

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE CHONTADURO EN CONSERVA  
DESDE SANTIAGO DE CALI, COLOMBIA HASTA PAÍSES BAJOS, AMSTERDAM

CRISTIAN ALEJANDRO RIVERA MUÑOZ

NICOLE ANDREA ABONIA MOLINA

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “SIMÓN RODRIGUEZ”

INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR

TECNOLOGIA EN GESTION DE COMERCIO EXTERIOR

SANTIAGO DE CALI

2025

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE CHONTADURO EN CONSERVA  
DESDE SANTIAGO DE CALI, COLOMBIA HASTA PAÍSES BAJOS, AMSTERDAM

CRISTIAN ALEJANDRO RIVERA MUÑOZ

NICOLE ANDREA ABONIA MOLINA

**PRESENTADO A:**

HARRINSON SANCHEZ SEVILLANO

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO "SIMÓN RODRIGUEZ"

INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR

TECNOLOGIA EN GESTION DE COMERCIO EXTERIOR

SANTIAGO DE CALI

2025

## Tabla de contenido

|   |           |
|---|-----------|
| Tabla de contenido.....   | 3         |
| <b>1. Problema De Investigación.....</b>                                    | <b>9</b>  |
| <b>1.1 Identificación Del Problema.....</b>                                 | <b>9</b>  |
| <b>1.2 Planteamiento Del Problema.....</b>                                  | <b>9</b>  |
| <b>1.3 Cuadro De Síntoma-Causas-Pronóstico-Y Control De Pronóstico.....</b> | <b>10</b> |
| <b>1.4 Formulación Del Problema.....</b>                                    | <b>11</b> |
| <b>1.5 Sistematización Del Problema.....</b>                                | <b>11</b> |
| <b>1.6 Objetivo General.....</b>  | <b>12</b> |
| <b>1.7 Objetivos Específicos.....</b>                                       | <b>12</b> |
| <b>1.8 Justificación Teórica.....</b>                                       | <b>13</b> |
| <b>1.9 Justificación Práctica.....</b>                                      | <b>14</b> |
| <b>1.10 Justificación Metodológica.....</b>                                 | <b>15</b> |
| <b>2. Marcos.....</b>   | <b>16</b> |
| <b>2.1 Marcos De Referencia.....</b>  | <b>16</b> |
| <b>2.2 Marco Teórico.....</b>   | <b>17</b> |
| <b>2.3 Marco Conceptual.....</b>  | <b>22</b> |
| <b>2.4 Marco Contextual.....</b>  | <b>24</b> |
| <b>2.4.1. Colombia.....</b>   | <b>24</b> |
| <b>2.4.2. Países Bajos.....</b>   | <b>26</b> |
| <b>2.5 Marco Legal.....</b>   | <b>27</b> |
| <b>2.6 Marco Temporal.....</b>  | <b>29</b> |
| <b>3. Diseño Metodológico.....</b>  | <b>31</b> |
| <b>3.1. El estudio de viabilidad.....</b>                                   | <b>31</b> |
| <b>3.2. Recolección de datos.....</b>                                       | <b>31</b> |
| <b>3.3. Clase o tipo de investigación.....</b>                              | <b>32</b> |
| <b>3.4. Método de investigación.....</b>                                    | <b>32</b> |
| <b>3.5. Técnicas de investigación.....</b>                                  | <b>33</b> |
| <b>3.6. Población y muestra.....</b>  | <b>33</b> |
| <b>3.7. Procedimientos.....</b>   | <b>34</b> |
| <b>3.8. Línea De Investigación.....</b>                                     | <b>35</b> |
| <b>3.9. Delimitación del objeto de estudio.....</b>                         | <b>35</b> |
| <b>4. Estudio De Mercado.....</b>   | <b>36</b> |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 4.1.   | <b>Análisis del sector</b> .....   | 36 |
| 4.1.1. | <i>El sector exportador colombiano</i> .....                                   | 36 |
| 4.1.2. | <i>El mercado del producto en el exterior</i> .....                            | 39 |
| 4.1.3. | <i>Análisis Dofa</i> .....   | 40 |
| 4.2.   | <b>Inteligencia De Mercados</b> .....  | 41 |
| 4.2.1. | <i>Posibles Mercados Para Exportación Del Producto</i> .....                   | 41 |
| 4.2.2. | <i>El país seleccionado (País de destino)</i> .....                            | 45 |
| 4.2.3. | <i>El País de Origen (Colombia)</i> .....                                      | 49 |
| 4.3.   | <b>El Producto</b> .....   | 53 |
| 4.3.1. | <i>Portafolio de Productos</i> .....   | 53 |
| 4.3.2. | <i>Generalidades y/o características del producto a exportar</i> .....         | 53 |
| 4.4.   | <b>El Mercado Proveedor</b> .....  | 54 |
| 4.5.   | <b>Mercado potencial objetivo</b> .....  | 54 |
| 4.5.1. | <i>La Población Objetivo</i> .....   | 54 |
| 4.5.2. | <i>Tendencias y comportamiento del consumo en el país de destino</i> .....     | 55 |
| 4.5.3. | <i>Requisitos Del Consumidor Del País De Destino</i> .....                     | 56 |
| 4.6.   | <b>El Mercado Competidor</b> .....   | 56 |
| 4.6.1. | <i>Países Exportadores Del Producto</i> .....                                  | 57 |
| 4.7.   | <b>El Canal de Distribución</b> .....  | 57 |
| 4.8.   | <b>Estrategias de Mercadeo y Ventas</b> .....                                  | 59 |
| 5.     | <b>El Estudio Técnico</b> .....  | 61 |
| 5.1.   | <b>Localización del Proyecto</b> .....   | 61 |
| 5.1.1. | <i>Macro Localización</i> .....  | 62 |
| 5.1.2. | <i>Micro Localización</i> .....  | 62 |
| 5.1.3. | <i>Planta Física</i> .....   | 63 |
| 5.2.   | <b>Aspectos Técnicos Del Producto</b> .....                                    | 64 |
| 5.2.1. | <i>Ficha Técnica</i> .....   | 64 |
| 5.2.2. | <i>Capacidad de Producción y/o Comercialización por unidad de Tiempo</i> ..... | 64 |
| 5.2.3. | <i>Unidad de Empaque y etiquetado para la exportación</i> .....                | 64 |
| 5.3    | <b>La unidad Empresarial Exportadora</b> .....                                 | 68 |
| 5.3.1  | <i>Tipo de Sociedad</i> .....  | 68 |
| 5.3.2  | <i>Razón Social</i> .....  | 69 |

