en los precios, ya que la demanda es alta si el precio es bueno
LA FALTA DE COMPETENCIA EN EL MERCADO Y POCA VARIEDAD	Las empresas no tienen competencia real. El producto no tiene innovación	Producto diferenciador e innovador en un mercado cerrado	La falta de competencia puede llevar a una oferta más estable, pero también a una menor innovación en productos y servicios.
PESCA ILEGAL	Motivacion para obtener ganancias sin seguir la normatividad	La pesca ilegal sin una regulacion adecuada, puede ocasionar la poca poblacion de atun, impactando negativamente los ecosistemas marinos.	Debido al factor de la pesca ilegal, se debe de tener muy en cuenta la sostenibilidad de la población de atún para realizar los pronosticos, ya que esto impactara directamente a la oferta del producto.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVOS GENERALES

Realizar un estudio de factibilidad para una importación de atunes en aceite desde Quito, Ecuador hasta Santiago de Cali, Colombia.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar un estudio de mercado en Cali para entender las preferencias de los consumidores y adaptar la oferta de atún a sus necesidades.

"Desarrollar un plan de logística que optimice el transporte, almacenamiento y distribución del atún, asegurando la frescura y calidad del producto desde Ecuador hasta los puntos de venta en Cali."
"Identificar y establecer relaciones con proveedores de atún en Ecuador que garanticen la calidad del producto y el cumplimiento de los estándares de sostenibilidad."

"Implementar prácticas de importación sostenibles que minimicen el impacto ambiental, incluyendo la selección de proveedores con pesca responsable y la optimización de rutas de transporte."

"Realizar un análisis detallado de costos y beneficios para asegurar que la importación de atún sea rentable, considerando precios de compra, transporte, aranceles y margen de ganancia, también incluye Obtener todos los permisos y certificaciones necesarios para la importación de atún, cumpliendo con las regulaciones sanitarias y aduaneras tanto de Ecuador como de Colombia."

3 JUSTIFICACIÓN

3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

La importancia de importar atún se respalda por varias razones fundamentales que impactan tanto a nivel empresarial como a la sociedad en general. Genera empleo en toda la cadena de suministro, desde la pesca y procesamiento hasta la distribución y venta minorista, contribuyendo significativamente al desarrollo económico. El atún desempeña un papel esencial en la seguridad alimentaria al ser una importante fuente de proteínas y ácidos grasos omega-3. Facilitar la importación de atún ayuda al crecimiento y sostenibilidad de la industria pesquera a nivel local y global, fomentando prácticas responsables y sostenibles en la pesca. Al asegurarse de que los productos importados de atún cumplan con altos estándares de calidad y sostenibilidad, la importación contribuye a la reputación positiva de la empresa y a la preservación de los recursos marinos. El impulso a la innovación y la eficiencia en la cadena de suministro beneficia a tanto a la empresa como a toda la industria, gracias a la mejora continua de los procesos de importación de atún.

David Ricardo: Según esta teoría, el comercio de atún puede ser beneficioso para ambos países si cada uno especializa en la producción de bienes en los que tenga ventaja comparativa, lo cual resultaría en un intercambio mutuamente provechoso

Michael Porter: Esta teoría habla sobre ver un país competitivo que se puedan beneficiar y diferenciar entre los demás, Los importadores colombianos podrían encontrar el atún ecuatoriano más atractivo que el de otros proveedores debido a esta ventaja competitiva.

Adam Smith habló sobre las ventajas absolutas, indicando que la base de esta teoría para el comercio entre dos países es que uno tenga una ventaja absoluta en la producción de ciertos bienes. En resumen, si un país puede producir un bien con menos trabajo del que usa o invierte otro país para producir ese mismo bien, entonces el primero

Merton Miller: Es importante reconocer la viabilidad financiera que tiene el Producto a importar desde Ecuador, este autor proporciona aspectos como estructura del capital, la gestión del riesgo financiero**.**

3.2 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

La necesidad de satisfacer con plenitud el consumo de atún colombiano ha aumentado de una manera creciente en los últimos años, alcanzando y superando la producción nacional, se encontró la obligación de importar atún y es necesario tener equilibrio entre la oferta y demanda.

Brinda a los consumidores un acceso de variedad más amplia de producto de atún en términos apariencia y precio, de igual manera Existe una dependencia de la producción nacional, ya que puede ser vulnerable a factores climáticos, enfermedades (sitos no adecuados para su producción y fabricación) entre otras.

Importar atún permite un acceso de diferentes especies de peces de atún que no se encuentran en aguas colombianas, es un producto que se utiliza como materia prima como conservas, ensaladas entre otras, nos permite reducir el riesgo de escasez y garantiza un suministro continuo.

El Instituto Simón Rodríguez, muy preparado, creó un ambiente de aprendizaje que ayudó en la realización de este proyecto. Los alumnos contaron con diversos recursos y recibieron ayuda específica en todas las fases del proceso. Los estudiantes pudieron convertir una idea en una propuesta de negocio viable y con potencial gracias al apoyo recibido.

3.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

El presente trabajo se centrará en un tipo de investigación descriptivo con enfoques multi metódicos tales como:

Enfoque cuantitativo

El tipo de investigación será descriptiva

Método inductivo

Método deductivo

Debido a que se realizaron diferentes tipos de estudio que cuentan con sus propias herramientas, técnicas y métodos para su resolución.

Se realizará un estudio completo de la historia disponible sobre el mercado global, la manera que se tomará la información sería mediante el análisis dofa de la competencia. Para reconocer cuales son las debilidades y fortalezas de la empresa para así mejorar, conocer las oportunidades y amenazas.

También examinar los estudios de los casos de empresas que han tenido éxito y tener en cuenta las estrategias para ponerlas en práctica, la presentación de los resultados se hará mediante un informe final que tenga todos los resultados del estudio global.

Las fuentes que se utilizarán para obtener información se dividen en dos partes las primarias son como pro Colombia, base de datos, gubernamentales, omec entre otras, y las fuentes secundarias Serían como tesis (que van en el marco de referencia)

4. MARCO DE REFERENCIA

Antecedentes de investigación:

Los estudiantes universitarios utilizarán estas referencias como parte esencial para llevar a cabo el proyecto de atunes, con el fin de tener una mejor comprensión y visión para su realización.

En 2021, Kevin Brito Escobar y Jaime Burzaco diseñaron un plan de importación de atún rallado para el municipio de Magdalena. Uno de los objetivos principales fue analizar el mercado internacional y encontrar proveedores que ofrecieran precios competitivos en comparación con el mercado global.

Durante la pandemia, se analizó la situación financiera actual de la empresa Quilla Import. Se buscaron oportunidades de negocio en el mercado nacional con potencial de generar ventas significativas para la empresa Quilla. Es fundamental para la investigación conocer los procesos que los autores utilizaron para identificar y aplicar las ideas en el proyecto.

El estudio realizado por Valentina Rojas en 2019 sobre la viabilidad de importar atún destaca la importancia de reconocer las condiciones del mercado que regulan esta transacción. El enfoque en la calidad y el precio facilita información relevante para futuras investigaciones sobre importaciones y exportaciones de atún.

CONCLUSIONES: Los atunes, al ser muy populares, tienen mucha demanda y oferta en el mercado. Esto resulta en precios variados, dependiendo de la calidad, presentación y marca del producto. Así, personas de distintos niveles socioeconómicos pueden encontrar opciones que se ajusten a sus necesidades y presupuesto.

Caracterización y análisis de la competitividad de la industria atunera colombiana en el marco de la ley de preferencias arancelaria también es necesario conocer la regulación con el producto estos autores Gustavo Berasategui Espínola Gerardo uno de los objetivos que se llamó tiene relación. determinar el nivel de competitividad de la industria atunera colombiana enmarcada en la normatividad vigente contemplada en la ley de preferencias arancelarias, ya que el país productor tiene tratado libre con el de país de importación entonces es necesario conocer estas regulaciones.

Conclusión del autor: Las especificaciones técnicas y normas de origen que tiene que cumplir el atún beneficiado con la ley atpdea son las siguientes: el atún debe estar empacado al vacío en bolsas de aluminio u otro tipo de envase flexible, deber ser pescado en embarcaciones de los estados unidos o en embarcaciones de países beneficiarios del atpdea, mínimo el 75% de la tripulación, el capitán y los oficiales deben ser de un país beneficiario, el 50% del capital de la compañía debe ser de nacionales o de organismos estatales de un país beneficiario.

4 .1 MARCO TEÓRICO

En el siguiente marco teórico se encuentran los autores el cual se van a tomar para llevar a cabo esta investigación y tener una mejor comprensión del mercado.

1. Michael Porter: Análisis Competitivo y Estrategia de Negociación

- **Aplicación**:
  - **Cinco Fuerzas Competitivas**:

    Realiza un análisis profundo de las cinco fuerzas de Porter (amenaza de nuevos competidores, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los compradores, amenaza de productos [1] sustitutos, rivalidad entre competidores) en el mercado de importación de atún en Cali.

  - **Negociación con Proveedores**:

    Evalúa el poder de negociación de tus proveedores en Ecuador. Si son pocos y controlan gran parte del suministro, busca establecer relaciones a largo plazo y diversificar tus fuentes de suministro.

    Utiliza esta información para negociar precios competitivos y condiciones favorables.

- **Satisfacción del Cliente**:

  Analiza las necesidades y preferencias de los consumidores en Cali.

  Diferencia tu producto ofreciendo atún de alta calidad, con certificaciones de sostenibilidad o presentaciones innovadoras.

  Establece canales de distribución eficientes para llegar a tus clientes de manera oportuna.

2. Adam Smith: Eficiencia y División del Trabajo

- **Aplicación**:
  - **División del Trabajo**:

    Organiza tus procesos de importación y distribución de manera eficiente, asignando tareas específicas a cada miembro de tu equipo.

    Esto puede incluir la especialización en áreas como la gestión de documentos, la logística, el control de calidad y las ventas.

    Al dividir el trabajo, puedes aumentar la productividad y reducir los costos operativos.

  - **Optimización de Procesos**:

    Analiza cada etapa del proceso de importación para identificar posibles cuellos de botella y oportunidades de mejora.

Implementa tecnologías y sistemas de gestión que te permitan optimizar tus operaciones y reducir los tiempos de entrega

3. David Ricardo: Ventaja Comparativa y Comercio Internacional

- **Aplicación**:
  - **Ventaja Comparativa**:

    Reconoce que Ecuador tiene una ventaja comparativa en la producción y procesamiento de atún.

    Aprovecha esta ventaja importando atún de alta calidad a precios competitivos.

  - **Comercio Internacional**:

    Comprende cómo el comercio internacional beneficia a los consumidores en Cali, ofreciéndoles acceso a una mayor variedad de atún a precios más bajos.

    Evalúa el impacto de las políticas comerciales y los acuerdos bilaterales en tu negocio.

  - **Efecto en Precios y Salarios**:

    Considera como la competividad global, afecta los precios de el atún importado y a los trabajadores relacionados con el proceso.

    Analiza como el comercio beneficia a los importadores, consumidores y productores.

4. Merton Miller: Financiamiento y Valor de la Empresa

- **Aplicación**:
  - **Estructura de Capital**:

    Evalúa las diferentes opciones de financiamiento disponibles para tu negocio, como préstamos bancarios, financiamiento de proveedores o capital de riesgo.

    Analiza el impacto de cada opción en la rentabilidad y el valor de tu empresa a largo plazo.

  - **Gestión de Riesgos Financieros**:

    Implementa estrategias para gestionar los riesgos financieros asociados con la importación de atún, como las fluctuaciones del tipo de cambio y los cambios en los precios de los productos básicos.

    Utiliza herramientas financieras como los contratos de cobertura para protegerte de estos riesgos.

  - **Eficiencia del Mercado**:

    Busca oportunidades de arbitraje, aprovechando las diferencias de precios del atún entre Ecuador y Cali.

    Mantente informado sobre las tendencias del mercado y las condiciones económicas para tomar decisiones de inversión acertadas.

4.2 MARCO CONCEPTUAL:

Este marco se sustenta en diversas teorías y conceptos económicos, logísticos y de mercado que son esenciales para evaluar la viabilidad y éxito del proyecto.

IMPORTACIÓN La importación es la acción de comprar o adquirir bienes, productos o servicios provenientes de otro país u otro mercado distinto del propio.

EXPORTACIÓN: Es la salida de mercancías del territorio aduanero colombiano con destino a otro país, a una zona franca o a un depósito franco con el cumplimiento de los requisitos previstos en la norma.

INCOTERM: Los términos internacionales de comercio o incoterms son códigos de tres letras que sirven para definir las obligaciones de cada una de las partes en una compraventa internacional.

GLOBAL: Se refiere a la creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos. financieros

ADUANA: Una aduana es una oficina o espacio físico de carácter público, establecida en zonas estratégicas, con la misión de controlar las mercancías que entran y salen de un país. Las aduanas se ubican en puertos, aeropuertos, fronteras y estaciones

ARANCEL: El arancel es un impuesto que recae sobre los bienes que son importados a un país, es decir todos aquellos productos que un país compra del extranjero. También existen aranceles de exportación, pero son menos comunes.

INVIMA: El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos es un establecimiento público, de carácter científico y tecnológico, que opera en toda Colombia y que, aunque está adscrito al Ministerio de Salud, es autónomo administrativamente y cuenta con patrimonio independiente o propio para su funcionamiento

4.3 MARCO CONTEXTUAL: En este marco proporciona la información de los países que se eligieron para hacer este proceso de importación:

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 su población: Colombia posee la tercera mayor población en Suramérica. Más de la mitad de la población colombiana es menor de 25 años y su fuerza laboral es una de las mejor calificadas y competitivas, con un costo diez veces inferior al de los países desarrollados. El 60% de la población es mestiza, el 20% de ascendencia

europea, el 5% afrocolombianos, el 13,5% mezcla de africanos e indígenas y el 1,5% indígenas puros. El peso colombiano es la moneda legal en el país. Lo puedes identificar con la abreviación COP y, localmente, con el signo pesos ($). Colombia es un país rico en ecosistemas, fauna y flora. Tiene el número más grande de especies en flora y fauna del planeta. Hay más

de 1.800 especies de aves, que van desde el cóndor de los Andes hasta el colibrí. Los jardines botánicos colombianos han clasificado más de 130 mil plantas.

ECUADOR:

Ecuador está ubicado sobre la línea ecuatorial, en América del Sur, por lo cual su territorio se encuentra en ambos hemisferios. Limita al norte con Colombia y al sur y al este con Perú. Al oeste limita con el Océano Pacífico Ecuador tiene una extensión de 283.561 km2 y una población de 17.800.000 habitantes. Su densidad de población es de 69,4 habitantes por kilómetro cuadrado. También forman parte de su territorio las Islas Galápagos, ubicadas a 1000 km de la costa pacífica del país, Ecuador está dividido en 24 provincias que a su vez están subdivididasen221territoriosadministrativosmenoresllamados“cantones”.Lasprovinciasmás pobladas son Guayas, con 4.300.000 habitantes, Pichincha, donde se encuentra Quito, la capital, con 3.200.000 habitantes, y Manabí, con 1.500.000. Las dos menos pobladas son Galápagos, con 33.000 habitantes, y Pastaza con 114.000, En Ecuador la moneda oficial y la

única que se utiliza es el dólar estadounidense La fauna de Ecuador es una de las más ricas del planeta. En este país

se pueden ver muchos mamíferos como el mono, la pantera, el oso, el tigre, el jaguar, el puma, el tapir; reptiles como serpientes, boas, cocodrilos, tortugas; anfibios, como ranas y sapos; y aves como el guacamayo, perico, tucán, ibis, águila y cóndor. Alrededor de un 84 % de los habitantes de Ecuador profesan la religión católica. También existen otras religiones importantes, aunque minoritarias como la protestante y la mormona. El idioma oficial es el español, pero además se hablan varias lenguas nativas como el quichua, el shuar y el huaorani. El 71,9 % de los habitantes de Ecuador son mestizos, el 7,4 % son montubios, el 7,2 % son afro ecuatorianos, un 7 % son indígenas y solo un 6 % son blancos.

4.4 MARCO LEGAL

A continuación, se presenta la información que se debe tener en cuenta para el proceso de importación que cumplan con la normatividad colombiana esto son:

ACUERDOS BILATERALES: El país productor tiene un tratado de libre comercio llamado la CAN (comunidad andina) con el país al importar esto quiero decir que estos acuerdos Pueden incluir disminución del arancel, cuotas de importación, Normas de origen y procedimientos aduaneros.

VISTOS BUENOS El país al importar deben cumplir con unos requisitos que le impone el gobierno ya que lo que se va importar es alimento se deben cumplir unas normativas que son

la siguiente: el INVIMA (Institución nacional Vigilancia de medicamentos y alimentos) y el otro el ICA (institución colombiana agropecuario) para que la importación pueda ingresar al país de destino.

CÓDIGOS QUE REPRESENTAN COMO IMPORTADOR:

4 resolución 1456. 2012. Secretaría General de la Comunidad Andina.

Que en la Primera Disposición Final de la Decisión 571 se establece la creación de un Grupo Ad-Hoc de expertos gubernamentales en Valoración Aduanera del Comité Andino de Asuntos Aduaneros, con la finalidad de recomendar los procedimientos a seguir para los casos especiales de valoración aduanera

Que el numeral 2 del artículo 46 del Reglamento Comunitario aprobado por Resolución

846,consagraque“LaSecretaríaGeneral,

La presente Resolución tiene por objeto establecer los criterios para determinar el valor en aduana en ciertos casos especiales en los que no sea posible aplicar el método principal del Valor de Transacción ni los secundarios, ni aun considerando la flexibilidad contemplada en el método del“ÚltimoRecurso”,debidoalaparticularnaturalezadelasmercancíasquesehandevalorar,opor las circunstancias de las operaciones determinantes de la importación, o porque se presenta un cambio de régimen o destino aduanero.

EL DECRETO 1165-2019

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 a reducir los trámites exigidos para las operaciones de comercio exterior.