|   |     |
|---|-----|
| 5.3.3 <i>Misión Empresarial</i> .....   | 69  |
| 5.3.4 <i>Principios y Valores</i> .....   | 70  |
| 5.3.5 <i>Políticas de Empresa</i> .....   | 70  |
| 5.3.6 <i>Organigrama Empresarial</i> .....  | 71  |
| 5.3.7 <i>Las Necesidades de Personal</i> .....  | 71  |
| 5.3.8 <i>Perfiles y Funciones del Personal</i> .....  | 72  |
| 6. El Plan Exportador .....   | 79  |
| 6.1 Régimen de Exportación .....  | 79  |
| 6.2 Trámites del Proceso Exportador .....   | 79  |
| 6.2.1 <i>Posición Arancelaria Capítulo – Partida arancelaria – Sub partida arancelaria – Posición arancelaria</i> ..... | 82  |
| 6.2.2 <i>Permisos Previos y/o Vistos Buenos</i> .....   | 83  |
| 6.2.3 <i>Términos De Negociación</i> .....  | 84  |
| 6.2.4 <i>Agente De Carga Y/O Tipo De Transporte</i> .....   | 84  |
| 6.2.5 <i>Medio De Pago</i> .....  | 85  |
| 6.2.6. <i>El Contrato De Exportación</i> .....  | 85  |
| 6.2.7. <i>Políticas Sociales Y Ambientales</i> .....  | 87  |
| 7. El Estudio Económico y Financiero .....  | 88  |
| 7.1 Las Inversiones Preliminares.....   | 88  |
| 7.1.1 <i>Los Gastos Pre Operativos</i> .....  | 88  |
| 7.1.2 <i>Las Inversiones Fijas</i> .....  | 89  |
| 7.1.3 <i>El Capital de Trabajo</i> .....  | 90  |
| 7.1.4 <i>La Composición del Capital</i> .....   | 91  |
| 7.2. El Balance General de Constitución .....   | 91  |
| 7.3 La Producción y Los Costos Operacionales .....  | 93  |
| 7.3.1 <i>La Producción Exportable</i> .....   | 93  |
| 7.3.2 <i>Los Costos de Producción</i> .....   | 93  |
| 7.4. Los Gastos Generales.....  | 97  |
| 7.4.1 <i>La distribución de los gastos comunes</i> .....  | 97  |
| 7.4.2 <i>Los Gastos De Administración</i> .....   | 98  |
| 7.4.3. <i>Los Gastos de Comercialización y Ventas</i> .....   | 100 |
| 7.5 Los Ingresos y su Proyección .....  | 102 |
| 7.6 El Estado de Resultados y su Proyección.....  | 103 |

|  |     |
|--|-----|
| 7.7 El Flujo Neto de Efectivo .....                          | 104 |
| 7.8 El Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno..... | 105 |
| 8. Conclusiones .....  | 107 |
| 9. Recomendaciones .....                                     | 108 |
| 10. Bibliografía .....                                       | 109 |

### Tabla de ilustraciones

|                     |    |
|---------------------|----|
| Ilustración 1 ..... | 24 |
| Ilustración 2.....  | 26 |
| Ilustración 3.....  | 34 |
| Ilustración 4.....  | 37 |
| Ilustración 5.....  | 40 |
| Ilustración 6.....  | 46 |
| Ilustración 7.....  | 53 |
| Ilustración 8.....  | 63 |
| Ilustración 9.....  | 65 |
| Ilustración 10..... | 66 |
| Ilustración 11..... | 66 |
| Ilustración 12..... | 67 |
| Ilustración 13..... | 67 |
| Ilustración 14..... | 71 |
| Ilustración 15..... | 79 |
| Ilustración 16..... | 82 |
| Ilustración 17..... | 83 |
| Ilustración 18..... | 88 |
| Ilustración 19..... | 88 |
| Ilustración 20..... | 89 |
| Ilustración 21..... | 89 |
| Ilustración 22..... | 90 |
| Ilustración 23..... | 90 |
| Ilustración 24..... | 91 |
| Ilustración 25..... | 91 |
| Ilustración 26..... | 92 |
| Ilustración 27..... | 92 |
| Ilustración 28..... | 93 |
| Ilustración 29..... | 93 |
| Ilustración 30..... | 94 |
| Ilustración 31..... | 94 |
| Ilustración 32..... | 95 |
| Ilustración 33..... | 96 |
| Ilustración 34..... | 96 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| Ilustración 35..... | 97  |
| Ilustración 36..... | 98  |
| Ilustración 37..... | 98  |
| Ilustración 38..... | 99  |
| Ilustración 39..... | 99  |
| Ilustración 40..... | 100 |
| Ilustración 41..... | 100 |
| Ilustración 42..... | 101 |
| Ilustración 43..... | 101 |
| ilustración 44..... | 102 |
| ilustración 45..... | 102 |
| ilustración 46..... | 102 |
| ilustración 47..... | 103 |
| ilustración 48..... | 103 |
| Ilustración 49..... | 104 |
| Ilustración 50..... | 105 |
| Ilustración 51..... | 106 |
| Ilustración 52..... | 106 |

#### índice de tablas

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1. Cuadro síntoma, causa y pronostico..... | 11 |
| Tabla 2. Ficha técnica.....                      | 64 |
| Tabla 3. Identificación de cargo.....            | 72 |
| Tabla 4. Identificación de cargo.....            | 73 |
| Tabla 6. Identificación de cargo.....            | 74 |
| Tabla 8. Identificación de cargo.....            | 75 |
| Tabla 9. Identificación de cargo.....            | 75 |
| Tabla 10. Identificación de cargo.....           | 76 |
| Tabla 11. Identificación de cargo.....           | 77 |

## Introducción

El fruto de la palma de chontaduro contiene muchas proteínas, aceites, vitaminas y minerales, pero no solo se utiliza el fruto de la palma, sino también el tallo para la elaboración de viviendas y la fabricación de utensilios para la cocina. (El Palmicultor, 2022)

Todo indica que el nombre proviene del griego, baktron, que significa palo de caña, pero también se dice que estas palmas fueron domesticadas por las etnias indígenas.

El mercado de personas buscando alternativas saludables de alimentación está creciendo en todo el mundo poco a poco, esto representa una oportunidad de negocio que debe ser considerada y analizada para saber si se pueden obtener una buena rentabilidad y ganancias económicas.

Esto es justamente lo que se analizará en el presente trabajo, mediante una investigación profunda que incluye una investigación de mercado, estudios de viabilidad, legal y administrativos, de mercados, técnico, cálculo de costos de la importación, análisis de los impactos sociales y ambientales, y los marcos teóricos, conceptuales y contextuales, se llegará a la conclusión sobre la factibilidad de exportación de chontaduro envasado en conserva. Estos exportados con el fin de ser comercializados en el mercado de países bajos y lograr reconocimiento y rentabilidad.

## **1. Problema De Investigación**

### **1.1 Identificación Del Problema**

Se tiene la oportunidad de exportar chontaduro en conserva desde Santiago De Cali hasta países bajos con el fin de ser comercializadas aquí.

El chontaduro es una de la frutas que se produce en diferentes países como costa rica, Brasil y Bolivia, pero Colombia es uno de los productores del cultivo de esta fruta en muy tradicional por sus diferentes preparaciones en la gastronomía colombiana es consumido a nivel nacional e internacional, es uno de los productos más completos a nivel nutricional cuenta con minerales como la vitamina A, Omega 3 y 6 es ideal para las personas aquellas personas que padecen anemia y enfermedades como la anorexia y problemas digestivos.

El chontaduro posee grandes variedades de derivados en diferentes países, y también cambia su nombre ejemplo en Venezuela lo llaman paniguado, manecilla.

Colombia es un país potencial en el comercio de chontaduro, por lo general se consume más que todo nacionalmente por vendedores ambulantes, pero algunos vendedores o comerciantes quieren impulsar su negocio al enviar este fruto al exterior en diferentes presentaciones en este caso enviar a países bajos.

### **1.2 Planteamiento Del Problema**

El chontaduro es un fruto tropical originario de América Latina específicamente cultivado en la región pacífica de Colombia, ha sido reconocido por sus propiedades nutricionales y su versatilidad en la gastronomía y en preparaciones. Este fruto o alimento, rico en proteínas, carbohidratos, vitaminas, (A, B, C) otros minerales como el calcio o fósforo ha despertado mucho interés con una acción saludable y exótica en los mercados internacionales.