Resolución 00866 de 2006

"Pormediodelacualseestablecelapresentacióndela"DeclaraciónparalaFinalizaciónde los Sistemas Especiales de Importación – Exportación "yla"DeclaraciónConsolidadade Pagos"paralosIntermediariosdeTráfico ostalyEnvíosUrgentesatravés de los servicios

informáticos electrónicos de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y se adoptan las características técnicasdelainformaciónquedebepresentarse"

DECRETO 2478 DE 2019

Por el cual se establecen los procedimientos sanitarios para la importación y Exportación de alimentos, materias primas e ingredientes secundarios para Alimentos destinados al consumo humano, para la certificación y habilitación de Fábricas de alimentos ubicadas en el exterior o del sistema de inspección, Vigilancia y control del país exportador

LEY 1014 DEL 2006

Establecer acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito, con el aval, respaldo y compromiso de seguimiento de cualquiera de los miembros que conforman la Red Nacional para el Emprendimiento.

DECRETO 2153 DE 2016

Que la Ley 1609 de 2013, establece las normas generales a que debe someterse el Gobierno Nacional al modificar el Arancel de Aduanas.

4.5 MARCO TEMPORAL

Para el desarrollo de la propuesta de investigación se tendrá en cuenta la formulación del proyecto que va desde el **mes de febrero a mayo del 2024** para la segunda fase el desarrollo del proyecto se realizará entre los meses de **agosto a noviembre del 2024**

5.DISEÑO METODOLÓGICO

ESTUDIO DE VIABILIDAD

Para determinar si este proyecto se puede llevar a cabo, es importante analizar detenidamente varios factores clave que son fundamentales. Para evaluar un proyecto en Colombia, es importante realizar estudios de viabilidad en el mercado, ya que la demanda de productos marinos de alta calidad está creciendo constantemente. Los consumidores buscan opciones frescas y saludables, lo que hace que la importación de estos productos sea atractiva y con potencial de crecimiento. Según Landaure, citado por ESAN (2017), es posible determinar la viabilidad de un proyecto a través de ciertos indicadores y la información procesada en el estudio de viabilidad. También se pueden identificar las fortalezas y debilidades del proyecto. Para lograr los objetivos específicos planteados en el capítulo 2 de este trabajo, se deben enfocar los aspectos investigativos en los siguientes estudios.

Estudio de Mercados

Estudio Técnico

Estudio Legal y Administrativo

Cálculo de costos de la importación

ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS SOCIALES Y AMBIENTALES Los estudios de viabilidad incluyen un análisis de la incidencia en la vida social de los seres humanos. En especial de aquellos que conforman el entorno. Estos estudios incluyen la generación de empleos, la mejora en las condiciones de vida de la población aledaña, y todo lo que pueda beneficiar directa e indirectamente el lugar donde se instalará la negociac

RECOLECCIÓN DE DATOS.

El desarrollo de la investigación está basado en la recolección de información mediante análisis de contenido tales como: Entrevistas. archivos, recopilación de información en instituciones como Procolombia, Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible; Sitios Web, reportes de agencias y/o instituciones internacionales y nacionales.

CLASE O TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo se enmarca en un tipo de investigación descriptivo con enfoques multi metódicos, debido a que se realizaron diferentes tipos de estudio que cuentan con sus propias herramientas, técnicas y métodos para su resolución.

ENFOQUE CUANTITATIVO: Los estudios cuantitativos buscan explicar una realidad social desde una perspectiva externa y objetiva, enfocándose en la precisión de las mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a poblaciones o situaciones amplias. Este enfoque se basa en datos numéricos cuantificables, el instrumento de medición o recolección de datos es crucial ya que se debe ser preciso y eficiente para medir lo que se desea de manera efectiva. Esto es especialmente importante en la investigación ya que proporciona datos precisos que ayudan en la toma de decisiones informadas, lo cual es fundamental para el éxito en cualquier proyecto. Aplicado a la importación de atún este enfoque permite obtener datos exactos sobre las preferencias y necesidades del mercado, sobre factores logísticos y económicos. Con esta información se pueden tomar decisiones estratégicas que optimicen el proceso de importación asegurando así una operación eficiente y rentable.

INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVO: Es el método científico que describe y observa el comportamiento de las personas sin afectar sobre él de ninguna manera, este estudio también es muy útil y a la vez es empleado por investigadores de mercadeo para evaluar los hábitos de los clientes o las entidades con las cuales se desea asociar.

En el caso de la importación de atún fresco y de alta calidad este método permite conocer las preferencias de una población específica a la que se ofrecerá el producto.

5.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Los métodos utilizados para este trabajo de investigación son:

MÉTODO INDUCTIVO. Atribuido a Aristóteles y enfatizado por Bacon y Mill, el método inductivo es un método de investigación con énfasis en la detección de fenómenos, que comienza con la observación de un fenómeno y procede a derivar teorías o patrones generalizables a partir de él.

Para el presente trabajo, ha sido necesario conocer otros trabajos relacionados, con el fin de reconocer aquellos factores comunes, que permitan generalizar las características de los estudios de viabilidad.

MÉTODO DEDUCTIVO. Aristóteles y sus discípulos implantaron el razonamiento deductivo como un proceso del pensamiento en el que de afirmaciones generales se llega a afirmaciones específicas aplicando las reglas de la lógica. En este contexto, es común utilizar resúmenes ya que estos documentos permiten enfocarse de manera clara y concisa en los aspectos esenciales de la empresa que produce y comercializa atún a nivel nacional e internacional, sí.

Embargo, se explicará cómo afecta y cómo se implementa la información obtenida.

El proyecto inicia en la creciente tendencia hacia una alimentación saludable en la vida diaria y el papel crucial que desempeñan los productos de alta calidad, como el atún. Se llevará a cabo un estudio de factibilidad para la importación de atún desde Ecuador, analizando el porcentaje de importaciones de este producto a Colombia. Este análisis servirá para justificar la demanda y la aceptación del atún en el mercado colombiano.

5.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Existen dos fuentes de información: fuentes secundarias y fuentes primarias.

Una fuente secundaria es un recurso que analiza, interpreta o resume información de fuentes primarias. Estas fuentes incluyen libros, artículos académicos, revisiones y ensayos que ofrecen una interpretación o evaluación de datos originales recopilados por otros. Las fuentes secundarias se utilizan comúnmente en la investigación para proporcionar contexto, análisis y una visión más amplia del tema en estudio.

Una fuente secundaria es como un comentario de la fuente primaria. Las fuentes secundarias están sujetas a revisión por pares, están bien documentadas y están normalmente producidas a través de instituciones donde la precisión metodológica es importante para el prestigio del autor. Los historiadores someten ambos tipos de fuentes a un alto nivel de escrutinio.

Después de describir la teoría la fuente secundaria que se utilizara en este trabajo son:

Libros metodológicos
Bibliografías

Reseñas

Tesis de universidades que realizaron este proceso

Fuentes de información en la web que este relacionadas con la producción y comercialización internacional de importaciones de atún ecuatorianos con la finalidad de obtener información acerca del consumo del producto

Las fuentes primarias son fundamentales en la investigación histórica, científica y académica, ya que ofrecen una visión sin intermediarios sobre el objeto de estudio. También hay fuentes de información primarias llamadas inéditas, que no se encuentran al acceso público o de circulación restringida como las tesis o los informes. Fuentes secundarias usadas en la investigación.

Las fuentes primarias que se utilizaran en este trabajo son:

Precolombina

Estadísticas De Dane

Información Del Vuce Etc.

POBLACIÓN Y TIPO DE MUESTRA

POBLACIÓN FINITA

La población a la que va dirigida es a las personas de la ciudad de Cali, esta población es visible y se puede contar.

TIPO DE MUESTRA:

La muestra es una parte representativa de una población donde sus elementos comparten características comunes o similares. Se utiliza para estudiar a la población de una forma más

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

factible, debido a que se puede contabilizar fácilmente.

n= Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

Z = Valor z para el nivel de confianza deseado p = Proporción estimada

de la población que tiene la característica de interés

APLICAR FORMURLA

1. **Tamaño de la Población (N):**
   - la población total del Valle del Cauca. Puedes encontrar esta información en el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) de Colombia.
   - Para el año 2023, la población estimada del Valle del Cauca es de 4.414.757 habitantes.
2. **Nivel de Confianza (Z):**

- El nivel de confianza indica la probabilidad de que la muestra represente a la población. Los valores comunes son 95% (Z = 1.96) o 99% (Z = 2.58).
- Se utilizará un nivel de confianza del 95% (Z = 1.96).

3. **Proporción Estimada (p):**
   - se suele usar p = 0.5 (50%). Esto maximiza el tamaño de la muestra y asegura que sea lo suficientemente grande.
4. **Margen de Error (d):**
   - El margen de error es el rango en el que se espera que los resultados de la muestra difieran de la población real. Los valores comunes son 3%, 5% o 10%.
     - margen de error del 5% (d = 0.05).

Cálculo de la Muestra:

insertar los valores en la fórmula:

- N = 4.414.757
- Z = 1.96
- p = 0.5
- d = 0.05 n = (4.414.757 * 1.96^2 * 0.5 * (1-0.5)) / (0.05^2 * (4.414.757-1) + 1.96^2 * 0.5 * (1-0.5)) n = (4.414.757 * 3.8416 * 0.25) / (0.0025 * 4.414.756 + 3.8416 * 0.25) n = (4.238.118) / (11.036 + 0.9604) n = (4.238.118) / (11.9964) n = 353,28

Por lo tanto, el tamaño de la muestra necesario sería aproximadamente de 354 personas.

Hay unas variables que harán parte de esta investigación sumamente importante para así llevar a cabo este proyecto y tener éxito en esta importación.

Variables en el Estudio

Variables Demográficas: Edad, género, ubicación geográfica de los consumidores.

Variables Económicas: Precio del atún, costos de importación, impuestos.

Variables Comerciales: Volumen de importación y frecuencia de consumo.

Variables Regulatorias: Normativas de importación, barreras arancelarias

PROCEDIMIENTOS

Se realizó una matriz de factibilidad para la importación de atún, comparando dos países preseleccionados en aspectos como gastos de embarque, tributos aduaneros y otros costos. Con estos datos, se seleccionó el país con el costo total menor.

En el estudio de mercado, se consideraron los cinco principales países exportadores de atún en el mundo. Se realizó un análisis de cada país considerando variables como política, religión, cultura de negociación, idioma y acuerdos internacionales. Luego, se preseleccionaron dos países y se evaluó su entorno en relación con Colombia.

Se tuvo en cuenta el marco legal de las importaciones en Colombia, regido por la Ley Marco de Comercio Exterior 7 y 9 de 1991, que establece las normas generales para regular el comercio exterior y los cambios internacionales, adoptando medidas complementarias. También se consideró el Decreto 1169, que menciona los requisitos y obligaciones del importador, y la Resolución Externa No. 1 de 2018, que trata sobre las monedas permitidas para las negociaciones de importación y la intervención del Banco de la República en el mercado de divisas. Además, la Circular Externa DCIN-83 detalla aspectos relacionados con la importación de bienes.

Para realizar una importación, es necesario estar inscrito en el R.U.T y en la V.U.C.E (Ventanilla Única de Comercio Exterior), conocer la posición arancelaria del producto en la página de la D.I.A.N, y obtener el registro o licencia de importación.

Para calcular los costos de la importación, se utiliza una matriz de costos que incluye datos como el costo del seguro, el flete internacional y el tipo de INCOTERM a utilizar. Estos datos permiten generar automáticamente el costo total de la importación. Esta matriz es crucial para determinar el monto total a pagar para realizar la importación.

. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN. El presente trabajo se inscribe en la línea de investigación del programa Técnico Profesional en procesos Administrativos del Instituto TécnicoNacionaldeComercio“Simón Rodríguez”“Emprendimientoparageneraciónde empresas mediante procesos de exportación e importación

DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

La investigación del presente proyecto será ejecutada de los límites entre la ciudad de Cali, que se encuentra ubicada en el país Colombia

6. ESTUDIO DE MERCADO.

6.1 Análisis del sector.

6.1.1 El sector importador ecuatoriano:

Muestra un campo de juego con dinámicas diferentes. En sectores como la agricultura, la minería y los servicios financieros, la competencia entre empresas nacionales e internacionales es feroz mientras buscan diferenciarse en el mercado a través de la innovación y la eficiencia operativa. La competencia de los startups puede variar según la industria. Es relativamente fácil ingresar a la industria tecnológica debido a la digitalización y el apoyo

gubernamental a la innovación. Por otro lado, en industrias como la minería, las regulaciones y los requisitos de capital son obstáculos importantes para los nuevos competidores.

La amenaza de productos sustitutos es notable en la agricultura y la industria, donde los avances tecnológicos y la globalización facilitan la entrada de alternativas más competitivas y sostenibles, presionando a las empresas a adaptarse rápidamente. En cuanto al poder de negociación de los proveedores sectores como la industria manufacturera y el de hidrocarburos enfrentan una dependencia considerable de insumos específicos, lo que da a los proveedores una posición fuerte para influir en los precios y condiciones de suministro. Finalmente, el poder de negociación de los compradores ha aumentado con el acceso a información y alternativas globales, especialmente en el sector minorista y de telecomunicaciones, obligando a las empresas colombianas a mejorar la calidad y reducir costos para mantener su competitividad. En conjunto, estas fuerzas moldean un entorno donde la innovación, la eficiencia operativa, y la adaptación a nuevas tendencias son esenciales para sobrevivir y prosperar en el mercado colombiano.

6.1.3 ANÁLISIS DOFA

Fortalezas:

Riqueza Marina: Ecuador cuenta con una extensa zona costera y acceso a una de las áreas más productivas del Océano Pacífico, lo que permite una abundante diversidad de especies marinas.

Exportación de Productos Pesqueros: El país es uno de los principales exportadores de atún y camarón a nivel mundial, destacándose por la calidad de sus productos y su posicionamiento en mercados internacionales.

Infraestructura Pesquera: Ecuador posee una infraestructura bien desarrollada para la captura, procesamiento, y exportación de productos pesqueros, con puertos estratégicamente ubicados y plantas de procesamiento modernas.

Acuerdos Comerciales: La participación en tratados de libre comercio y acuerdos comerciales facilita el acceso de los productos pesqueros ecuatorianos a mercados internacionales, como la Unión Europea y Estados Unidos.

Debilidades:

Sobreexplotación de Recursos: La pesca excesiva y la falta de controles adecuados han llevado a la disminución de algunas especies, lo que amenaza la sostenibilidad del sector a largo plazo.

Dependencia de Mercados Externos: La economía pesquera de Ecuador depende en gran medida de las exportaciones, lo que la hace vulnerable a cambios en la demanda y políticas comerciales de otros países.

Falta de Innovación Tecnológica: Aunque existen avances, la incorporación de tecnología en la pesca y procesamiento no es uniforme, lo que limita la competitividad frente a otros países.

Condiciones Laborales: En algunos segmentos de la industria, las condiciones laborales son precarias, con insuficiente protección social para los trabajadores del sector pesquero.

Oportunidades:

Diversificación de Mercados: La apertura a nuevos mercados, especialmente en Asia y otros países emergentes, representa una oportunidad para reducir la dependencia de los mercados tradicionales.

Sostenibilidad y Certificaciones: Adoptar prácticas de pesca sostenible y obtener certificaciones internacionales puede mejorar el valor agregado de los productos pesqueros ecuatorianos y abrir nuevas oportunidades en mercados que valoran la sostenibilidad.

Innovación y Tecnología: La inversión en tecnología para la captura, procesamiento y distribución de productos pesqueros puede aumentar la eficiencia y reducir el impacto ambiental.

Turismo Pesquero: El desarrollo del turismo pesquero y actividades relacionadas podría diversificar las fuentes de ingreso del sector y fomentar la conservación de los recursos marinos.

Amenazas:

Cambio Climático: El calentamiento global y sus efectos, como el aumento de la temperatura del agua y la acidificación de los océanos, representan una amenaza significativa para las especies marinas y la productividad del sector.

Competencia Internacional: La competencia de otros países con costos de producción más bajos o mejores condiciones comerciales podría afectar negativamente la competitividad de Ecuador en el mercado global.

Regulaciones Internacionales: El endurecimiento de las regulaciones ambientales y comerciales a nivel internacional podría incrementar los costos de cumplimiento y limitar el acceso a ciertos mercados.

Inestabilidad Política y Económica: Las fluctuaciones en la política económica y las tensiones sociales en Ecuador podrían afectar la estabilidad del sector pesquero y la inversión extranjera en esta industria.

CRUCE DEL DOFA:

1. **Fortalezas y Oportunidades (FO): Estrategias Ofensivas**
    - Estrategia: Impulsar la adopción de prácticas sostenibles y certificaciones internacionales para acceder a nuevos mercados que valoran la sostenibilidad, especialmente en Asia y otros mercados emergentes.
    - **Acciones:**

        Desarrollar programas de capacitación y asistencia técnica para pescadores y empresas en prácticas de pesca sostenible.

        Facilitar la obtención de certificaciones como MSC (Marine Stewardship Council) y otras similares.

        Participar en ferias y eventos internacionales para promover los productos pesqueros ecuatorianos sostenibles.

Fomentar la inversión en tecnologías que permitan la trazabilidad de los productos.

- Estrategia: Incrementar la inversión en innovación y tecnología para mejorar la eficiencia en la captura, procesamiento y distribución, y así fortalecer la competitividad en el mercado global. ○ Acciones:

  Incentivar la investigación y desarrollo en tecnologías de pesca más eficientes y selectivas.

  Promover la modernización de las plantas de procesamiento con equipos de última generación.

  Implementar sistemas de gestión de la cadena de frío para garantizar la calidad de los productos.

2. **Fortalezas y Amenazas (FA): Estrategias Defensivas** ○ Estrategia: Diversificar los mercados de exportación para reducir la dependencia de los mercados tradicionales y mitigar el impacto de la competencia internacional y las regulaciones más estrictas.
   - Acciones:

     Realizar estudios de mercado para identificar nuevos mercados potenciales.

     Establecer acuerdos comerciales con países emergentes.

     Adaptar los productos pesqueros a las preferencias de los diferentes mercados.

   - Estrategia: Fortalecer la resiliencia del sector frente al cambio climático mediante la investigación y la implementación de medidas de adaptación.
   - Acciones:

Realizar investigaciones sobre el impacto del cambio climático en las especies marinas y los ecosistemas costeros.