A pesar de que sus características son únicas, el chontaduro enfrenta muchos desafíos y riesgos significativos en su posicionamiento global. En el contexto de las exportaciones colombianas está posicionado como un actor clave en el comercio agrícola, destacándose por

productos como el café, el banano, el aguacate hass estos productos son muy reconocidos por su calidad y frescura, han logrado captar mucho la atención del mercados exigentes como son el mercado europeo y el mercado estadounidense aunque Colombia cuenta con una infraestructura logística eficiente y acuerdos comerciales que facilitan las exportaciones, estos también tienen muchas particularidades que las que las hacen competitivas incluyendo la diversidad de sus productos, la posición estratégica del país y su compromiso con prácticas sostenibles pero existen brechas que limitan el alcance de productos exóticos como el chontaduro, debido a la falta de estrategias y el desconocimiento de las demandas en el mercado internacional pero también se cuenta con unas oportunidades de exportación desde Colombia son prometedoras, cómo es la fruta el chontaduro, la demanda global de alimento se innovadores y sostenible ofrece un nicho muy atractivo para este producto además, que este se puede transformar o procesar en conservas o harinas incrementando su valor agregado y competitividad en el mercado internacional contando con el apoyo institucional, Colombia tiene la posibilidad de posicionar al chontaduro como un símbolo de la biodiversidad y riqueza cultural en el contexto mundial de las exportaciones a través de Colombia hacia otros países así que logren conocer el chontaduro no solo como un fruto nada más sino como el ingrediente para muchas preparaciones como lo son los jugos arepas empanadas tortas y demás.

(Wikipedia, s.f.)

### **1.3 Cuadro De Síntoma-Causas-Pronóstico-Y Control De Pronóstico**

En este caso se tiene la oportunidad para organizar y proyectar productos, o preparaciones con frutas exóticas, para impulsar la agricultura del país para esto es necesario adoptar un plan para exportar y aprovechar la oportunidad de desarrollar productos a base de esta fruta en este caso sería a base de la harina de chontaduro, dando a conocer las ventajas del chontaduro y aumentar la demanda internacional

Tabla 1. Cuadro síntoma, causa y pronóstico.

| <b>síntomas</b>   | <b>Causas</b>   | <b>Pronóstico</b>   | <b>Control de Pronóstico</b>  |
|---|---|---|---|
| Demanda creciente de chontaduro y frutas en el exterior                   | La producción del chontaduro se da en muy pocos países incluidos Colombia | El mercado internacional no se podría proveer del fruto           | exportación de chontaduro colombiano para comercialización internacional. |
| Competencia con otros países productores como Brasil                      | Infraestructura colombiana mejorable                                      | Mayor competencia del chontaduro brasileño en el mercado exterior |   |
| Una deficiente industria tecnológica de producción masiva del chontaduro. | Poca inversión en el sector tecnológico en Colombia                       | Monopolio en la oferta del chontaduro                             |   |

#### 1.4 Formulación Del Problema

¿Cómo desarrollar un estudio de factibilidad para la exportación de chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta Países Bajos?

#### 1.5 Sistematización Del Problema

1. ¿Cómo analizar elementos de inteligencia de mercado para la exportación de chontaduros en conserva desde Santiago de Cali hasta Países Bajos?

2. ¿Qué aspectos logísticos y técnicos se deben considerar para la exportación de chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta Países Bajos?
3. ¿Qué aspectos legales se deben tener en cuenta para exportar chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta Países Bajos?
4. ¿Qué elementos económicos y financieros se deben tomar en cuenta para exportar chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta Países Bajos?
5. ¿Cómo optimizar la huella ecológica para la exportación de chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta Países Bajos?

### **1.6 Objetivo General**

Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta países bajos

### **1.7 Objetivos Específicos**

1. Realizar inteligencia de mercado para la exportación de mercado para exportar chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta Países Bajos.
2. Describir los aspectos logísticos y técnicos para la exportación de chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta Países Bajos
3. Proponer una estructura administrativa y legal para exportar chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta Países Bajos
4. Tomar en cuenta los elementos económicos y financieros necesarios para exportar chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta Países Bajos
5. Realizar un estudio de responsabilidad social y ambiental para la exportación de chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta Países Bajos

## 1.8 Justificación Teórica

Desde la visión teórica, este trabajo se realiza con el objetivo de aportar al campo de la investigación y el conocimiento sobre los pasos y requisitos necesarios para lograr de forma exitosa la exportación de chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta Países Bajos.

Se toma como referencia la teoría del comportamiento del consumidor, teoría que ha sido desarrollada por varios autores, pero cuyos autores clave son Abraham Maslow y Philip Kotler, esta teoría habla sobre cómo las motivaciones personales, humanas y los factores psicológicos, sociales y culturales del consumidor influyen sobre las decisiones de compra de este. (zendesk, 2024)

Se toman aspectos teóricos de Adam Smith, donde se habló sobre las ventajas absolutas respecto a producción en el mercado y cómo está es la base necesaria para que pueda hacer comercio entre 2 países. Básicamente se dice que, si algún país puede producir de forma más eficiente un producto, esto conlleva a que ese país tenga una ventaja respecto a su competencia. (La Universidad En Internet, s.f.)

Se toman aspectos teóricos de la segmentación de mercados, propuesta por Wendell R. Smith, esta teoría }habla sobre cómo dividir un mercado en grupos con necesidades y exigencias similares puede resultar siendo beneficioso para la investigación y el marketing, eliminando esfuerzos y recursos en la investigación. (Emeritus, 2024)

La teoría propuesta por Jhon Stuart habla sobre la demanda recíproca, dónde se explica y propone la necesidad económica de un balance entre las importaciones y exportaciones de un país. (Leyes y Teorías Del Comercio Exterior, s.f.)

La teoría de John Stuart Mill de la demanda reciproca, en la cual argumenta la ley de los valores internacionales y plantea la necesidad de mantener la igualdad entre las importaciones y las exportaciones. En este contexto, una definición simple de la demanda recíproca sería “la fuerza fundamental que determina el punto exacto de la relación del intercambio”.

Una de las teorías es la teoría de las 4 p de Jerome McCarthy, está representando un libro sobre cosas básicas del marketing. Esta se fundó en 1960. Según esta teoría el marketing se puede estructurar con un entorno o cuatro elementos que se ofrecen en el mercado incluyendo sus características calidad de beneficios el precio el valor monetario se fija considerando percepción del cliente y Los costos plaza o distribución como el producto llega al consumidor ya sea a través de tiendas físicas o digitales y por último promoción que es la comunicación de estrategias para dar a conocer el producto como publicidad relaciones públicas etcétera encuestas promociones de bajar el precio del producto en ocasiones. (Couser, 2023)

Se tienen en cuenta la teoría de la ventaja competitiva propuesta por Michael Porter, profesor de la Escuela de Negocios de Harvard, en su obra Ventaja competitiva: creación y sostenibilidad de un desempeño superior. En este escrito se describe la capacidad o atributos que permite que una empresa pueda superar a sus contrincantes. (Inovalabs, s.f.)

En el aspecto financiero se tiene en cuenta la teoría de la contabilidad de costos, Escrito por Charles T. Horngren, Srikant M. Datar y Madhav V. Rajan donde se indaga en la clasificación de costos los tipos de costos, ya sean fijos, variables, directos e indirectos, y su impacto en la rentabilidad empresarial. (Contabilidad y Finanzas, s.f.)

### **1.9 Justificación Práctica**

Desarrollar y aportar a la investigación de los procesos y requisitos necesarios para hacer una exportación de chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta el mercado de los Países Bajos, utilizando metodología documental mediante fuentes secundarias de internet y el conocimiento proveído por Intenalco en el proceso completo de Formación, con el fin de reducir y/o eliminar barreras de conocimiento e información. Todo esto con el propósito de completar con información precisa cómo es el proceso de una exportación, sirviendo al mismo tiempo como una guía para la investigación futura de distintos organismos y estudiantes,

siendo indirectamente un aporte económico al país por medios de apoyo investigativo y documental aportado por la institución de Intenalco y el trabajo de los autores.

### **1.10 Justificación Metodológica**

Para lograr el objetivo de investigación del trabajo se usarán herramientas como el análisis de mercado, aplicado al mercado de los Países Bajos.

Es útil la realización del trabajo por el soporte que puede significar para las futuras investigaciones.

Para lograr el fin del trabajo se basará en un tipo de investigación documental, basada en documentos, artículos, informes y estudios. Este trabajo utiliza fuentes secundarias de información, ya que se basa en datos previamente establecidos y obtenidos de internet, bases de datos online e investigaciones previas. El objetivo de la investigación es describir y analizar la información obtenida sobre una posible exportación de chontaduro en conserva desde Santiago de Cali hasta Países Bajos. Toda esta información será analizada desde una metodología cualitativa y descriptiva.

## 2. Marcos

### 2.1 Marcos De Referencia

En el marco de referencia se mencionan todos los trabajos investigativos usado como referentes para la realización del presente trabajo, son investigaciones públicas y previamente existentes con temas similares.

**1. estudio de viabilidad de exportación de chontaduro en conserva desde Colombia a países bajos** – Se usó como referencia el trabajo investigativo realizado por Lina Marcela Serrano Bonilla y Jessica Lorena Guaran Galvis publicado en el año 2019, que tiene como objetivo evaluar la factibilidad de exportación de chontaduro en conserva desde Colombia. En este trabajo se llegó a la conclusión de que la exportación de chontaduro desde Santiago de Cali hasta Países Bajos es factible porque basado en sus investigaciones se concluyó que el país si es adecuado para el propósito, ya que en Países bajos se ve una tendencia por alimentos y productos saludables y sostenibles, además de ser un país con muchas facilidades de transporte Se hacen recomendaciones sobre la TRM, el estudio de factibilidad y las características nacionales de cultivo.