Desarrollar planes de adaptación para las comunidades pesqueras y las empresas del sector.

Promover la diversificación de las actividades pesqueras para reducir la vulnerabilidad a los cambios en las poblaciones de peces.

3. **Debilidades y Oportunidades (DO): Estrategias de Reorientación** ○ Estrategia: Mejorar las condiciones laborales en el sector pesquero para atraer y retener talento, y fortalecer la imagen del sector a nivel internacional. ○ Acciones:

Implementar programas de protección social para los trabajadores del sector.

Garantizar el cumplimiento de las normas laborales.

Promover la capacitación y el desarrollo profesional de los trabajadores.

○ Estrategia: Fomentar el turismo pesquero como una fuente de ingresos alternativa y complementaria para las comunidades costeras. ○ Acciones:

Desarrollar productos turísticos que combinen la pesca deportiva, la observación de fauna marina y la gastronomía local.

Capacitar a las comunidades locales en la prestación de servicios turísticos.

Promover el turismo pesquero a nivel nacional e internacional.

4. **Debilidades y Amenazas (DA): Estrategias de Supervivencia** ○ Estrategia: Implementar medidas de control y gestión pesquera más estrictas para garantizar la sostenibilidad de los recursos marinos y reducir el impacto de la sobreexplotación. ○ Acciones:

    Fortalecer la vigilancia y el control de la pesca ilegal.

    Establecer cuotas de pesca basadas en criterios científicos.

    Promover la pesca artesanal sostenible.

○ Estrategia: Establecer mecanismos de respuesta rápida ante la inestabilidad política y económica para proteger al sector pesquero de sus efectos negativos. ○ Acciones:

    Crear fondos de contingencia para apoyar a las empresas y los trabajadores en momentos de crisis.

    Diversificar las fuentes de financiamiento del sector.

    Fortalecer la colaboración entre el sector público y el privado

6.2 INTELIGENCIA DE MERCADOS

6.2.1 POSIBLES MERCADOS PARA IMPORTACIÓN DE ATUNES

Tailandia

Aspecto Social

Tailandia cuenta con una sociedad diversa, con una mezcla de etnias y religiones. La mayoría de la población es tailandesa, pero también hay minorías significativas de chinos, malayos y otros grupos étnicos. El budismo es la religión predominante, influyendo en la vida cotidiana y en las festividades. La educación es altamente valorada y el sistema educativo está en constante evolución para mejorar la calidad y el acceso**.**

Aspecto demográfico:

Tailandia tiene una población de aproximadamente 70 millones de personas, con una densidad poblacional considerablemente alta en áreas urbanas como Bangkok. La población está envejeciendo gradualmente debido a una baja tasa de natalidad y a una mayor esperanza de vida, lo que plantea desafíos para el sistema de pensiones y el mercado laboral.

Aspecto Cultural

La cultura tailandesa es rica y variada, influenciada por el budismo, la tradición y las costumbres locales. Las artes tradicionales, como la danza y la música, y la gastronomía son aspectos destacados. Las festividades como Songkran (Año Nuevo tailandés) y Loy Krathong son celebraciones importantes que reflejan el profundo arraigo cultural de la nación.

Aspecto Económico

La economía tailandesa es una de las más grandes del sudeste asiático, con sectores clave en turismo, agricultura y manufactura. La industria del turismo atrae a millones de visitantes cada año, contribuyendo significativamente al PIB. Sin embargo, el país enfrenta desafíos económicos como la desigualdad de ingresos y la necesidad de diversificar su economía para reducir la dependencia del turismo y la exportación de productos agrícolas.

Aspecto Político

Tailandia es una monarquía constitucional con una historia de inestabilidad política, incluyendo golpes de estado y protestas. La estructura política incluye una monarquía y un sistema parlamentario, con frecuentes cambios en el liderazgo y desafíos en la gobernabilidad. Las tensiones políticas a menudo giran en torno a la influencia militar y las divisiones entre diferentes facciones políticas.

- España

Aspecto Social

España presenta una sociedad diversa con un fuerte sentido de identidad regional. La estructura social está marcada por la convivencia de distintas culturas y tradiciones, reflejadas en las celebraciones, gastronomía y estilos de vida locales. A pesar de los desafíos demográficos y sociales, como el envejecimiento de la población y las desigualdades económicas, la cohesión social se mantiene a través de políticas de bienestar y programas de inclusión

Aspecto Demográfico

La población española es de aproximadamente 47 millones de habitantes, con una densidad demográfica alta en las grandes ciudades como Madrid y Barcelona. El envejecimiento poblacional es una tendencia notable, con una proporción creciente de personas mayores y una tasa de natalidad relativamente baja.

Aspecto Cultural

España posee una rica herencia cultural, influenciada por sus diversas regiones y tradiciones históricas. La gastronomía, el arte, la literatura y las festividades como la Semana Santa y la Feria de Abril reflejan una identidad cultural vibrante y variada, con una fuerte presencia internacional en el ámbito cultura**l.**

Aspecto Económico

La economía española es la cuarta más grande de la Eurozona, destacándose en sectores como el turismo, la agricultura y la industria. Aunque ha experimentado una recuperación después de la crisis financiera global, enfrenta retos como el desempleo juvenil y la desigualdad económica.

Aspecto Político

España es una monarquía parlamentaria con un sistema político basado en la división de poderes. El país cuenta con un sistema democrático estable, aunque enfrenta desafíos políticos como las tensiones regionales, especialmente en Cataluña, y la necesidad de reformas en diversas áreas.

Filipinas

Aspecto Social

En Filipinas, el aspecto social se caracteriza por una rica diversidad cultural influenciada por las tradiciones indígenas, la colonización española y la presencia de comunidades chinas y estadounidenses. La sociedad filipina es predominantemente comunitaria y familiar, con un fuerte énfasis en las relaciones interpersonales y la cooperación mutua. A pesar de los avances en desarrollo y modernización, persisten desafíos como la desigualdad económica y las tensiones sociales en áreas rurales y urbanas.

Aspecto Demográfico

Las Filipinas, un archipiélago en el sudeste asiático, tienen una población diversa y en crecimiento, que actualmente supera los 115 millones de habitantes. Su estructura demográfica refleja una alta tasa de natalidad y una población joven, con más del 30% menores de 15 años. La distribución por edad muestra una pirámide poblacional expansiva, lo que indica una fuerte base de jóvenes y un incremento gradual de la población adulta. La densidad poblacional varía significativamente entre las islas, siendo Luzón, Visayas y Mindanao las regiones más habitadas.

Aspecto Cultural

La cultura de Filipinas es una rica mezcla de influencias indígenas, españolas, americanas y asiáticas. Su diversidad se refleja en sus festividades vibrantes como el Sinulog y el

Panagbenga, y en su gastronomía variada, que incluye platos como adobo y lechón. El idioma oficial es el filipino, basado en el tagalo, aunque se hablan numerosas lenguas regionales. La religión predominante es el catolicismo, introducido por los colonizadores españoles, y esto influye en muchas prácticas y celebraciones.

Aspecto Económico

El aspecto económico de Filipinas está marcado por su dinámica economía en crecimiento, caracterizada por una robusta industria de servicios y una creciente manufactura. Con un PIB que ha mostrado una tendencia positiva en los últimos años, el país se beneficia de una mano de obra joven y una creciente clase media. Sin embargo, enfrenta desafíos significativos como la desigualdad de ingresos, la corrupción y la dependencia de remesas del extranjero

Aspecto Político

La política en Filipinas es una república democrática y presidencialista, donde el presidente actúa como jefe de Estado y de gobierno. El sistema político se basa en una Constitución que establece una separación de poderes entre el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial. El Congreso bicameral, compuesto por el Senado y la Cámara de Representantes, ejerce el poder legislativo, mientras que el poder judicial está encargado de interpretar las

leyes y garantizar la justicia. A pesar de la estructura democrática, Filipinas ha enfrentado desafíos como la corrupción, el nepotismo y la influencia de clanes políticos, que han afectado la estabilidad y eficacia del gobierno.

México

Aspecto Social

El aspecto social de México es una compleja y diversa amalgama de culturas, tradiciones y desafíos. Con una población mayoritariamente mestiza, el país se caracteriza por una rica herencia indígena y española, que se refleja en su lengua, gastronomía, y celebraciones. Sin embargo, persisten desafíos significativos, como la desigualdad económica, la violencia, y la discriminación hacia comunidades indígenas y otros grupos vulnerables. A pesar de estos retos, el tejido social mexicano sigue siendo resiliente, con fuertes lazos familiares y comunitarios que sostienen y enriquecen la vida cotidiana en todo el país.

Aspecto Demográfico

México, con una población de aproximadamente 126 millones de habitantes, es el país de habla hispana más poblado del mundo. Su estructura demográfica se caracteriza por una alta tasa de

natalidad y una juventud predominante, con más del 30% de la población menor de 15 años. La urbanización es significativa, con más del 80% de la población viviendo en áreas urbanas, destacando ciudades como la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Sin embargo, también enfrenta desafíos como la desigualdad regional y las diferencias en el acceso a servicios básicos entre áreas urbanas y rurales. La pirámide poblacional muestra una base ancha que sugiere un crecimiento potencial en el futuro cercano.

Aspecto Económico

En el contexto económico actual, México enfrenta una serie de desafíos y oportunidades. A pesar de ser una de las economías más grandes de América Latina, el país lidio con problemas estructurales como la desigualdad y la corrupción, que afectan su desarrollo sostenible. La economía mexicana está impulsada por sectores clave como la manufactura, el petróleo y el turismo, pero también enfrenta desafíos como la dependencia del comercio con Estados Unidos y la volatilidad de los precios internacionales de petróleo.

Aspecto Político

México es una república federal democrática con un sistema presidencialista, donde el Presidente ejerce el poder ejecutivo y es al mismo tiempo jefe de Estado y de Gobierno. El país se estructura en 32 entidades federativas, incluyendo 31 estados y la Ciudad de México, cada uno con su propio gobierno local. El sistema político se basa en una división de poderes: Ejecutivo, Legislativo y Judicial, con un Congreso bicameral compuesto por la Cámara de Diputados y el Senado. Aunque se han logrado avances en términos de democracia y desarrollo económico, México enfrenta desafíos como la corrupción, la violencia y la desigualdad social, que siguen influyendo en su estabilidad política y económica.

Ecuador:

Aspecto Social

Ecuador es un país diverso y multicultural, caracterizado por una rica herencia indígena, afroecuatoriana y mestiza. Las diferencias sociales y económicas son marcadas, con una gran brecha entre las zonas urbanas y rurales. A pesar de los avances en educación y salud, persisten desafíos en la reducción de la pobreza y la desigualdad. Las tradiciones comunitarias y familiares juegan un papel central en la vida cotidiana, con una fuerte influencia de la religión católica. En los últimos años, los movimientos sociales han ganado protagonismo, luchando por los derechos de las minorías, la protección del medio ambiente y la equidad de género, reflejando un creciente despertar social en la nación.

Aspecto Demográfico

Ecuador es un país diverso en términos demográficos, con una población de aproximadamente 18 millones de habitantes. Su distribución es variada, con una concentración significativa en la región de la Sierra y la Costa. La población es joven, con una mediana de edad alrededor de 28 años, lo que refleja un crecimiento demográfico en desarrollo. Además, Ecuador es un país pluriétnico, con una mezcla de mestizos, indígenas, afroecuatorianos y europeos, lo que enriquece su cultura y tradiciones. Las principales

ciudades, como Quito y Guayaquil, son centros urbanos dinámicos que atraen a una gran parte de la población.

Aspecto Cultural

Ecuador es un país de rica diversidad cultural, donde coexisten tradiciones ancestrales indígenas, influencias coloniales españolas y una creciente modernidad. Su cultura se refleja en una vibrante mezcla de festividades, danzas, música y artesanías, con expresiones como la marimba en la región afroecuatoriana, y la música andina en la Sierra. Las comunidades indígenas, como los quichuas y los shuar, conservan sus idiomas, vestimenta y costumbres, enriqueciendo el mosaico cultural del país. A través de su gastronomía, con platos emblemáticos como el ceviche y el locro, Ecuador celebra su patrimonio cultural diverso y único.

Aspecto Político

El aspecto político de Ecuador se caracteriza por su dinámica de estabilidad y desafíos. En los últimos años, el país ha experimentado una transición política significativa, con un enfoque en la consolidación de la democracia y el fortalecimiento de las instituciones. Sin embargo, persisten problemas como la corrupción, la polarización política y la inestabilidad económica, que afectan la gobernabilidad. El gobierno ha implementado políticas para mejorar la transparencia y la inclusión social, pero enfrenta retos en la gestión de conflictos internos y en la promoción del desarrollo sostenible en un entorno global cada vez más complejo.

6.2.4 EL PAÍS SELECCIONADO

Después de hacer el análisis se dio que los países que pre seleccionamos no cumple con las normativas y no se tiene barreras comerciales excepto México, pero México no se convenien por lo la lejanía que esta entonces, se elige el país de Ecuador breve se explicara el porqué:

ECUADOR:

Barreras comerciales: Ecuador es un país que cuenta con este privilegio de tener acuerdos comerciales con Colombia, es llamado la CAN (COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES) donde pertenecen varios países de Latinoamérica como: Bolivia, Perú, Colombia y ecuador pertenecía Venezuela, pero se retiró, al tener este acuerdo se beneficia Colombia con los aranceles en cero.

Demográfico: es un país que relativamente está cerca de Colombia en el cual se puede utilizar cualquier modo de transporte por barco, aéreo, terrestre, al ser tan cerca disminuye costos lógicos y a eso beneficia Colombia

Lengua: es en español eso facilita la comunicación entre el comprador y el vendedor

Moneda: desdé que ecuador se dolarizó en el 2000, benefició a muchos países porque es la moneda tradicional que se utiliza en estos procesos

Calidad del producto: El hecho de que Ecuador sea el país elegido como suministrador de atunes para Colombia se explica por su posición de liderazgo en la esfera. Las ricas aguas del país sudamericano y las aguas de peces bien desarrolladas lo convierten en uno de los principales productores de atún de la región. El atún ecuatoriano se considera de buena calidad, y el país tiene una infraestructura de pesca y procesamiento bien desarrollada, lo que garantiza la capacidad de consumir productos bien gestionados y frescos

6.País Seleccionado (de origen)

6.2.3.1 Entorno Político

Colombia es una república democrática y unitaria con un sistema político basado en una Constitución que data de 1991. El país está gobernado por un presidente elegido por voto popular, que ejerce el poder ejecutivo, mientras que el poder legislativo está en manos del Congreso, compuesto por el Senado y la Cámara de Representantes. A pesar de los avances hacia la estabilidad política, Colombia sigue enfrentando desafíos significativos como la corrupción, la violencia relacionada con el narcotráfico y los conflictos armados que han marcado su historia reciente. Las negociaciones de paz y los acuerdos con grupos guerrilleros, como las FARC, han sido pasos importantes hacia una mayor estabilidad, aunque persisten problemas relacionados con grupos armados ilegales y la inseguridad en algunas regiones.

6.2.3.2Entorno Demográfico

Colombia, con una población que supera los 52 millones de habitantes, presenta una estructura demográfica dinámica y diversa. La tasa de crecimiento poblacional es alta, y la urbanización ha llevado a una concentración significativa de la población en grandes ciudades como Bogotá, Medellín y Cali. La población colombiana es diversa en términos étnicos y culturales, con una mezcla de descendientes de europeos, indígenas y afrocolombianos. Esta

diversidad es un elemento clave en la configuración de la identidad nacional. La estructura poblacional también refleja una proporción significativa de jóvenes, lo que plantea retos y oportunidades en áreas como el empleo y la educación.

6.2.3.3Entorno Social

El contexto social colombiano es caracterizado por una compleja combinación de avances y desafíos. A nivel social, Colombia se enfrenta a problemas persistentes de desigualdad y pobreza, que afectan a diversas regiones y estratos socioeconómicos. La violencia y el conflicto armado han tenido un impacto duradero en el tejido social, aunque se han realizado esfuerzos significativos para promover la paz y la cohesión social. La educación y la salud son áreas prioritarias para el gobierno y diversas organizaciones, que buscan mejorar el bienestar de los ciudadanos y reducir las brechas sociales. Las iniciativas para el desarrollo social también incluyen programas de inclusión y políticas dirigidas a mejorar las condiciones de vida de las poblaciones más vulnerables.

6.2.3.4 Entorno Cultural

La cultura colombiana es una rica amalgama de influencias indígenas, africanas y europeas, reflejadas en sus tradiciones, festividades y expresiones artísticas. Celebraciones como el Carnaval de Barranquilla, la Feria de las Flores en Medellín y el Festival Vallenato en Valledupar son ejemplos de la vibrante vida cultural del país. La música, la danza y la gastronomía juegan un papel central en la identidad cultural colombiana. La literatura y las artes también tienen una presencia significativa, con autores y artistas que han ganado reconocimiento internacional. Sin embargo, la riqueza cultural del país también está

influenciada por desafíos como la globalización y la necesidad de preservar las tradiciones en un contexto de cambios rápidos.

6.2.3.5 Entorno Ambiental

Colombia es conocida por su notable biodiversidad y riqueza natural, albergando una gran variedad de ecosistemas, desde selvas tropicales hasta páramos y costas. El país es uno de los más biodiversos del mundo, con numerosos parques nacionales y reservas naturales que protegen su patrimonio ecológico. Sin embargo, el entorno ambiental enfrenta serios retos, como la deforestación, la contaminación del aire y del agua, y el impacto del cambio climático. La explotación de recursos naturales, incluida la minería y la agricultura extensiva, ha tenido efectos negativos en el medio ambiente. En respuesta, el gobierno y diversas organizaciones están promoviendo iniciativas para la conservación y el manejo sostenible de los recursos naturales, con el objetivo de proteger la biodiversidad y asegurar un futuro ambientalmente sostenible para el país.