**2. plan de negocio exportador chontaduro en conserva cachipay** – Se usó como referencia el trabajo plan de negocio exportador realizado por Valentina Escobar Mejía, Diana Ximena Velásquez Sánchez y Cristina Camilo Gutiérrez Restrepo publicado en el año 2011, que tiene como un plan de negocio de exportación de chontaduro en conserva desde Colombia. En este trabajo se llegó a la conclusión de que la exportación de chontaduro desde este país hasta Cachipay es factible porque basado en sus investigaciones se concluyó que el país si es adecuado para el propósito, ya que en Cachipay para mejorarlas condiciones de esta población satisfaciendo sus necesidades responde a las necesidades del entorno y a sus expectativas, para impactar en todos los sectores de la vida local y nacional.

Se tomo este trabajo de referencia ya también se realizó una investigación para exportación de chontaduro en conserva desde Colombia, pero se decidió utilizar aplicar más el país del trabajo anterior.

### **3. ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DEL ARÁNDANO AZUL COLOMBIANO**

**AL MERCADO NORTE** – Se usó como referencia el trabajo realizado por Breidi Jhoan Murillo González, Sebastián Patricio Orozco Arciniegas y Juan Felipe Serna Aros publicado en el año 2020. Se utiliza por la similitud de exportación de una fruta exótica. En este trabajo se busca Determinar la viabilidad de exportación de arándanos azules desde Colombia hacia el mercado de Norteamérica. En el trabajo se llegó a la conclusión de que Colombia tiene un potencial muy grande para la producción del arándano, ya que cuenta con las condiciones idóneas tanto de cultivo como en aspectos relacionados a las barreras arancelarias, ya que Colombia cuenta con un TLC con estados unidos. Esto representa una ventaja comparativa, aun así, se necesita una mayor inversión en el aspecto tecnológico de la producción para aprovechar esta ventaja y lograr ser competitivo.

#### **2.2 Marco Teórico**

Se refiere al conjunto de teorías, modelos y enfoques que sirven para sustentar el problema de investigación planteado, sirve para proveer al investigador de una corriente de pensamiento y herramientas que permiten comprender el fenómeno estudiado.

Según la teoría del comportamiento del consumidor, cuyo autor es Abraham maslow y Philip Kotler basada en cuántas personas toman decisiones de compra según sus necesidades y deseos, maslow también introduce la pirámide necesidades que clasifica las motivaciones humanas en cinco niveles. Las necesidades fisiológicas de seguridad social y destino de autorrealización. Según esta teoría, los consumidores priorizan satisfacer las necesidades básicas antes de avanzar hacia las más complejas. Por otro lado, Kotler se centra más en el marketing, en cómo las empresas pueden influir en el comportamiento del consumidor, y

además propone estrategias como la segmentación y la focalización para adaptar las acciones del marketing en diferentes grupos de consumidores. (zendesk, 2024)

En este contexto, se logra entender que la exportación de chontaduro en conserva desde Cali Colombia ayuda a identificar las necesidades que el producto puede satisfacer mientras que otras orientan sobre cómo conectar esas necesidades con estrategias de marketing para poder llevar el producto hacia otro nivel y poder posicionarlo a nivel de mercado. (zendesk, 2024)

La teoría de maslow asegura que, a través de su conocida jerarquía de necesidades, puede ofrecer una perspectiva interesante para analizar las exportaciones de chontaduro en conserva desde Colombia hacia Holanda, los consumidores buscan satisfacer sus necesidades de manera nivelada, desde las más básicas hasta las que buscan una realización, y estas pueden ser aplicadas tanto en el producto como en las características del destino. También implica identificar la segmentación del público objetivo y la exposición del producto en el mercado, cumpliendo y satisfaciendo todas las necesidades de los beneficiados, ya que los consumidores en Holanda podrían mostrar interés particular en los productos sostenibles, saludables y con valores añadidos como la conexión cultural o prácticas éticas. (zendesk, 2024)

Es crucial identificar las tendencias del mercado, la exportación de chontaduro podría destacar su origen exótico y sostenible, aprovechando la imagen de biodiversidad y autenticidad que Colombia representa para escalar en la jerarquía de necesidades, y este debe resaltar no solo como un fruto que satisface el hambre, sino que también ofrece una experiencia rica y significativa para el consumidor. (zendesk, 2024)

La teoría de Philips Kotler profundiza un poco más en las personas, grupos y organizaciones que compran, usan o descartan los productos. Prácticamente, los que los

valoran. Esa teoría analiza factores personales sociales y culturales que influyen en las decisiones de compra, permitiendo que las empresas diseñen estrategias de marketing más efectivas. (Ministerio de agricultura, ganadería y pesca, s.f.)