¡

6.3 PRODUCTO

6.3.1 Portafolio de Productos

PRODUCTO: ATÚN REAL EN ACEITE DE OLIVA

6.3.2 Generalidades y/o características del producto a exportar

ELABORACIÓN:El producto“Atún alcon Aceite

de Oliva “esunabuenaelecciónenformade conserva de pescado. Está elaborado con filetes de atún seleccionados y brinda un sabor agradable, suave

y tierno en cada bocado. Estos filetes se marinan en aceite de oliva; siempre es beneficioso en

cuanto a sus propiedades para la salud y su capacidad para mejorar el sabor de los alimentos

débiles.

TEXTURA: Además de las propiedades protectoras naturales del aceite de oliva utilizado en

este producto, también tiene una suavidad y sensación aromática que lo distingue de otros

aceites vegetales.

TIPO DE EMPAQUE: Envasado en latas, garantiza una larga vida útil sin adición de

antibióticos y conserva las propiedades del atún y del aceite de oliva.

VENTAJAS: Esto es importante para los consumidores que buscan productos respetuosos con

el medio ambiente sin comprometer la calidad y el sabor. lugar. Además, el aceite de oliva es

una grasa monoinsaturada conocida por sus beneficios cardiovasculares, ya que ayuda a

reducir el colesterol LDL (malo) y aumentar el colesterol HDL (bueno). Este equilibrio lo

hace ideal para quienes desean incluir en su dieta alimentos nutritivos, deliciosos y saludables. Ensalada, guarnición o parte de un plato principal. Su versatilidad lo convierte en un imprescindible en la despensa de cualquier hogar, aportando una solución rápida y saludable a la hora de salir a comer

pescado. Está elaborado con filetes de atún seleccionados y brinda un sabor agradable, suave y tierno en cada bocado. Estos filetes se marinan en aceite de oliva; siempre es beneficioso en cuanto a sus propiedades para la salud y su capacidad para mejorar el sabor de los alimentos débiles.

TEXTURA: Además de las propiedades protectoras naturales del aceite de oliva utilizado en este producto, también tiene una suavidad y sensación aromática que lo distingue de otros aceites vegetales.

TIPO DE EMPAQUE: Envasado en latas, garantiza una larga vida útil sin adición de antibióticos y conserva las propiedades del atún y del aceite de oliva.

VENTAJAS: Esto es importante para los consumidores que buscan productos respetuosos con
el medio ambiente sin comprometer la calidad y el sabor. lugar. Además, el aceite de oliva es una grasa monoinsaturada conocida por sus beneficios cardiovasculares, ya que ayuda a reducir el colesterol LDL (malo) y aumentar el colesterol HDL (bueno). Este equilibrio lo hace ideal para quienes desean incluir en su dieta alimentos nutritivos, deliciosos y saludables. Ensalada, guarnición o parte de un plato principal. Su versatilidad lo convierte en un imprescindible en la despensa de cualquier hogar, aportando una solución rápida y saludable a la hora de salir a comer

6.4 El Mercado Proveedor

6.5 El Mercado Potencial Objetivo

El mercado objetivo de atunes en Colombia se caracteriza por ser diverso y abarcar diferentes segmentos de consumidores. En primer lugar, se dirige a familias que buscan opciones de alimentación rápida y nutritiva, valorando la conveniencia de los productos en conserva, como el atún en aceite de oliva, que pueden incorporarse fácilmente en ensaladas, pastas y otros platos.

Además, el atún atrae a consumidores conscientes de la salud, quienes buscan fuentes de proteínas magras y ricas en omega-3, que son beneficiosas para la salud cardiovascular. Por otro lado, también se observa un interés creciente por parte de jóvenes profesionales y estudiantes que prefieren opciones de comida lista para consumir debido a sus estilos de vida activos y la falta de tiempo para cocinar. A su vez, el mercado incluye a restaurantes y servicios de catering que buscan productos de alta calidad para ofrecer en sus menús.

Este amplio espectro de consumidores, que abarca desde hogares hasta negocios, hace que el mercado de atunes en Colombia sea altamente competitivo y dinámico, impulsando la innovación y la variedad en los productos disponibles.

6.5.2 Tendencias y comportamiento del consumo en el país de destino

En Colombia, las tendencias y comportamientos de consumo de atún han experimentado cambios significativos en los últimos años, impulsados por factores socioeconómicos, culturales y de salud. Una de las tendencias más destacadas es el creciente interés por opciones alimenticias saludables y prácticas, lo que ha llevado a un aumento en la demanda de atún en conserva y fresco.

Los consumidores colombianos están cada vez más conscientes de la importancia de incluir proteínas magras en su dieta, y el atún es percibido como una opción nutritiva rica en omega-3, lo que contribuye a su popularidad. Asimismo, la conveniencia y la versatilidad del atún han hecho que su consumo se extienda más allá de las comidas tradicionales. Cada vez más, se utiliza en una variedad de preparaciones, desde ensaladas y sándwiches hasta platos calientes y sushi, adaptándose a las preferencias de diferentes grupos demográficos, incluidos jóvenes profesionales y familias.

Además, la tendencia hacia el consumo de alimentos sostenibles ha impactado positivamente en la percepción del atún, especialmente cuando proviene de fuentes responsables y prácticas pesqueras sostenibles.

Por otro lado, el canal de distribución también ha evolucionado, con un aumento en las compras en línea y en supermercados, lo que refleja el cambio en los hábitos de consumo de los colombianos hacia un enfoque más digital y práctico. Las promociones y el marketing centrado en la salud y el bienestar han impulsado aún más el consumo, haciendo que las marcas se adapten a las nuevas exigencias de los consumidores. En resumen, el consumo de atún en Colombia sigue una trayectoria de crecimiento, impulsada por la búsqueda de conveniencia, salud y sostenibilidad, lo que indica un futuro prometedor para este producto en el mercado local.

6.5.3 Requisitos del consumidor del País de destino

Los requisitos que deben de tener en cuenta para este producto se basa en que están influenciados por diversos factores que van desde la calidad y el precio hasta la sostenibilidad y la convivencia, en primer lugar los consumidores valoran la frescura y la calidad del producto, buscando que por pegan de empresas que sean confiables y que cumplan con los estándares de salud, como lo es el Invima u otro tipo que requiera, ya que están preocupados por el impacto que hay en el medio ambiente de sus elecciones alimenticias. El precio es un factor relevante para los consumidores que desean opciones que ofrezcan una buena relación entre la calidad precio, especialmente en el contexto económico de las familias colombianas ya que eso tiene un impacto importante.

La presentación del producto también juega un papel clave ya que todo entra por los ojos, porque prefieren formatos prácticos y fáciles de usar, como atún en lata o envases que faciliten la preparación rápida de comidas.

Asimismo, hay un creciente interés por la información nutricional, con consumidores que buscan opciones ricas en omega-3 y bajas en conservantes. Por último, el acceso a productos a través de canales de venta como supermercados y plataformas de comercio electrónico también es crucial, ya que la conveniencia de la compra se ha vuelto un requisito fundamental en la rutina diaria de los colombianos.

6.6 El Mercado Competidor

6.6.1 Países exportadores del producto

Países de los que Colombia importa atún

Colombia es el principal mercado de atún de América Latina. La creciente demanda de este producto ha propiciado la diversificación de las importaciones y muchos países han jugado un papel importante en el suministro de atún al país. A continuación, se muestra un resumen de los principales países exportadores de atún a Colombia.

ECUADOR: El atún ecuatoriano enlatado es apreciado por su calidad y muchas marcas nacionales en Colombia utilizan atún ecuatoriano en sus productos. Ecuador tiene una larga tradición en la pesca y procesamiento de atún, lo que lo convierte en un socio comercial confiable. Otro país importante en las exportaciones de atún colombiano es el trasplante. Las marcas españolas, especialmente las que ofrecen atún en aceite de oliva y otras grasas buenas, se han popularizado en el mercado colombiano. El atún español destaca por su variedad de aspecto y sabor.

TAILANDIA: A pesar de la distancia geográfica, Tailandia ha descubierto que las empresas en Colombia están dispuestas a exportar grandes cantidades de atún, especialmente atún enlatado. Las empresas tailandesas suelen ofrecer precios competitivos, lo que les permite ingresar al mercado colombiano. Ha ganado influencia en el mercado colombiano en los últimos años. Al igual que Tailandia, los precios competitivos y la capacidad de procesar grandes cantidades de atún han permitido que sus productos lleguen a los lineales colombianos.

MÉXICO: también vio un mercado atractivo para las exportaciones de atún colombiano.

La proximidad geográfica y los acuerdos comerciales de los dos países facilitan el intercambio de productos del mar. Las ventas de atún mexicano, especialmente en conserva,

han aumentado en los supermercados colombianos y han tenido una buena acogida por su calidad y precio.

Los productos del país son principalmente productos de atún y productos listos para cocinar. Aunque el atún estadounidense tiene un mercado pequeño en comparación con países como Ecuador y España, el atún estadounidense llega a Colombia a través de supermercados y tiendas especializadas. El país importa atún. Cada país tiene características diferentes en cuanto a calidad, precio y apariencia, lo que permite a los consumidores colombianos acceder a diferentes tipos de atún en el mercado.

6.6.2 Procedencia del producto en el país de destino

La diversa historia del atún colombiano refleja la importancia local y global de este recurso marino. Colombia tiene una rica pesquería, especialmente en el Pacífico, donde las aguas son aptas para el crecimiento del atún, incluidas especies como la aleta amarilla y el atún blanco.

Sin embargo, a pesar de la producción interna, el país también depende de importaciones a gran escala para hacer frente al crecimiento económico. Ecuador es un mercado grande debido a su proximidad geográfica y fuertes pesquerías que brindan acceso al atún fresco y enlatado.

Además, países como España, Tailandia, Vietnam, México y Estados Unidos también juegan un papel importante en la oferta de atún, y cada uno ofrece productos y apariencias diferentes.

La combinación de producción local y exportaciones internacionales no solo aumenta las opciones para los consumidores colombianos, sino que también apoya a la industria atunera del país al permitirle hacer la transición a la comercialización y ofrecer desde atún enlatado hasta productos frescos.

6.6.3 Los precios internacionales del producto

Los precios internacionales del atún, incluyendo el atún Isabel, son influenciados por varios factores, entre ellos la oferta y la demanda global, los costos de producción, las políticas comerciales y las condiciones climáticas que afectan la pesca. En general, el atún en conserva, como el que produce Isabel, puede tener un rango de precios que varía según la presentación (por ejemplo, en aceite de oliva, agua o salsa), la especie de atún (atún claro, atún blanco, etc.) y el país de origen.

A nivel internacional, el precio del atún en conserva puede oscilar aproximadamente entre $2 y $4 USD por lata de 160g a 300g. Por otro lado, el atún fresco, que se encuentra en mercados de pescado, puede tener precios significativamente más altos, que van desde $6 hasta $12

6.7 El Canal de Distribución

El canal de distribución para importar atún desde Ecuador hasta Colombia implica una serie de etapas logísticas bien definidas que garantizan la llegada eficiente del producto al mercado colombiano. Inicialmente, el proceso comienza con la pesca y procesamiento del atún en las instalaciones de las empresas ecuatorianas, que cumplen con los estándares internacionales de calidad y sostenibilidadPosteriormente, el atún envasado se transporta desde las fábricas hacia los puertos de embarque en Ecuador, como Guayaquil o Manta, utilizando camiones refrigerados para preservar la frescura del producto. Desde allí, el atún se exporta mediante contenedores marítimos, que son cargados en buques hacia puertos colombianos, como Buenaventura o Cartagena

A su llegada, el producto pasa por un proceso de aduanas y verificación sanitaria para garantizar que cumpla con las normativas colombianas. Una vez aprobado, el atún se distribuye a través de un sistema de transporte terrestre hacia los principales centros de distribución y supermercados en Colombia, donde los consumidores pueden acceder a una amplia variedad de productos de atún importado. Este canal de distribución integral no solo facilita el comercio entre ambos países, sino que también permite satisfacer la demanda creciente del mercado colombiano por atún de alta calidad.

6.8 Estrategias de Mercadeo y Ventas

-Investigación de Mercado: Identificar la demanda en Santiago de Cali, así como los precios y competencia en el sector.

-Estrategias de Precio: Establecer un precio que otorgue comodidad y confianza de calidad para los consumidores finales.

-Canales de distribución: Establecer relaciones con mayoristas para llegar a una amplia red de minoristas, para así negociar con supermercados, tiendas especializadas y establecimientos de comida gourmet

-**Estrategias de Marketing**: Utilizar diferentes canales de comunicación para dar a conocer el atún Isabel importado, como anuncios publicitarios, redes sociales y eventos comerciales de alimentos.

6.9. El Estudio Técnico

El estudio técnico de la importación de atún Isabel desde ecuador hasta Santiago de Cali, Colombia, debe incluir los siguientes aspectos:

Identificación del Producto:

Se debe detallar las características del atún real, como el tipo de atún, su presentación, su calidad y su origen.

Tipo de atún: Atún blanco

Presentación: Enlatado

Calidad: Estándares de calidad requeridos (ISO

Origen: Ecuador

Análisis de proveedor:

Se debe investigar los posibles proveedores en ecuador, considerando, la capacidad de producción, su calidad y sus referencias.

Análisis de costos:

Se debe determinar los costos que se van a requerir para la importación, eso incluye el precio del producto, precios de envío, impuestos, seguros, aranceles y otros gastos incluidos.

Logística y Transporte:

Se debe seleccionar el embalaje adecuado para proteger el producto durante el transporte, y así también elegir el medio de transporte más adecuado (marítimo) considerando costos y tiempos de entrega, considerando contratar un seguro de transporte para cubrir posibles pérdidas o daños y por último definir las condiciones de almacenamiento en origen y destino

7.1 Localización del Proyecto

El atún real será importado desde Ecuador hasta Cali, Colombia a través del puerto de Buenaventura, en la costa del Pacífico colombiano. La mercancía llegará al puerto y luego será llevada por vía terrestre a las instalaciones de la empresa importadora en Santiago de Cali.

7.1.1 Macro Localización

La macro localización de la importación de atún real desde ecuador hasta Santiago de Cali, Colombia tiene una distancia enorme entre el país de origen y el país de destino. Manta, Ecuador es una ciudad ubicada en la costa del pacifico del ecuador, mientras que Santiago de Cali está ubicada en la región sur del valle del Cauca. Geográficamente la ciudad se ubica en el valle del río cauca, formado por la cordillera occidental y la cordillera central de la región andina.

Dada la distancia entre ambos países, es fundamental tener en cuenta aspectos logísticos como el transporte marítimo, la infraestructura portuaria y la coordinación entre los diferentes actores involucrados en la importación. Además, es importante considerar los tiempos de tránsito, los costos de transporte y los requisitos aduaneros y de importación en ambos países.

7.1.2 Micro Localización

La mejor ubicación para traer atún real de Manta, Ecuador a Santiago de Cali, Colombia sería en el puerto de Buenaventura, ya que es el principal puerto marítimo del país y está en la costa del Pacífico.

Después de llegar al puerto de Buenaventura, la carga se llevaría en camión a Santiago de Cali, que está a unos 270 km de distancia. Desde allí, se distribuiría a través de la red logística de la ciudad para llegar a su destino final.

7.1.3 La Planta Física

La planta física de la empresa que importa atún debe estar diseñada para garantizar una operación eficiente y cumplir con las normativas sanitarias y de seguridad. Debe incluir áreas de recepción, almacenamiento refrigerado y congelado para preservar la calidad del producto, así como zonas específicas para inspección, empaque y etiquetado, asegurando un flujo continuo y controlado de las mercancías. Además, es crucial contar con instalaciones adecuadas para la gestión de residuos y equipos especializados para la manipulación segura de productos perecederos, cumpliendo con los estándares de higiene y seguridad alimentaria.

7.2.1 Ficha Técnica del Producto

Nombre del Producto: Atún Real **Tipo de Producto**: Pescado en conserva

Presentación:

Lomos de atún en aceite de oliva / en agua / salsa (dependiendo de la variedad)

Lata de 90 g / 160 g / 400 g (según el formato)

Ingredientes:

Atún (Thunnus spp.)

Aceite de oliva / agua (según la presentación)

Sal (Opcional: especias, conservantes, o aditivos, dependiendo de la variedad)

Origen:

Captura en océanos (especificar si es del Atlántico, Pacífico, etc.)

Proceso de enlatado en (país de envasado)

Características del Producto:

Aspecto: Lomos de atún de color rosado a dorado, textura firme.

Aroma: Sabor característico del atún, sin olores extraños.

Sabor: Suave y ligeramente salado (puede variar según la presentación).

Valores Nutricionales (por cada 100 g):

Calorías: 150-200 kcal (dependiendo de la presentación)

Proteínas: 25-30 g

Grasas Totales: 5-10 g

Grasas Saturadas: 1-2 g

Grasas Trans: 0 g

Ácidos Grasos Omega-3: 1-2 g

Carbohidratos: 0 g

Fibra: 0 g Sodio:

300-400 mg

Vitaminas y Minerales:

Vitamina D: 2-3 µg Calcio:

20-30 mg Hierro: 1-2 mg

Beneficios Nutricionales:

Alto contenido de proteínas de alta calidad.

Rico en ácidos grasos Omega-3, que contribuyen a la salud cardiovascular.

Fuente de vitaminas y minerales esenciales.

Métodos de Conservación:

Almacenar en un lugar fresco y seco.

Una vez abierta la lata, se recomienda consumir el contenido en un plazo de 2-3 días y refrigerar en un recipiente hermético.

Recomendaciones de Uso:

Ideal para ensaladas, sándwiches, pastas, y como ingrediente en diversas recetas.

Se puede consumir directamente de la lata o calentar ligeramente según preferencias.

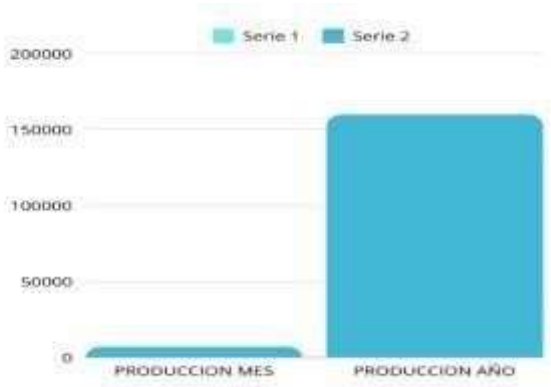
Consideraciones de Seguridad:

Verificar la fecha de caducidad antes de consumir.

No consumir si la lata está abollada, hinchada o presenta fugas.

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

Nuestro proveedor de atún Isabel se encuentra ubicado en la ciudad de manta, ecuador su fábrica cuenta con una planta de gran capacidad con 12 bodegas y más de 600 trabajadores para producciones diarias de 7.000 unidades y 160.000 mensuales, es una empresa dedicada a la producción y distribución de atún en sus diferentes presentaciones, es una de las empresas con mayor reconocimiento en el sector por lograr con producir en gran cantidad el producto.



7.2.3 Unidad de Empaque y etiquetado para la importación.

El empaque y etiquetado del atún real sirve como protección para asegurar la calidad del producto desde su origen en Ecuador hasta llegar a los consumidores en Colombia. Cada lata se sella y recubre con una capa protectora para evitar la corrosión y la contaminación. Después, las latas se colocan juntas en cajas de cartón resistente, creadas para soportar el transporte y la manipulación sin problemas. El etiquetado del producto cumple con normativas nacionales e internacionales, incluyendo información como la marca, tipo de atún, peso neto, ingredientes, valor nutricional, país de origen, fecha de envasado y número de lote, de manera clara y concisa. También se agregan códigos de barras para que sea más fácil identificar y seguir el rastro del producto en todas las etapas de la cadena de suministro. Es importante elegir materiales de buena calidad para empaquetar y etiquetar un producto, ya que garantiza su durabilidad y que se vea bien. Es importante que los materiales usados sean fuertes para resistir la humedad, variaciones de temperatura y golpes, asegurando que el atún llegue en buen estado a su destino. Se realizó un estudio detallado del volumen para aprovechar mejor el espacio en el contenedor y reducir los gastos de envío. Se pudo calcular que en un contenedor de 20 pies caben hasta 1.527 cajas de atún, gracias a las dimensiones de las cajas y las características del contenedor. Este cálculo tiene en cuenta el peso total de la carga, la estabilidad del contenedor y las normativas de transporte. El tamaño de los objetos puede cambiar según las medidas de las cajas, el tipo de contenedor y cómo se carguen. Por eso, se aconseja ajustar bien la carga para asegurar una

distribución adecuada y prevenir daños durante el traslado.

7.3 La Unidad Empresarial Importadora de Atún

7.3.1 Tipo de Sociedad

Consideraciones: Dado el potencial de crecimiento en el sector pesquero, una Sociedad Anónima (S.A.A) podría ser una buena opción para una importadora de atún, ya que permite la captación de mayor capital y facilita la expansión. Sin embargo, si se inicia como un proyecto a pequeña escala, una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) podría ser más adecuada.

7.3.2 Razón Social

Fish to power s.a.s

7.3.3 Misión y Visión Empresarial

Misión:“Nuestra misión es proporcionar atún de la más alta calidad, obtenido de forma sostenible y responsable, para satisfacer los paladares más exigentes y contribuir a la salud y el bienestar de nuestros consumidores.

Visión: Nuestra visión es ser una empresa socialmente responsable, generando un impacto positivo en las comunidades costeras y en el medio ambiente, al tiempo que ofrecemos productos de la más alta calidad a nuestros clientes.

7.3.4 Principios y Valores

Principios: Calidad, sostenibilidad, transparencia, innovación y servicio al cliente.

Valores: Respeto por el medio ambiente, ética empresarial, trabajo en equipo y mejora continua.

Comprometidos con la excelencia, nuestros **principios rectores** son la calidad, la sostenibilidad, la transparencia, la innovación y, sobre todo, el servicio al cliente. Estos principios se traducen en **valores corporativos** como el respeto por el medio ambiente, la ética empresarial, el trabajo en equipo y la búsqueda constante de la mejora. Nuestro objetivo es superar las expectativas de nuestros clientes, ofreciendo productos y servicios de la más alta calidad.

7.3.5 Políticas de Empresa

Políticas clave: Calidad: Establecer estándares de calidad para el atún importado, incluyendo controles sanitarios y de origen.

Sostenibilidad: Promover la pesca sostenible y certificada.

Logística: Optimizar la cadena de suministro para garantizar la frescura del producto.

Comercial: Establecer estrategias de precios y distribución.

7.3.6 Organigrama Empresarial

Este organigrama permite que FISH TO POWER SAS trabaje de manera eficiente con un equipo bastante reducido pero muy bien organizado y responsable, asegurando que cada área clave está cubierta mientras fish to power crece.

7.3.7 Las Necesidades de Personal materia prima en la empresa

Equipamiento de oficina: Escritorios, sillas ergonómicas, computadoras, teléfonos, impresoras, etc.

Herramientas de trabajo: Equipos específicos para cada puesto de trabajo, como maquinaria, instrumentos de medición, etc.

Espacios de trabajo: Oficinas, salas de reuniones, áreas de descanso, comedores, etc.

7.3.8 Perfiles y Funciones del Personal

CEO:

Habilidades: Liderazgo estratégico, visión de negocio, gestión de equipos, negociación, finanzas.

Experiencia: Amplia experiencia en la industria alimentaria o de importación, MBA o título similar.

Rango salarial: Muy superior al promedio nacional, con bonos y beneficios adicionales.

Gerente General:

Habilidades: Gestión de operaciones, liderazgo, resolución de problemas, análisis de datos.

Experiencia: Experiencia en gestión de equipos y proyectos en la industria alimentaria.

Rango salarial: Superior al promedio nacional, con potencial de bonos basado en el desempeño.

Comprador:

Habilidades: Negociación, análisis de mercado, gestión de proveedores, conocimiento de logística internacional.

Experiencia: Experiencia en compras en la industria alimentaria o de importación.

Rango salarial: Promedio nacional, con posibilidad de comisiones basadas en el volumen de compras.

Contador:

Habilidades: Contabilidad, finanzas, impuestos, análisis financiero, software contable.

Experiencia: Título en contabilidad o finanzas, experiencia en gestión contable.

Rango salarial: Promedio nacional, con posibilidad de bonos basados en el desempeño.

Coordinador de Logística:

Habilidades: Logística internacional, gestión de la cadena de suministro, planificación, resolución de problemas.

Experiencia: Experiencia en logística, conocimiento de regulaciones aduaneras.

Rango salarial: Promedio nacional, con posibilidad de bonos basados en el desempeño.

Inspector de Calidad:

Habilidades: Control de calidad, microbiología, seguridad alimentaria, normas ISO.

Experiencia: Título en alimentos o áreas relacionadas, experiencia en control de calidad en la industria alimentaria.

Rango salarial: Promedio nacional, con posibilidad de bonos basados en el desempeño.

Trabajador de Producción:

Habilidades: Operación de maquinaria, cumplimiento de normas de higiene y seguridad.

Experiencia: Experiencia en producción de alimentos, capacidad para trabajar en equipo.

Rango salarial: Por debajo del promedio nacional, con posibilidad de horas extras.

Asistente de Recursos Humanos:

Habilidades: Gestión de personal, reclutamiento, legislación laboral, software de recursos humanos.

Experiencia: Título en recursos humanos o administración, experiencia en gestión de personal.

Rango salarial: Promedio nacional.

8.El Plan importador

8.1 Régimen de importación

El régimen de importación es un conjunto de normativas y procedimientos que regulan la entrada de mercancía al territorio nacional, para importar atún, es necesario conocer las regulaciones sanitarias. los requisitos que se requieren certificado de origen, certificado del Invima, los aranceles y los procesos de importación

8.2 Trámites del Proceso importación.

persona jurídica estar registrado de Rut del Invima, presentar

8.2.1 Posición Arancelaria Capítulo – Partida arancelaria – Subpartida arancelaria

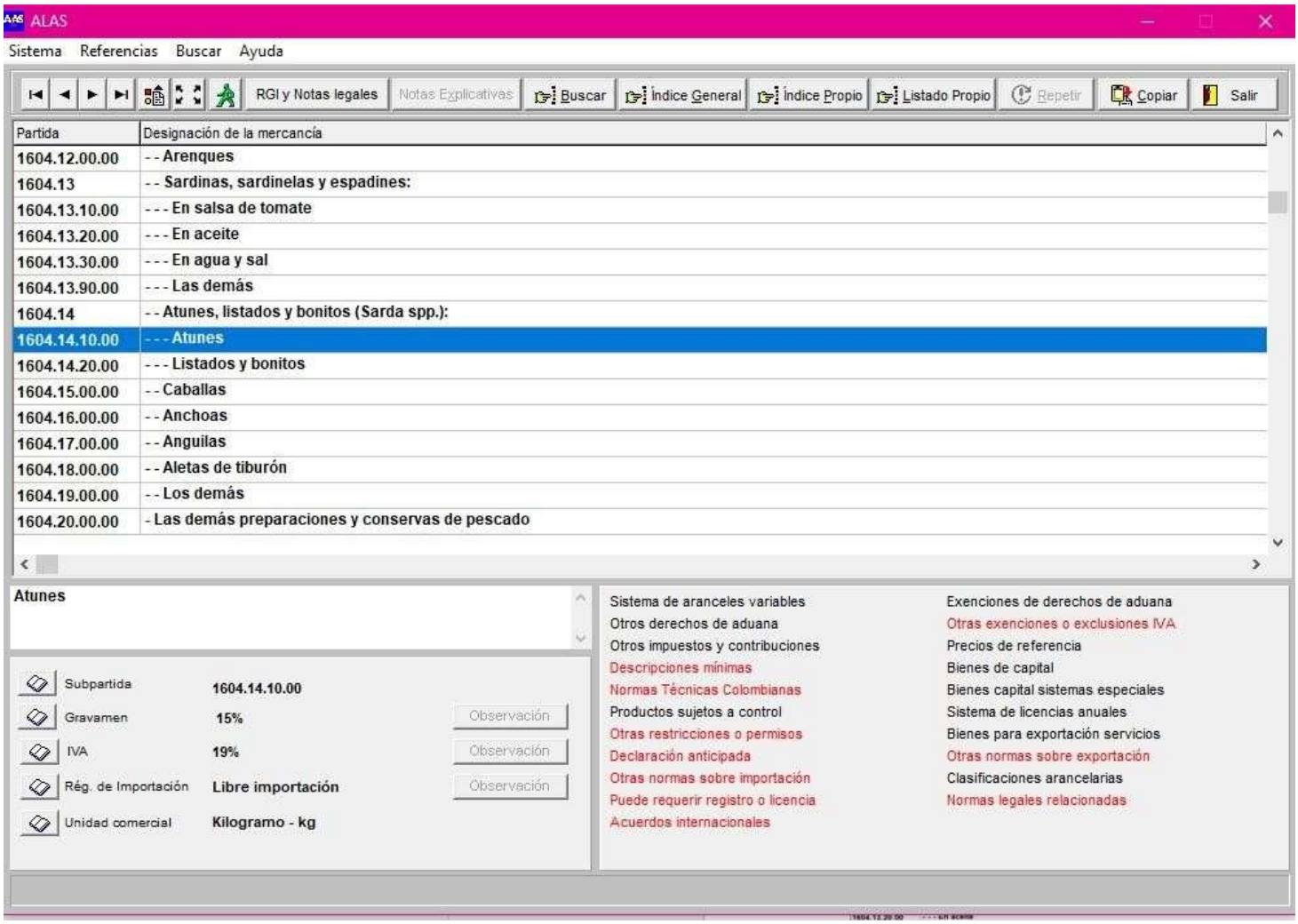
– Posición arancelaria

La posición arancelaria es un sistema en el cual se clasifica la mercancía dependiendo el uso de ella, el capítulo agrupa los productos similares, la partida arancelaria define un grupo más específico, la subpartida ofrece una clasificación más detallada, y la posición arancelaria constituye el código completo que abarca todos estos niveles. Esto permite a las autoridades aduaneras y a los exportadores e importadores edificar con precisión las mercancías para aplicar dichos impuestos y regulaciones.

Para clasificar la mercancía a importar se escogió teniendo en cuenta el país de destino, los atunes no pagan ni IVA, ni arancel gracias a los tratados de libre comercio, la posición arancelaria que tomo es la siguiente:

CAPÍTULO 1604: Preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas de pescado.

PARTIDA ARANCELARIA: 1604.14: Atunes, listados y bonitos (sarda spp)
SUPARTIDA ARANCELARIA: 1604.14.10.00 ATUNES



Gracias a los acuerdos comerciales entre ambos países, la importación de atún desde Ecuador se beneficia de la exención de aranceles e IVA, facilitando el acceso a un producto

de alta calidad. Este contexto no solo mejora la competitividad en el sector alimentario, sino que también simplifica el proceso de importación.

Acuerdos internacionales

Requisitos de origen | Observación | Notas | Norma Legal | .pdf | Imprimir | Regresar

Acuerdos internacionales para subpartida 1604.14.10.00 - Gravamen arancelario general: 15%

Acuerdo	Tasa base (PID) %	Preferencia negociada			Gravamen aplicable %	Descripción	Vigencia	
		Categoría (cronograma)	Índice	Gravamen %			Inicio	Fin
Andino Bo/Ec/Pe				0	0		01.10.1992	
AP Chile/México/Perú				0	0		01.05.2016	

8.2.2 Permisos Previos y/o Vistos Buenos

Para esta importación es necesario obtener diversos permisos y aprobación para traerlo al país, Es crucial cumplir con las regulaciones de seguridad alimentaria, estar registrado como importador ante las autoridades aduaneras y abonar las tarifas correspondientes.

Para dichos productos los siguientes permisos deben ser aprobados antes de traerlos al país, ya que esta subpartida se debe hacer una importación anticipada.

.

8.2.3 Términos de Negociación

para tener una importación efectiva se debe tener cuenta los términos negociación para saber las responsabilidades tanto el vendedor como el comprador en la operación.

la empresa optó por utilizar el término **CIF** (costo, seguro, fletes) ya que facilita tener la

responsabilidad en el país entrega, ya que el vendedor asume todos los costos hasta el puerto destino (que es buenaventura) incluyendo el seguro de la mercancía durante el transporte. Esto nos permite tener una mejor gestión de la importación de productos y mejora la claridad en la distribución de riesgos y responsabilidades, esto beneficia a todos.

8.2.4 Agente de Carga y/o Tipo de Transporte

Para las operaciones comerciales se debe de tener en cuenta un agente confiable y eficiente, por esa razón se optó por la empresa de carga Magnum, fue elegido como agente para la importación de atún debido a su vasta experiencia en la industria y su profundo conocimiento de las regulaciones de importación, lo que les permite asegurar el cumplimiento de normativas relacionadas con la sostenibilidad y la seguridad alimentaria.

Además, dispone de una red consolidada de proveedores confiables que garantiza un suministro constante y de alta calidad, junto con una logística eficiente que facilita el transporte y almacenamiento del producto. Su sólida reputación en el mercado y sus buenas relaciones con las autoridades aduaneras también ayudan a optimizar el proceso de importación, convirtiendo a Magnum en un socio estratégico para esta operación.

En cuanto al tipo de transporte, se ha optado por el transporte marítimo debido a su capacidad para manejar grandes volúmenes de carga a un costo relativamente bajo. Esta modalidad es especialmente adecuada para las importaciones y exportaciones, ya que permite optimizar costos y tiempos de entrega en comparación con otros medios de transporte. Además, el transporte marítimo es más sostenible desde el punto de vista ambiental, lo que se alinea con los compromisos de responsabilidad social y sostenibilidad de la empresa, el transporte marítimo facilita mucho la entrada de productos en el país destino, por esa razón se optó por escoger dicho transporte, por la cercanía y por el presupuesto.

8.2.5 Medio de Pago

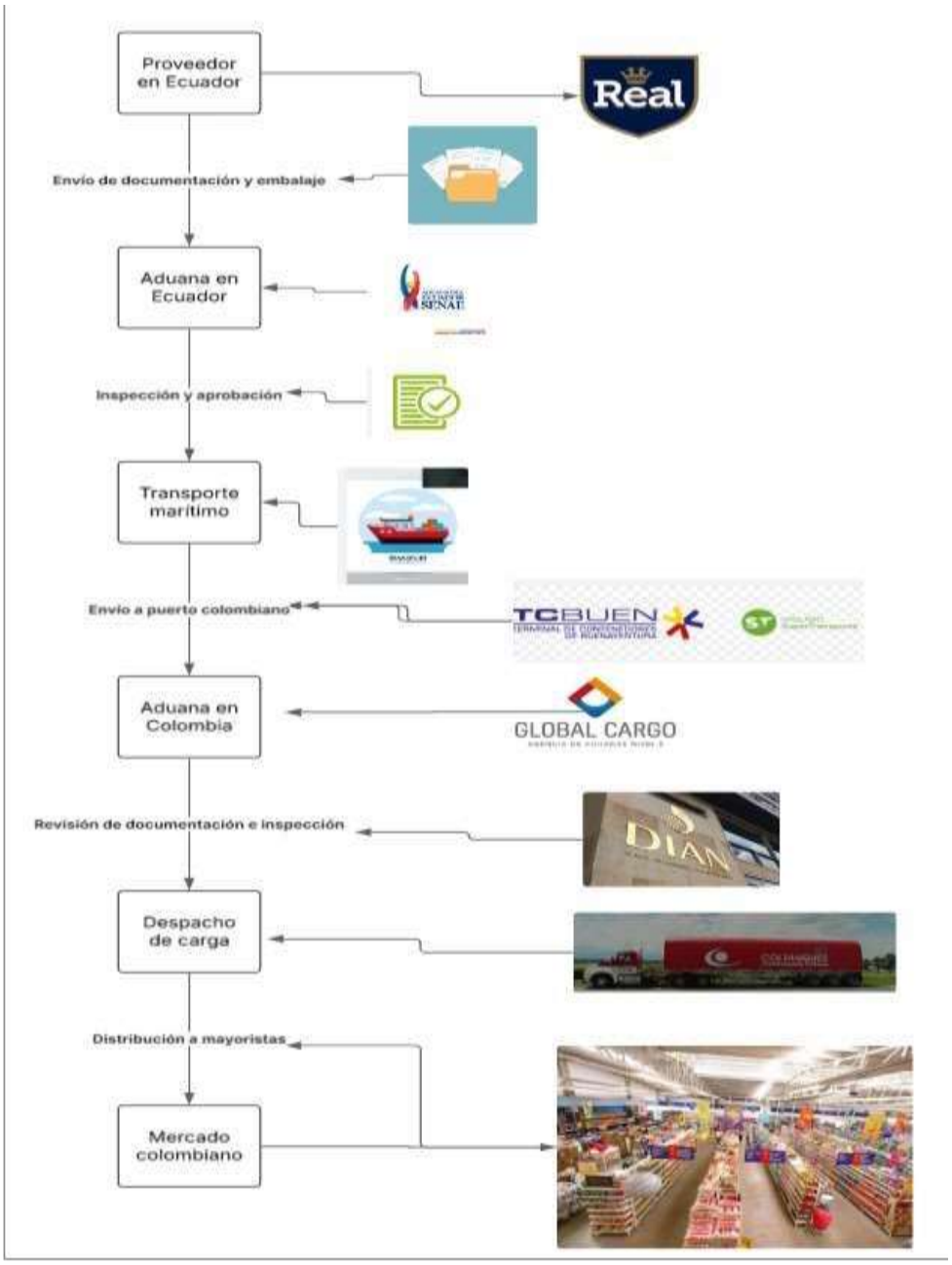
La carta de crédito ha sido elegida como medio de pago para las transacciones comerciales, gracias a los beneficios que brinda en cuanto a seguridad y fiabilidad en las transacciones internacionales. Este instrumento financiero funciona como una garantía de pago, garantizando que el vendedor obtenga la cantidad pactada siempre que se respeten las condiciones establecidas en el acuerdo.