Mediante esa teoría sería importante investigar como percibirían este producto, qué necesidades satisfacen y cómo esto ayuda a alinear los valores culturales y sociales, además factores como el empaque, el precio y la promoción deben adaptarse a la expectativa del mercado objetivo para maximizar el éxito de la exportación.

La ventaja competitiva es su autenticidad y origen, ya que el chontaduro representa un producto ético y representativo de la región pacífica de Colombia, también tiene un alto valor nutricional y es muy rica en fibra y vitaminas. Tiene sostenibilidad, ya que su proceso del cultivo y exportación los hace sostenibles. Es un cultivo ecológico y que apoya a consumidores locales, también ayuda mucho en la innovación de la presentación del empaque, tiene muchas diferencias culinarias el chontaduro en conserva puede presentarse como un ingrediente clave para la cocina creativa, resaltando las recetas y usos con los que puedan ser utilizados, tanto para los consumidores como para los chefs y restaurantes. (Inovalabs, s.f.)

Se puede observar también la relación calidad precio, ya que aseguran un precio competitivo mientras se mantiene una alta calidad, esto puede ayudar a incidir en las decisiones de comprar a favor del producto según el público.

La teoría de John Stuart Mill, en su principio de la demanda recíproca, que según esa teoría el éxito de una exportación depende de la relación entre la oferta y la demanda entre los países portador y el país importador. Y que, si el equilibrio en el comercio internacional se establece cuando la oferta de la exportación de un país igual a la demanda del importador, y que la idea es que se benefician del comercio internacional en función de las fuerzas de la demanda en su producto mercado extranjero. Esto quiere decir que para una lograr una

exportación exitosa es crucial entender las necesidades de las preferencias del mercado objetivo y ajustar la oferta. (Leyes y Teorías Del Comercio Internacional, s.f.)

También dice que, si se profundiza más la relación entre los países, el exportador y el importador tienen que destacar unos términos de intercambio como puede influir esto de la ventaja obtenida por ambos países involucrados en el comercio esto quiere sugerir que un país puede negociar mejores condiciones comerciales y un producto tiene alta demanda y pocos sustitutos en el mercado internacional, o sea pocos que le hagan competencia. (Leyes y Teorías Del Comercio Internacional, s.f.)

Aplicándolo al trabajo sobre el chontaduro en conservas, esto ayuda a garantizar su diferenciación, alta sostenibilidad, y calidad para mejorar su atractivo y que llegue a ser valorado altamente en el mercado extranjero como en este caso hay varios ítems a identificar, por ejemplo la identificación de la demanda específica anulante, investigar cómo los consumidores neerlandeses perciben el chontaduro y también la influencia en los términos de intercambios y acentuadores se posiciona como un producto de alta demanda, podría obtener más altos y mejores condiciones comerciales en caso tal de que no tenga competencia o tanta competencia y relación a oferta demanda como ya se ha dicho anteriormente también se puede mirar un poco la elasticidad de la demanda, que explica cómo responden los consumidores a cambios en los precios. Juega un papel muy crucial en esto ya que si el chontaduro en conserva tiene un mercado objetivo que considera el producto como un lujo o algo único en el mercado, es posible que la demanda sea menos sensible a los aumentos de precio. Esto permitiría obtener márgenes más altos en el comercio. (Leyes y Teorías Del Comercio Internacional, s.f.)

Basada en esta teoría, también existen regulaciones comerciales y aranceles donde señala que los costos asociados al comercio como tarifas o impuestos pueden afectar los

términos de intercambio. Reducir esos costos, por ejemplo, aprovechando acuerdos comerciales entre Colombia y la Unión Europea como acuerdo comercial. Múltiples partes pueden incrementar la competitividad del chontaduro en conserva y la integración cultural según la teoría la aceptación de un producto extranjero puede ser muchas similitudes o curiosidades culturales ya que este también ayuda a destacar la historia y la tradición y las formas de consumo y podría crear una conexión emocional con los consumidores neerlandeses en base a Colombia ya que este es un producto muy importante para Colombia representa la historia del Pacífico colombiano y que si se vuelve un producto con alta demanda, podría representar a Colombia a nivel global. (Leyes y Teorías Del Comercio Internacional, s.f.)

la teoría de las 4 p de Jerome McCarthy se aplicaría la siguiente manera al trabajo: En primer lugar, con respecto al Producto, se garantizaría que este sobresalga por su alta calidad y una presentación innovadora, cumpliendo con todos los estándares internacionales requeridos. En segundo lugar, el Precio se establecería de forma competitiva, considerando los costos de producción para asegurar que refleje un valor justo y atractivo en el mercado. Tercero, se elegirían Canales de Distribución eficientes, utilizando supermercados, tiendas especializadas y plataformas de comercio electrónico, a través de los cuales se facilitaría la promoción del producto. Finalmente, la Promoción se enfocaría en campañas creativas para destacar el origen colombiano del producto, resaltando su procedencia de una región culturalmente rica como es el Pacífico, y explicando por qué este origen es un valor diferenciador para la marca. (Couser, 2023).