El uso de la carta de crédito disminuye el peligro de impago, brindando seguridad tanto al comprador como al comerciante. Al estar supervisado por entidades bancarias, se reducen las oportunidades de fraude y se simplifica la solución de conflictos que puedan presentarse durante el procedimiento de comercio.

Este método de pago es particularmente apropiado para operaciones de gran valor, en las que la confianza mutua puede ser un factor positivo.

8.2 El Proceso General de una Importación:

El proceso de importación de latas de atún desde Ecuador a Colombia, comenzando con un estudio de mercado y la identificación de proveedores ecuatorianos que cumplieran con los estándares colombianos. Luego, me registré como importador ante la DIAN y obtuve los permisos sanitarios del INVIMA, clasificando el producto para calcular los aranceles. Negocié los términos de venta, contraté el transporte marítimo, y preparé la documentación aduanera. Al llegar a Colombia, un agente de aduanas presentó la declaración, pagué los impuestos, se realizó la inspección, y finalmente recibí la mercancía para su distribución, analizando en detalle cada paso para evaluar los costos, riesgos y el impacto económico de esta importación.


Proveedor en Ecuador
Real
Envío de documentación y embalaje
Aduana en Ecuador
SENAE
Inspección y aprobación
Transporte marítimo
Envío a puerto colombiano
TCBUEN
Aduana en Colombia
GLOBAL CARGO
Revisión de documentación e inspección
DIAN
Despacho de carga
Distribución a mayoristas
Mercado colombiano

Documentación

Cada uno de estos documentos desempeña un papel crucial en el proceso de importación, asegurando que las mercancías sean despachadas de manera eficiente y cumplan con las regulaciones pertinentes **Factura Comercial:** Este documento detalla la transacción entre el vendedor y el comprador, incluyendo información crítica como la descripción del producto, las cantidades y los precios acordados. La factura comercial es fundamental para la valoración aduanera y para el registro contable de la operación.

INVOICE 2005
FECHA 05-11-2024

ATUN REAL.
NIT : 98580424-2
Domicilio : Av. Carlos Plaza Dañín y Democracia.
Tel. (+593)4-2284-010
Correo : atunreal@gmail.com

FISH TO POWER
NIT : 901805598 1
Domicilio : Calle 49 norte #5en 16 oficina 101 Flora,Cali

Tel : 5015591681
Correo : fishtopower@gmai.com

termino de negociacion:CIF

DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Atún en lomitos en aceite de oliva/ en agua	2400	0.97	2.328

TOTAL DE VENTA:2.328
GASTO ORIGEN:1.61
OTRO GASTOS: 1.776.60
VALOR FOB:4.106.21
SEGURO:25.22
TOTAL DE INVOICE: 4,131.43

Signature
FISH TO POWER SAS

Lista de Empaque: Este documento proporciona una descripción detallada de los productos, incluyendo las cantidades y el peso de cada ítem. La lista de empaque facilita la inspección aduanera y ayuda a verificar que la mercancía recibida coincide con lo estipulado en la factura **comercial**.

LISTA DE EMPAQUE

IMPORTADOR: FISH TO POWER
NIT : 901805598 1
Domicilio : Calle 49 norte #5cn 16 oficina 101
Flora,Cali
Tel : 5013591681
Correo : fishtopower@gmai.com

EXPORTADOR:ATUN REAL.
NIT : 98580424-2
Domicilio : Av. Carlos Plaza Dañín y Democracia.
Tel. (+593)4-2284-010
Correo : atunreal@gmail.com

DESCRIPCIÓN	CANT.	PESO NETO	PESO TOTAL
Atún en lomitos en aceite de oliva/ en agua	2400		550 kg

NATURALEZA DEL PRODUCTO:
LQUIDO
FRAJIL:X

TOTAL DE CAJAS:50 POR 48 UNIDADES

Signature
FISH TO POWER SAS

Certificado de Origen: Este documento certifica el país de origen del atún y es necesario para determinar los aranceles aplicables a la importación. El certificado de origen puede influir en el tratamiento arancelario de la mercancía y en el cumplimiento de acuerdos comerciales internacionales.

ACUERDO DE PROMOCIÓN COMERCIAL COLOMBIA – ECUADOR, QUIDO - 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 NIT: 95560424-2 Domicilio : Av. Carlos Plaza Dañín y Democracia. Tel. (+593)4-2284-010 Correo : atunreal@gmail.com	2. Período cubierto / Blanket period: Desde (DD/MM/AA) / From (12/09/2024): Hasta (DD/MM/AA) / To (20/11/2024):
3. Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del productor: Producer´s legal name, address, telephone and e-mail CONSERVAS ATU REAL	4. Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico importador: Importer´s legal name address,, telephone and e-mail fish to power Domicilio: Calle 49 norte #3en-16 oficina 101 Flora, Cali Tel: 3013591661 Correo: fishtopower@gmail.com

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
Atún en lomitos en aceite de oliva/ en agua	1601.10	C	NO	2005 05-11-2024	ECU US

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 asume 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:	Nombre de la empresa / Company´s name: FISTH TO POWER
Nombre / Name: ROCIO AMAYA	Cargo /Title: DEPARTAMENTO IMPORTACIONES
Fecha (DD/MM/AA) / Date (MM/DD/YY): 12/11/2024	Teléfono y fax / Telephone and Fax:

12. Observaciones / Remarks:

Certificado Sanitario: Emitido por la autoridad competente del país exportador, este certificado asegura que el atún es apto para el consumo humano. Es un requisito esencial para garantizar la seguridad alimentaria y el cumplimiento de las normativas sanitarias del país importador.

Comercio, Industria y Turismo

VUCE Importaciones

VISTO BUENO

Escanee el código QR y verifique su existencia en la ventallina única de comercio exterior

Instituto Nacional de Vigilancia de Med, Alim

Número solicitud:	TMR-I-0305208-20240924		
Número Visto Bueno:	VINVIMA-24-0166586	Fecha aprobación o negación:	09-09-2024
Concepto de visto bueno:	Aprobado	Fecha vencimiento aaaa-mm-dd:	09-02-2025

DESCRIPCIÓN y/o OBSERVACIONES

OK TECNICO

VISTO BUENO APROBADO

MERCANCIA NUEVA

NOTA: ES RESPONSABILIDAD DEL IMPORTADOR, LA AGENCIA DE ADUANAS O EL APODERADO ESPECIAL, EL CONTENIDO DE LA INFORMACION SUMINISTRADA PARA LA PRESENTE SOLICITUD, ASI COMO LA DE SUS MODIFICACIONES Y CANCELACIONES DE ACUERDO CON LO ESTABLECIDO EN EL ART. 11 – DECRETO 925 DE 2013.

Tu texto aquí 1

NUEVA VERSIÓN DE GUÍA DE DILIGENCIAMIENTO V.6 2024 VUCE - INVIMA EN: https:/www.invima.gov.co/sites/default/files/Tramites-y-servicios/VUCE/Autorizacion-comercializacion/guias/GU%C3%8DA%20DILIGENCIAMIENTO%20VISTO%20BUENO%20VUCE%20-%20INVIMA_2024%20VERSI%C3%93N%206.pdf

Conocimiento de Embarque (Bill of Lading): Este documento actúa como recibo de la mercancía y contrato de transporte. El conocimiento de embarque es fundamental para la liberación de la carga en el puerto de destino y debe ser presentado ante las autoridades aduaneras para completar el proceso de importa

Date **BILL OF LADING** Page 1 of 1

SHIP FROM	Bill of Lading Number:
ATUN REAL Oficinas Guayaquil Av. Carlos Plaza +593 4-2284-010 ATUNREAL@GMAIL.COM	BL 1150695020
SHIP TO	**Carrier Name:**
FISH TO POWER S.A.S CALLE 49 NORTE #3N- 16 OFICINA 101 LA FLORA, CALI 301 3591681 FISHTOPOWER@GMAIL.COM	
THIRD PARTY FREIGHT CHARGES BILL TO	**SCAC:** - ° -
DEPOSITO ADUANERO COSIMEX DIRECCION: Cra. 4N #52 Norte11, COMUNA 4, Cali, Valle del Cauca NIT: 800156111	Pro Number:3013591681
Special Instructions:	**Freight Charge Terms** ☐ Master bill of lading with attached underlying bills of lading.

CUSTOMER ORDER INFORMATION

Customer Order No.	# of Packages	Weight	Pallet/Slip (circle one)		Additional Shipper Information
INVOICE 2005	2400	350 KG	Y	N	
			Y	N	
			Y	N	
			Y	N	
Grand Total					

CARRIER INFORMATION

Handling Unit		Package					LTL Only	
Qty	Type	Qty	Type	Weight	HM (X)	**Commodity Description** Commodities requiring special or additional care or attention in handling or stowing must be so marked and packaged as to ensure safe transportation with ordinary care. See Section 2(e) of NMFC Item 360	NMFC No.	Class
		50	CAJAS	350 KG		LATAS DE ATUN EN ACEITE / AGUA		

Where the rate is dependent on value, shippers are required to state specifically in writing the agreed or declared value of the property as follows: "The agreed or declared value of the property is specifically stated by the shipper to be not exceeding _____ per _____"

COD Amount: $ _____
Fee terms: Collect ☐ Prepaid ☐ Customer check acceptable ☐

Note: Liability limitation for loss or damage in this shipment may be applicable. See 49 USC § 14706(c)(1)(A) and (B).

Received, subject to individually determined rates or contracts that have been agreed upon in writing between the carrier and shipper, if applicable, otherwise to the rates, classifications, and rules that have been established by the carrier and are available to the shipper, on request, and to all applicable state and federal regulations.

The carrier shall not make delivery of this shipment without payment of charges and all other lawful fees.

Shipper Signature FISH TO POWER S.A.S

Shipper Signature/Date	Trailer Loaded:	Freight Counted:	
FISH TO POWER S.A.S - NOVIEMBRE 2023 This is to certify that the ~~above-named~~ materials are properly classified, packaged, marked, and labeled, and are in proper condition for transportation according to the applicable regulations of the DOT.	☐ By shipper ☐ By driver	☐ By shipper ☐ By driver/pallets said to contain ☐ By driver/pieces	MAERSK

9. El Estudio Económico y Financiero

9.1 Las Inversiones Preliminares

9.1.1 Los Gastos Pre Operativos

Este cuadro representa un presupuesto detallado de los gastos preoperativos necesarios para la puesta en marcha de un negocio, desglosando cada concepto de gasto, desde estudios de factibilidad y trámites legales hasta la selección y capacitación de personal, asignando un valor monetario estimado a cada uno, y culminando con un total de 2,205,000, reflejando la inversión inicial requerida antes de que el negocio comience a generar ingresos

PRESUPUESTO DE GASTOS PREOPERATIVOS	
CONCEPTO O DETALLE DEL GASTO	**VALOR PRESUPUESTADO**
Estudio de Factibilidad	90,000
Gastos Notariales	150,000
Gastos de Registro en Cámara de Comercio.	50,000
Honorarios Asesorías Profesionales	150,000
Gastos de Instalación y Montaje (adecuación)	900,000
Publicidad de Impacto	250,000
Otros Gastos Legales: Uso del Suelo, Sayco y acinpro, Bomberos, Permisos, Licencias, etc.	150,000
Gastos de selección del personal	150,000
Capacitaciones y Cursos de Inducción a Personal	150,000
Gastos de Papelería	80,000
Gastos de transportes y diligencias	60,000

Diversos e Imprevistos	25,000
TOTAL, GASTOS PREOPERATIVOS	**2,205,000**

AMORTIZACIÓN

Este cuadro detalla la amortización del gasto preoperativo, un proceso contable que distribuye el costo inicial de 2,205,000 a lo largo de 5 años, el periodo de evaluación establecido. Esto resulta en una amortización anual de 441,000, lo que significa que cada año se reconoce esta cantidad como un gasto. Adicionalmente, se calcula la amortización mensual, que es de 36,750, permitiendo un seguimiento más preciso del gasto a lo largo del año.

AMORTIZACION DEL GASTO PRE OPERATIVO - DIFERIDO	
Total, del Gasto Diferido	2,205,000
Periodo de Amortización en Años (Periodo de Evaluación)	5
Total, Amortización por cada Año del Periodo de Evaluación	441,000
Total, Amortización por mes o Amortización	**36,750**
Mensual	

9.1.2 Las Inversiones Fijas

Este cuadro presenta un presupuesto detallado de las inversiones fijas necesarias para equipar una oficina, específicamente en lo que respecta a equipos de cómputo, mobiliario y otros enseres. Se desglosa cada activo, indicando la cantidad requerida, el costo unitario y el costo total, permitiendo visualizar la inversión total necesaria para este rubro, que asciende a 2,570,000. Se observa que se incluyen computadoras de mesa y portátiles, escritorios, sillas, una impresora, aire acondicionado, una mesa de juntas, un archivador y otros activos depreciables, proporcionando una visión clara de los elementos esenciales para el funcionamiento de la oficina.

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	2	400,000	800,000
Computador Portatil	1	600,000	600,000
Escritorios	2	100,000	200,000
Sillas para Computador	2	180,000	360,000
Sillas para Escritorio	4	20,000	80,000
Mesas para Computador	0	0	0
Impresora	1	200,000	200,000
Fotocopiadora	0	0	0
Aire Acondicionado	1	50,000	50,000
Mesa de Juntas	1	100,000	100,000
Sillas para mesa de juntas	0	0	0
Telefonos	0	0	0
Estanterías	0	0	0
Archivador	1	80,000	80,000
Vitrinas	0	0	0
Otros activos fijos depreciables	1	100,000	100,000
			0
			0
			0
			0
TOTAL EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y OTROS			2,570,000

DEPRECIACIÓN Este cuadro detalla la depreciación n de activos fijos, especie ficamente el equipo de oficina, co mputo, muebles y enseres, valuados en 2,570,000, los cuales se

depreciará n en un periodo de 5 an os utilizando el me todo de lí nea recta, resultando en un gasto anual de depreciación n de 514,000 y un gasto mensual de 42,833. Adicionalmente, se muestra la depreciación n de maquinaria y equipo de producción n, con un valor de 0, por lo que no se genera gasto de

depreciación n alguno

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	
Total Equipo de Oficina, Computo y Muebles y Enseres	2,570,000
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea Recta)	5
Valor del Gasto por Depreciación Anual	514,000
Valor del Gasto por Depreciación Mensual	**42,833**
Total Maquinaria y Equipo de Producción	0
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea Recta)	10
Valor del Gasto por Depreciación Anual	0
Valor del Gasto por Depreciación Mensual	**0**

9.1.3 El Capital de Trabajo

Este cuadro detalla el presupuesto de capital de trabajo necesario para el funcionamiento operativo de un negocio, desglosando los gastos mensuales en diversas categorías como honorarios profesionales, servicios públicos, arrendamientos, servicios de vigilancia, entre otros. Para cada gasto, se indica el valor mensual y los meses a financiar, resultando en un valor total por categoría. Se observa que ciertos gastos como servicios públicos, arrendamientos, servicios de vigilancia, copias y fotocopias, así como la nómina y la compra de inventarios, no requieren financiamiento en este periodo, mientras que otros como honorarios profesionales, servicio de cafetería y casino, servicios temporales, servicios generales, telefonía e

internet, gastos legales, mantenimiento, papelería, transportes, y diversos gastos generales, sí lo requieren. La suma total del capital de trabajo necesario asciende a 2,200,000.

PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO			
TIPO DE GASTO	VALOR MENSUAL	MESES A FINANCIAR	VALOR TOTAL
Honorarios Profesionales	250,000	1	250,000
Servicios publicos	150,000	0	0
Arrendamientos	750,000	0	0
Servicios de vigilancia	150,000	0	0
Copias, fotocopias	120,000	0	0
Servicio de cafeteria y casino	250,000	1	250,000
Servicios temporales	250,000	1	250,000
Servicio generales: Aseo y varios	350,000	1	350,000
Servicio de telefonia e internet	150,000	1	150,000
Gastos Legales	150,000	1	150,000
Mantenimiento y Reparaciones	250,000	1	250,000
Papelería y utiles de oficina	250,000	1	250,000
Transportes y Fletes	200,000	1	200,000
Diversos y otros gastos generales	100,000	1	100,000
Nómina	3,300,000	0	0
Compra de Inventarios			0
TOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO			**2,200,000**

9.1.4 La Composición del Capital

Este cuadro resume las inversiones preliminares necesarias para iniciar un negocio, también conocidas como capital semilla. Se presentan tres categorías principales: gastos preoperativos, que incluyen los costos previos al inicio de operaciones;

inversiones fijas, que representan la adquisición de activos duraderos como equipos y mobiliario; y capital de trabajo, que cubre los gastos operativos iniciales. Al sumar estas tres categorías, se obtiene un total de 6,975,000, que representa la inversión total requerida para poner en marcha el negocio.

TOTAL INVERSIONES PRELIMINARES - CAPITAL SEMILLA	
Total de los Gastos Pre Operativos	2,205,000
Total de las linversiones Fijas	2,570,000
Total del Capital de Trabajo	2,200,000
TOTAL DE LAS INVERSIONES PRELIMINARES	**6,975,000**

COMPOSICION DEL CAPITAL - SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFICADA			
Concepto	No Acciones	Vr. Nominal	Vr. Total
Capital Autorizado	13,950	1,000	13,950,000
Capital Suscrito	10,463	1,000	10,462,500
Capital Suscrito Por Cobrar	3,488	1,000	3,487,500
Capital Suscrito y Pagado	6,975	1,000	6,975,000

El Balance General de Constitución n de "FISH TO POWER" al 28/11/2024 muestra un activo total de 6,975,000, compuesto por 2,200,000 en caja, 2,570,000 en equipo de oficina y 2,205,000 en gastos preoperativos, equilibrado por un patrimonio de 6,975,000, reflejando el capital social aportado por

FISH TO POWER		
BALANCE GENERAL DE CONSTITUCION O DE APERTURA		
Fecha: 28/11/2024		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
DISPONIBLE		
Caja		2,200,000
INVENTARIOS		
Inventario de Producto		0
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE		2,200,000
ACTIVO NO CORRIENTE		
ACTIVO FIJO		
Equipo de Oficina y Otros Activos	2,570,000	
Maquinaria y Equipo: Otros activos f	0	2,570,000
DIFERIDOS		
CARGOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos		2,205,000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		4,775,000
TOTAL DEL ACTIVO		6,975,000
PASIVO Y PATRIMONIO		
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aporte de los Inversionistas		6,975,000
TOTAL DEL PATRIMONIO		6,975,000
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		6,975,000

los inversionistas, lo que indica una situación n financiera inicial so lida y una correcta aplicación n de los fondos para el inicio de operaciones.

9.3 La Producción y Los Costos Operacionales

9.3.1 La Producción importación.

Este cuadro presenta la proyección del volumen de producción comercializable para exportación de un producto, mostrando que se exportan 2400 unidades por envío y se realizan 10 exportaciones anuales. Se proyecta un crecimiento anual en el volumen exportado, iniciando con 24,000 unidades en el Año 1 y aumentando progresivamente hasta 30,868.39 unidades en el Año 5. Este crecimiento se basa en tasas de variación anual que aumentan cada

PROYECCION VOLUMEN DE PRODUCCION COMERCIALIZABLE CON EL EXTERIOR							
	CANTIDAD POR	NUMERO DE					

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
	2400	10	360,000,000	400,680,000	454,451,256	525,163,871	618,222,909
COSTO UNITARIO (Costos de Produccion)			15,000.00	15,900.00	17,013.00	18,374.04	20,027.70
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			5.00%	6.00%	7.00%	8.00%	9.00%

año, comenzando con un 5% en el Año 2 y llegando a un 8% en el Año 5.

Este cuadro presenta la proyección de los costos de mercancía vendida para exportación, mostrando que se exportan 2400 unidades por envío, realizando 10 exportaciones anuales. Se proyecta un crecimiento en los costos totales de venta, iniciando con 360,000,000 en el Año 1 y aumentando progresivamente hasta 618,222,909 en el Año 5. Este crecimiento se basa en un aumento del costo unitario de producción, que inicia en 15,000 y crece anualmente, reflejando una tasa de variación que aumenta cada año, comenzando con un 5% en el Año 2 y llegando a un 9% en el Año 5.

9.3.2 Los Costos de Producción

9.3.2.1 Costos Directos

9.3.2.2 Costos de Personal

Este cuadro resume los porcentajes de carga prestacional, que ascienden a un 21.83% del salario, incluyendo cesantías, intereses sobre cesantías, prima de servicios y vacaciones, y la carga parafiscal, que totaliza un 25.50%, abarcando aportes a salud (EPS), fondo de pensión, riesgos laborales (ARL) y caja de compensación, mostrando el impacto total de estas cargas en el gasto de nómina para personal con contrato laboral**.**

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%**

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PAA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO Este cuadro muestra la proyección n de los gastos de personal

para un perí odo de evaluacio n de cinco an os, detallando los costos de no mina para administración n y ventas/comercial, con un incremento anual constante, mientras que la no mina de producción n se

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	38,895,120	41,515,193	44,311,760	47,296,711	50,482,735
Nómina Ventas y Comercial	19,447,560	20,757,596	22,155,880	23,648,355	25,241,368
Nómina Producción	0	0	0	0	0
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	**58,342,680**	**62,272,789**	**66,467,640**	**70,945,066**	**75,724,103**

mantiene en cero durante todo el período, resultando en un gasto total de no mina que aumenta de 58,342,680 en el An o 1 a 75,724,103 en el An o 5.

INDICADOR DE PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE NÓMINA.

INDICADOR DE PROYECCION DE LOS GASTOS DE NOMINA	
SE TOMARÁ 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%**

9.3.2.3 Gastos Generales de Producción

9.4 Los Gastos Generales

9.4.1 La Distribución de los Gastos Comunes

Este cuadro muestra la **distribución porcentual de los gastos generales comunes** de una empresa entre sus tres áreas principales: **Administración, Contable y Financiera**, **Producción (Industrial)** y **Comercial (Mercadeo y Ventas)**. Para cada tipo de gasto, se indica el **presupuesto mensual** y el porcentaje que se asigna a cada área. Se observa que el área de **Producción** no tiene asignado ningún gasto, lo que sugiere que no incurre en gastos generales comunes. La mayoría de los gastos se distribuyen entre las áreas de **Administración** y **Comercial**, con porcentajes variables dependiendo del tipo de gasto. El **total del presupuesto mensual** para estos gastos generales es de **3,670,000**.

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	250,000	70.00%	0.00%	30.00%	100.00%
Servicios publicos	150,000	50.00%	0.00%	50.00%	100.00%
Arrendamientos	750,000	50.00%	0.00%	50.00%	100.00%
Servicios de vigilancia	150,000	50.00%	0.00%	50.00%	100.00%
Copias, fotocopias	120,000	70.00%	0.00%	30.00%	100.00%
Servicio de cafeteria y casino	250,000	50.00%	0.00%	50.00%	100.00%
Servicios temporales	250,000	20.00%	0.00%	80.00%	100.00%
Servicio generales: Aseo y varios	350,000	50.00%	0.00%	50.00%	100.00%
Servicio de telefonia e internet	150,000	60.00%	0.00%	40.00%	100.00%
Gastos Legales	150,000	100.00%	0.00%	0.00%	100.00%
Mantenimiento y Reparaciones	250,000	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
Papelería y utiles de oficina	250,000	50.00%	0.00%	50.00%	100.00%
Transportes y Fletes	200,000	10.00%	0.00%	90.00%	100.00%
Depreciación de Activos	100,000	40.00%	0.00%	60.00%	100.00%
Amortización Diferidos	200,000	80.00%	0.00%	20.00%	100.00%
Diversos y otros gastos generales	100,000	40.00%	0.00%	60.00%	100.00%
TOTAL PRESUPUESTO MES	**3,670,000**				

9.4.2 Los Gastos de Administración

9.4.2.1 Gastos de Personal y su Proyección

Este cuadro detalla la no mina del personal del a rea administrativa, contable y financiera, mostrando que dos empleados, un Especialista en EXP y un Coordinador logis tico, tienen un sueldo mensual de 1,100,000 cada uno, sin auxilio de transporte, lo que resulta en un total devengado de 1,100,000 por empleado. Al aplicar las cargas prestacionales (21.83%) y parafiscales (25.50%), se obtiene un gasto mensual total de 1,620,630 por empleado, sumando un gasto anual de 19,447,560. El costo total de la no mina para esta a rea es de 3,241,260 mensuales y 38,895,120 anuales, reflejando el impacto de las cargas sociales en el

NOMINA DE PERSONAL AREA ADMINISTRATIVA, CONTABLE Y FINANCIERA							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL 21.83%	CARGA PARAFISCAL 25.50%	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
Especialista en EXP	1,100,000.00	0	1100000	240130	280500	1620630	19447560
Coordinador logistico	1,100,000.00		1100000	240130	280500	1620630	19447560
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
TOTAL	2200000	0	2200000	480260	561000	3241260	38895120

costo laboral.

9.4.2.1 Gastos de Personal y su Proyección

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PAA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO

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	38,895,120	41,515,193	44,311,760	47,296,711	50,482,735
Nómina Ventas y Comercial	19,447,560	20,757,596	22,155,880	23,648,355	25,241,368
Nómina Producción	0	0	0	0	0
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	**58,342,680**	**62,272,789**	**66,467,640**	**70,945,066**	**75,724,103**

9.4.2.2 Gastos Generales de Administración y su Proyección

Este cuadro proyecta los gastos generales de administración n para un perí odo de cinco an os, mostrando el presupuesto mensual de cada gasto y el porcentaje asignado al a rea de administración n, contable y financiera, lo que permite visualizar el gasto anual proyectado para cada concepto. Se observa un crecimiento gradual en la mayoría de los gastos a lo largo de los an os, con algunas excepciones como la depreciación n y amortización n, que se mantienen constantes. El presupuesto mensual total para

estos gastos asciende a 3,670,000, reflejando el costo operativo del a rea administrativa a lo largo del tiempo.

PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	% DE PRORRATA AREA DE ADMINISTRACION, CONTABLE Y FINANCIERA	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	250,000	70.00%	2,100,000	2,204,984	2,315,216	2,430,959	2,552,488
Servicios publicos	150,000	50.00%	900,000	945,000	992,250	1,041,863	1,093,956
Arrendamientos	750,000	50.00%	4,500,000	4,725,000	4,961,250	5,209,313	5,469,778
Servicios de vigilancia	150,000	50.00%	900,000	945,000	992,250	1,041,863	1,093,956
Copias, fotocopias	120,000	70.00%	1,008,000	1,058,400	1,111,320	1,166,886	1,225,230
Servicio de cafeteria y casino	250,000	50.00%	1,500,000	1,575,000	1,653,750	1,736,438	1,823,259
Servicios temporales	250,000	20.00%	600,000	630,000	661,500	694,575	729,304
Servicio generales: Aseo y varios	350,000	50.00%	2,100,000	2,205,000	2,315,250	2,431,013	2,552,563
Servicio de telefonia e internet	150,000	60.00%	1,080,000	1,134,000	1,190,700	1,250,235	1,312,747
Gastos Legales	150,000	100.00%	1,800,000	1,890,000	1,984,500	2,083,725	2,187,911
Mantenimiento y Reparaciones	250,000	0.00%	0	0	0	0	0
Papelería y utiles de oficina	250,000	50.00%	1,500,000	1,575,000	1,653,750	1,736,438	1,823,259
Transportes y Fletes	200,000	10.00%	240,000	252,000	264,600	277,830	291,722
Depreciación de Activos	100,000	40.00%	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
Amortización Diferidos	200,000	80.00%	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000	1,920,000
Diversos y otros gastos generales	100,000	40.00%	480,000	504,000	529,200	555,660	583,443
PRESUPUESTO MENSUAL	**3,670,000**		**21,108,000**	**22,043,384**	**23,025,536**	**24,056,795**	**25,139,616**

9.4.3 Los Gastos de Comercialización y Ventas

9.4.3.1 Gastos de Personal y su Proyección

Este cuadro presenta la proyección n de los gastos de personal para un período de cinco an os, detallando los costos de no mina para administración y ventas/comercial, con un incremento anual constante, mientras que la no mina de producción n se mantiene en cero durante todo el período, resultando en un gasto total de no mina que aumenta de 58,342,680 en el An o 1 a 75,724,103 en el An o 5.

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	38,895,120	41,515,193	44,311,760	47,296,711	50,482,735
Nómina Ventas y Comercial	19,447,560	20,757,596	22,155,880	23,648,355	25,241,368
Nómina Producción	0	0	0	0	0
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	**58,342,680**	**62,272,789**	**66,467,640**	**70,945,066**	**75,724,103**

9.4.3.2 Gastos Generales de Comercialización y Ventas

Este cuadro detalla la proyección de los gastos generales del a rea comercial (ventas) para un perí odo de cinco an os, mostrando el presupuesto mensual de cada gasto y el porcentaje asignado al a rea de mercadeo y ventas. Se observa que la mayoría de los gastos se mantienen constantes a lo largo del tiempo, con algunas excepciones como los honorarios profesionales, que experimentan un ligero aumento anual. El presupuesto mensual total para estos gastos asciende a 3,670,000, reflejando el costo operativo del a rea comercial a lo largo del tiempo.

PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DE AREA COMERCIAL (VENTAS) PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA COMERCIAL (MERCADEO Y VENTAS)	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	250,000	30.00%	900,000	944,993	992,235	1,041,840	1,093,924
Servicios publicos	150,000	50.00%	900,000	900,000	900,000	900,000	900,000
Arrendamientos	750,000	50.00%	4,500,000	4,500,000	4,500,000	4,500,000	4,500,000
Servicios de vigilancia	150,000	50.00%	900,000	900,000	900,000	900,000	900,000
Copias, fotocopias	120,000	30.00%	432,000	432,000	432,000	432,000	432,000
Servicio de cafeteria y casino	250,000	50.00%	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
Servicios temporales	250,000	80.00%	2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000
Servicio generales: Aseo y varios	350,000	50.00%	2,100,000	2,100,000	2,100,000	2,100,000	2,100,000
Servicio de telefonia e internet	150,000	40.00%	720,000	720,000	720,000	720,000	720,000
Gastos Legales	150,000	0.00%	0	0	0	0	0
Mantenimiento y Reparaciones	250,000	0.00%	0	0	0	0	0
Papelería y utiles de oficina	250,000	50.00%	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
Transportes y Fletes	200,000	90.00%	2,160,000	2,160,000	2,160,000	2,160,000	2,160,000
Depreciación de Activos	100,000	60.00%	720,000	720,000	720,000	720,000	720,000
Amortización Diferidos	200,000	20.00%	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
Diversos y otros gastos generale	100,000	60.00%	720,000	720,000	720,000	720,000	720,000
PRESUPUESTO MENSUAL	**3,670,000**						

NOMINA DE PERSONAL ÁREA DE VENTAS O COMERCIAL

Este cuadro presenta la no mina del personal del a rea de ventas o comercial, detallando el salario mensual de un Director de ventas, que asciende a 1,100,000, sin auxilio de transporte, resultando en un total devengado de 1,100,000. Al aplicar las cargas prestacionales (21.83%) y parafiscales
(25.50%), se obtiene un gasto mensual total de 1,620,630, sumando un gasto anual de 19,447,560. El costo total de la no mina para esta a rea es de 1,620,630 mensuales y 19,447,560 anuales, reflejando el impacto de las cargas sociales en el costo laboral del Director de ventas.

NOMINA DE PERSONAL AREA DE VENTAS O COMERCIAL							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21.83%	25.50%		
Director de ventas	1,100,000.00	0	1100000	240130	280500	1620630	19447560
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
TOTAL	1100000	0	1100000	240130	280500	1620630	19447560

9.4.3.3 Los Gastos del Proceso Importacion

Este cuadro desglosa los costos de la
Distribución Física Internacional (DFI) para una exportación, separándolos en dos etapas clave: el Tránsito Internacional y el País Importador. En la primera, se detallan los valores CFR y CPT, el seguro internacional, y los valores CIF y CIP resultantes, junto con el costo de DFI en tránsito. En la segunda etapa, se suman los costos de documentación, aduaneros, agentes, bancarios, y un seguro adicional, culminando en el costo de DFI en el país importador y el valor DDP total. Los datos se presentan en unidades monetarias y valores relativos, permitiendo un análisis detallado de los gastos asociados a la importación.

PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

SIMULADOR DE COSTOS DE D.F.I. POR MODALIDAD DE TRANSPORTE

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I	PRODUCTO: Nombre Tecnico o Comercial	ATUN ISABEL	Campos Modificables
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	1604.14.10.00	Campos con Formulas
		POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	1604.10.00.00	
	III	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	CAJA DE ATUN	
	IV	VALOR POR UNIDAD COMERCIAL	0.97	
	V	TIPO DE EMPAQUE	CAJAS SUBIE [illegible]	
		DIMENSIONES DEL EMPAQUE m	13 X 27X36 CM	
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	VI	ORIGEN / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	GUAYAQUIL	
	VII	DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	COLOMBIA	
	VIII	PESO TOTAL KG/TON	350	
	IX	UNIDAD DE CARGA	20	
	X	UNIDADES COMERCIALES	2400	
	XI	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	30	
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XII	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	CIF BUENAVENTURA	
	XIII	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	CARTA DE CREDITO	
	XIV	TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	$ 4,369.70	

	CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN	Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)	Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)	TERRESTRE Costo Unitario	TERRESTRE Costo Total	TERRESTRE TIEMPO (DÍAS)
	EMPAQUE	0.00	0.41		0.000			0.000		
	EMBALAJE	0.00	1.20		0.000			0.000		
PAÍS EXPORTADOR	**VALOR EXW**	**0.97**	**2,329.61**	-	**0.970**	**2,328.00**		**0.970**	**2,328.00**	
	Costos Directos									
	UNITARIZACIÓN	0.050	120.10		0.000			0.000		
	MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR	0.010	23.60		0.000			0.000		
	DOCUMENTACIÓN	0.050	120.10		0.000			0.000		
	TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)	0.171	410.20		0.000			0.000		
	ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	0.058	140.20		0.000			0.000		
	MANIPUELO PREEMBARQUE	0.046	110.10		0.000			0.000		
	MANIPULEO EMBARQUE	0.067	160.00		0.000			0.000		
	BANCARIO	0.100	240.10		0.000			0.000		
	AGENTES	0.094	226.10		0.000			0.000		
	Costos Indirectos									
	ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto	0.000			0.000	-		0.000		
	CAPITAL-INVENTARIO	0.000			0.000	-		0.000	-	
	SEGURO***		226.10			15.13			15.13	
	COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	0.740	**1,776.60**		0.006	**15.13**		0.006	**15.13**	
	VALOR : FCA No Incluye Embarque	1.644	**3,946.21**	-	0.976	**2,343.13**	-	0.976	**2,343.13**	-
	VALOR : FAS No Incluye Embarque	1.644	**3,946.21**	-		N/A			N/A	
	VALOR : FOB	1.711	**4,106.21**	-		N/A			N/A	
TRÁNSITO INTERNACIONAL	TRANSPORTE INTERNACIONAL	0.000			0.000			0.000	-	
	VALOR CFR	1.711	**4,106.21**	-		N/A			N/A	
	VALOR CPT	1.711	**4,106.21**	-	0.976	**2,343.13**	0.00	0.976	**2,343.13**	0.00
	SEGURO INTERNACIONAL	0.011	25.22		0.006	15.13		0.006	15.13	
	VALOR CIF	1.721	**4,131.43**	-		N/A			N/A	
	VALOR CIP	1.721	**4,131.43**	-	0.983	**2,358.26**	0.00	0.983	**2,358.26**	**0.00**
	MANIPUELO DE DESEMBARQUE	0.000			0.000	-		0.000		
	Costos indirectos									
	CAPITAL-INVENTARIO	0.000	-		0.000			0.000		
	COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL	0.751	**1,801.82**		0.013	**30.26**		0.013	**30.26**	
	VALOR DAP** No Incluye Desembarque	1.721	**4,131.43**	-		N/A			N/A	
	VALOR DAT	**1.721**	**4,131.43**	-	**0.983**	**2,358.26**	**0.00**	**0.983**	**2,358.26**	**0.00**
PAÍS IMPORTADOR	TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR	0.000			0.000			0.000		
	ALMACENAMIENTO	0.000			0.000			0.000		
	VALOR DAP***	1.721	**4,131.43**	-	0.983	**2,358.26**	-	0.983	**2,358.26**	-
	DOCUMENTACION	0.000			0.000			0.000		
	ADUANEROS (IMPUESTOS)	0.310	743.86		0.000			0.000		
	AGENTES	0.007	16.53		0.000			0.000		
	BANCARIO	0.000			0.000			0.000		
	Costos indirectos									
	CAPITAL-INVENTARIO	0.000	-	-	0.000			0.000		
	SEGURO		31.63							
	COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR	1.081	2,594		0.013	30.26		0.013	30.26	
	VALOR DDP TOTAL	2.051	4,923.25	-	0.983	2,358.26	-	0.983	2,358.26	-

PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE IMPORTACIÓN (PRODUCCIÓN COMERCIALIZABLE EN EL PAÍS DE DESTINO)

El cuadro proyecta los costos de exportación para un producto específico, con 2400 unidades por envío y 10 envíos anuales, mostrando un aumento constante en el costo total de exportación a lo largo de 5 años, con un incremento anual del 2.75% en el costo unitario de exportación, representado por los gastos del proceso exportador.

PROYECCION DE LOS COSTOS (GASTOS) 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
	2400	10	74,520,301.74	80,400,335.15	87,570,469.83	96,279,851.73	106,844,734.36
Gastos del Proceso Exportador (Costos de la Exportación)			3,105	3,190	3,278	3,369	3,461
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			2.75%	2.75%	2.75%	2.75%	2.75%

9.5 Los Ingresos y su Proyección

Este cuadro proyecta los ingresos por la comercialización de un producto en el exterior durante cinco an os, mostrando que se exportan 2400 unidades por envío, con un precio unitario de venta que aumenta anualmente un 2.75%. Los ingresos totales crecen de 648,114,000.00 en el An o 1 a 929,244,334.08 en el An o 5, reflejando el incremento tanto en el precio de venta como en el volumen de exportación.

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
	2400		648,114,000.00	699,253,513.52	761,613,226.97	837,359,999.48	929,244,334.08
PRECIO UNITARIO DE VENTA			27004.75	27,748.16	28,512.03	29,296.92	30,103.43
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

Este estado de resultados proyectado para el proyecto "FISH TO POWER" detalla los ingresos por ventas en el exterior, el costo de ventas que incluye mercancía y exportación, los gastos generales de administración y ventas, la utilidad operacional, la provisión de impuesto de renta, la utilidad después de impuestos, la reserva legal y la utilidad a distribuir a socios, mostrando una proyección de crecimiento en ventas, pero una disminución gradual en la utilidad a distribuir a socios a lo largo de 5 años

FISH TO POWER					
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	648,114,000	699,253,514	761,613,227	837,359,999	929,244,334
TOTAL INGRESOS	**648,114,000**	**699,253,514**	**761,613,227**	**837,359,999**	**929,244,334**
COSTO DE VENTAS					
Costo de la Mercancía vendida	360,000,000	400,680,000	454,451,256	525,163,871	618,222,909
Costos de la exportacion	74,520,302	80,400,335	87,570,470	96,279,852	106,844,734
Gastos de Personal (Producción)	0	0	0	0	0
Otros Costos: Gastos Generales Producción	0	0	0	0	0
TOTAL COSTOS	**434,520,302**	**481,080,335**	**542,021,726**	**621,443,723**	**725,067,644**
UTILIDAD BRUTA	**213,593,698**	**218,173,178**	**219,591,501**	**215,916,276**	**204,176,690**
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION					
Gastos de Personal de Administración	38,895,120	41,515,193	44,311,760	47,296,711	50,482,735
Gastos Generales de Administración	21,108,000	22,043,384	23,025,536	24,056,795	25,139,616
GASTOS GENERALES DE VENTAS					
Gastos de Personal de Ventas y Comercial	19,447,560	20,757,596	22,155,880	23,648,355	25,241,368
Gastos Generales de Ventas	0	0	0	0	0
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES	**79,450,680**	**84,316,173**	**89,493,176**	**95,001,861**	**100,863,719**
UTILIDAD OPERACIONAL	**134,143,018**	**133,857,006**	**130,098,326**	**120,914,415**	**103,312,971**
Provisión Impuesto de Renta 35%	46,950,056	46,849,952	45,534,414	42,320,045	36,159,540
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	**87,192,962**	**87,007,054**	**84,563,912**	**78,594,370**	**67,153,431**
Reserva Legal	8,719,296	8,700,705	8,456,391	7,859,437	6,715,343
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS	**78,473,666**	**78,306,348**	**76,107,520**	**70,734,933**	**60,438,088**

9.7 Balance

este cuadro presenta la proyección de ingresos y egresos de un proyecto a lo largo de 5 años, mostrando cómo se distribuyen la reserva legal, la utilidad a distribuir a socios, los gastos no desembolsables (depreciación y amortización), y las inversiones preliminares (gastos preoperativos, inversiones fijas y capital de trabajo), culminando en el flujo neto de efectivo anual, el cual inicia con una inversión de 6,975,000 y muestra flujos positivos decrecientes a lo largo del tiempo, permitiendo evaluar la rentabilidad del proyecto

FISH TO POWER						
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		648,114,000	699,253,514	761,613,227	837,359,999	929,244,334
TOTAL INGRESOS		**648,114,000**	**699,253,514**	**761,613,227**	**837,359,999**	**929,244,334**
COSTO DE VENTAS						
Costo de la Mercancía vendida		360,000,000	400,680,000	454,451,256	525,163,871	618,222,909
Costos de la exportacion		74,520,302	80,400,335	87,570,470	96,279,852	106,844,734
Gastos de Personal (Producción)		0	0	0	0	0
Otros Costos: Gastos Generales Producción		0	0	0	0	0
TOTAL COSTOS		**434,520,302**	**481,080,335**	**542,021,726**	**621,443,723**	**725,067,644**
UTILIDAD BRUTA		**213,593,698**	**218,173,178**	**219,591,501**	**215,916,276**	**204,176,690**
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION						
Gastos de Personal de Administración		38,895,120	41,515,193	44,311,760	47,296,711	50,482,735
Gastos Generales de Administración		21,108,000	22,043,384	23,025,536	24,056,795	25,139,616
GASTOS GENERALES DE VENTAS						
Gastos de Personal de Ventas y Comercial		19,447,560	20,757,596	22,155,880	23,648,355	25,241,368
Gastos Generales de Ventas		0	0	0	0	0
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES		**79,450,680**	**84,316,173**	**89,493,176**	**95,001,861**	**100,863,719**
UTILIDAD OPERACIONAL		**134,143,018**	**133,857,006**	**130,098,326**	**120,914,415**	**103,312,971**
Provisión Impuesto de Renta 33%		44,267,196	44,172,812	42,932,447	39,901,757	34,093,281
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		**89,875,822**	**89,684,194**	**87,165,878**	**81,012,658**	**69,219,691**
Reserva Legal		8,987,582	8,968,419	8,716,588	8,101,266	6,921,969
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS		**80,888,240**	**80,715,774**	**78,449,290**	**72,911,392**	**62,297,722**
GASTOS NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación de Activos		1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000	1,200,000
Amortización Diferidos		2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000	2,400,000
INVERSIONES PRELIMINARES						
Gastos Preoperativos	2,205,000					
Inversiones Fijas	2,570,000					
Capital de Trabajo	2,200,000					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	**6,975,000**	**84,488,240**	**84,315,774**	**82,049,290**	**76,511,392**	**65,897,722**

9.8 Valor neto

Este cuadro calcula el Valor Presente Neto (VPN) de un proyecto con una inversión inicial de 6,975,000 y flujos de efectivo proyectados para los siguientes 5 años, utilizando una tasa de descuento del 7%; los flujos de efectivo futuros se ajustan a su valor presente mediante un factor de descuento, y la suma de estos valores descontados, 317,961,636, representa el VPN total del proyecto, indicando su rentabilidad

VALOR PRESENTE NETO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE VALOR PRESENTE NETO						7.000000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-6,975,000	84,488,240	84,315,774	82,049,290	76,511,392	65,897,722
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1.000000	1.070000	1.144900	1.225043	1.310796	1.402552
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-6,975,000	78,960,972	73,644,663	66,976,661	58,370,175	46,984,165
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						317,961,636

Este cuadro muestra el cálculo de la rentabilidad de un proyecto a lo largo de 5 años, utilizando la Tasa Interna de Retorno (TIR). Se parte de una inversión inicial de

6,975,000 (Año 0), y se proyectan flujos de efectivo positivos para los años siguientes. Estos flujos se descuentan utilizando una tasa de interés del 5% para traerlos a su valor presente. La suma de estos flujos descontados es de 335,422,846, lo que indica que el proyecto es rentable

TASA INTERNA DE RETORNO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO						5.000000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	
Flujos Netos de Efectivo	-6,975,000	84,488,240	84,315,774	82,049,290	76,511,392	65,897,722
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1.000000	1.050000	1.102500	1.157625	1.215506	1
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-6,975,000	80,464,990	76,476,893	70,877,262	62,946,112	51,632,589
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						335,422,846

Rentabilidad del Proyecto:

El estudio de los costos y beneficios arroja resultados muy positivos para este proyecto. Con una relación de 43.15, se estima que, por cada dólar invertido, se recuperarán 43.15 dólares. Esto demuestra que el proyecto es financieramente sólido y tiene el potencial de generar ganancias significativas, lo que lo convierte en una opción muy atractiva.

Cálculo del Punto de Equilibrio:

Para determinar el punto exacto en el que el proyecto comienza a generar ganancias, necesitamos información adicional sobre las ventas y los costos. Sin embargo, hemos calculado que los gastos fijos ascienden a 93,424,721.8. Para obtener el punto de equilibrio preciso, es fundamental conocer el precio de venta por unidad y los costos variables asociados a cada unidad, lo que nos permitirá calcular cuántas unidades debemos vender para cubrir todos los gastos y empezar a obtener beneficios.

CONCLUSIONES

En resumen, Ecuador y Colombia tienen grandes oportunidades para crecer económicamente y colaborar juntos. Ambos países pueden fortalecer sus relaciones comerciales enfocándose en la sostenibilidad y la eficiencia, lo que les traerá beneficios mutuos.

Es importante que Ecuador y Colombia puedan equilibrar la oferta y la demanda en la industria para asegurar su viabilidad. Es importante promover políticas que apoyen la pesca sostenible y el comercio justo, para beneficiar a ambos países y al medio ambiente. Ecuador y Colombia tienen una relación importante de interdependencia económica y comercial, lo que contribuye al crecimiento de la producción pesquera, el desarrollo económico y el fortalecimiento de lazos en la región. Realizar proyectos conjuntos beneficia a ambos países.

La relación comercial entre Ecuador y Colombia en la pesca tiene un gran potencial para ambos países. Juntos, ambos países pueden liderar la región en la producción y exportación de productos pesqueros de alta calidad, con una producción anual de más de un millón de toneladas métricas de pescado. Ecuador y Colombia pueden diversificar sus exportaciones y garantizar la sostenibilidad de los recursos marinos para las futuras generaciones mediante la promoción de la certificación de productos sostenibles, la

acuicultura y la investigación en nuevas tecnologías. Esto también contribuirá a mejorar la rentabilidad del sector. Esta alianza estratégica busca establecer un mercado común para productos pesqueros en la región, con el objetivo de mejorar la competitividad y fomentar la llegada de inversiones extranjeras.

Al unir sus procesos de producción, tener la misma calidad en sus productos y mejorar la distribución de los mismos, ambos países pueden ahorrar costos, atraer inversores y ser más competitivos a nivel internacional. Este mercado común beneficiaría a productores, exportadores y consumidores al ofrecer una mayor variedad de productos pesqueros a precios más competitivos. Trabajando juntos en investigación y desarrollo, los países pueden crear tecnologías y productos innovadores que los ayudarán a destacarse en la economía global.

RECOMENDACIONES

Se debe tener en cuenta el producto a importar correspondiente a su clasificación arancelaria para así no presentar inconvenientes en el proceso de esta compra, ya que el responsable legal de la clasificación arancelaria es el importador como el despachante de aduana, La importación de atún requiere una planificación meticulosa y una gestión eficiente de diversos factores. La clasificación arancelaria es fundamental para evitar inconvenientes aduaneros y garantizar el cumplimiento de las regulaciones. Es crucial contar con el asesoramiento de expertos para determinar la clasificación correcta y mantenerse actualizado sobre cualquier cambio en las normativas.

Para este proceso la empresa necesita tener los cocimientos exactos de cuándo se puede comprar al exterior teniendo en cuenta que se debe comprar cuando el dólar esté en su punto más bajo porque de esa manera se puede obtener un mejor precio y gestionar su logística minimizando costos. demás de la clasificación arancelaria, la empresa debe realizar un análisis exhaustivo del mercado cambiario para identificar el momento óptimo para realizar la compra y protegerse de las fluctuaciones del dólar. La negociación con proveedores es otro aspecto clave, donde se deben considerar factores como las condiciones de pago, la logística y la calidad del producto.

Realizar acuerdos de negociación con el proveedor seleccionado para alcanzar beneficios económicos en la logística física de la distribución del producto reduciendo así, los costos que van implicados a dichos procesos. Para garantizar la satisfacción de los clientes, es esencial ofrecer productos de alta calidad que cumplan con los estándares de frescura y

seguridad alimentaria. La investigación de mercados permite identificar las tendencias de consumo y adaptar la oferta de productos en consecuencia. Asimismo, es fundamental desarrollar una estrategia de marketing efectiva para posicionar la marca y diferenciarse de la competencia.

Asegurarse de proporcionar un producto de muy buena calidad que cumplan con el nivel de frescura y seguridad alimentaria. Y tener una alta variedad de productos de atún para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes.

Desarrollar investigación de mercados con regularidad para estar atentos a la tendencia de los consumidores y si se actualizan las normas que se necesitan para realizar una importación. Para garantizar la satisfacción de los clientes, es esencial ofrecer productos de alta calidad que cumplan con los estándares de frescura y seguridad alimentaria. La investigación de mercados permite identificar las tendencias de consumo y adaptar la oferta de productos en consecuencia. Asimismo, es fundamental desarrollar una estrategia de marketing efectiva para posicionar la marca y diferenciarse de la competencia. Sin embargo, la importación de atún también implica una serie de riesgos, como las fluctuaciones en los precios internacionales, los retrasos en el transporte y los cambios en las políticas comerciales. Para mitigar estos riesgos, es necesario diversificar los proveedores, contratar seguros de transporte y establecer relaciones sólidas con socios comerciales. En conclusión, la importación de atún es una actividad compleja que requiere una gestión integral de diversos factores. Al combinar una planificación cuidadosa, una negociación efectiva y una atención constante a la calidad y la seguridad alimentaria, las empresas pueden aprovechar las oportunidades que ofrece este mercado y consolidar su posición en el sector."

Referencias Bibliográficas

https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/decreto-2478-de-2018.pdf,

https://www.dian.gov.co/aduanas/Regimen-de-Aduanas/Presentacion/Paginas/default.aspx#:~:text=Decreto%201165%20del%202019&text=El%20Decreto%201165%20ofrece%20seguridad,las%20operaciones%20de%20comercio%20exterior https://normograma.dian.gov.co/dian/compilacion/docs/resolucion_sgcandina_rsg1456.htm

https://exportou.com/arancel-que-es-y-por-que-es-importante/ https://www.ceupe.com/blog/aduana.html https://www.ceupe.com/blog/aduana.html https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#:~:text=Se%20refiere%20a%20 la%20creciente,trav%C3%A9s%20de%20las%20fronteras%20internacionales) https://www.unir.net/derecho/revista/incoterms/)

(https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/la-pesca-indiscriminada-en-el-caribecolombiano-esta-ahogando-a-los-peces-740540 https://www.treid.co/post/importaciones-colombianas-de-atun-enlatado-entre-enero-de-2020y-febrero-de-2021 https://www.larepublica.co/economia/colombia-se-convirtio-en-el-cuarto-mayor-importadorde-productos-marinos-de-ecuador-3475761 https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/205/El%20mercado%

20del%20atun%20en%20Colombia%20.pdf?sequence=2&isAllowed=y https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30036618