La teoría de la ventaja comparativa de Porter dice que es posible usar distintas ventajas inherentes al contexto y ambiente como una forma de generar un mayor grado de competencia a los rivales respecto a la competencia. En el contexto de la exportación de chontaduro desde Colombia hasta países bajos, la ventaja comparativa se encuentra en el hecho de que este

fruto es cosechado en una cantidad bastante reducida de países, siendo uno de estos Colombia. Gracias a esto Colombia puede ser uno de los pocos países que pueden ofrecerlo en el mercado internacional, por lo que esto representa una ventaja muy grande y una gran oportunidad de negocio. (Inovalabs, s.f.)

Según la teoría de la contabilidad de costos escrita por Charles T. Horngren, la implementación de un sistema de costos usando técnicas innovadoras de asignación, análisis y optimización de los costos hará que la empresa genere una rentabilidad mucho más grande. Esto no solo es útil para la presente investigación, sino que también es útil para cualquier empresa que quiera ser rentable. En este libro se explican temas como la asignación de costos, donde explica cómo rastrear los gastos de la empresa de una forma precisa, El análisis de variaciones, donde se explican formas de investigar e interpretar a dónde se está desviando el capital, detectando así ineficiencias y oportunidades de mejorar, e incluso se habla sobre el costo del volumen por unidad y cómo se puede optimizar para reducir costos. Todos estos conceptos son aplicables a la exportación de chontaduro y son muy útiles para tener en cuenta. (Contabilidad y Finanzas, s.f.)

### 2.3 Marco Conceptual

Los términos usados a continuación son usados y aplicados en el presente trabajo.

- **Chontaduro:** Según el tiempo, el chontaduro, cuyo nombre científico es *Bactris gasipaes*, es una fruta que crece en palmeras en las zonas tropicales de Sudamérica, esta fruta se da con una forma ovalada, con un tamaño que varía entre 4 y 7 cm, sus colores varían entre amarillos, verdes o naranjas y su pulpa es rígida y muy fibrosa.
- **Exportación:** Según el decreto 1165 del año 2019, la exportación se define como la salida de mercancías del territorio aduanero nacional, cuyo destino se tiene en otro país,

- **Importación:** Según el decreto 1165 del año 2019, la importación se define como la introducción al territorio aduanero nacional de una mercancía cuyo origen de da en el exterior, esto cumpliendo los términos y condiciones establecidos en este decreto.
- **Declaración aduanera:** Según el decreto 1165 del año 2019, se define como el acto o documento utilizado por el declarante para indicar a las autoridades aduaneras cuál fue el régimen aduanero aplicable a la mercancía, además de suministrar información relevante sobre esta.
- **TLC:** Los TLC son un acrónimo que proviene de la frase “Tratado de libre comercio” y se basa en un acuerdo firmado entre 2 países para establecer la relación comercial entre ellos. Los TLC buscan reducir barreras al momento de hacer un intercambio de productos entre los 2 países, y establecer de forma clara y transparente las reglas y pautas
- **Conservas:** método de preparación de alimentos utilizado para prolongar la vida útil de estos
- **Arancel:** término utilizado para referirse a los impuestos aplicados a las importaciones
- **Restricciones fitosanitarias:** normas establecidas por los países para evitar la propagación de plagas y enfermedades
- **Cultura:** Conjunto de estilos de vida y costumbres que caracterizan a un grupo social
- **Incoterm:** Abreviación de “International Commercial Terms”, son distintos términos que definen cuáles serán las responsabilidades y las obligaciones tanto del importador como del exportador
- **Viabilidad:** Se refiere a qué tan posible es que algo se lleve a cabo teniendo en cuenta el contexto de la situación.
- **Posición arancelaria:** Código numérico asignado a los productos para su identificación en los procesos de importación y exportación, según el sistema de la Dian

- **Embalaje:** Tipo de envase o protección utilizado para transportar el chontaduro de manera eficiente durante la exportación
- **Segmento de mercado:** Grupo específico de consumidores al que se dirige el producto, en este caso, personas interesadas en frutas exóticas en los Países Bajos.

## 2.4 Marco Contextual

Describe el ambiente, circunstancias y entorno específico de un país, Ya sea cultura, Nivel de vida, Características ambientales, etc.

### 2.4.1. Colombia

La república de Colombia, conocido popularmente simplemente como Colombia es un país ubicado en el noroccidente de América del sur, es el cuarto país más grande de Sudamérica y el vigésimo quinto más grande del mundo, contando con un territorio de aproximadamente 1.141.748

km<sup>2</sup>. Es el único país de Sudamérica que tiene acceso tanto al océano Pacífico como al Océano Atlántico. En general Colombia es un país muy diverso en todos los aspectos, esto se ve reflejado en aspectos del país como su gran biodiversidad, ya que es el país con la segunda mayor biodiversidad de todo el mundo, su rica diversidad cultural, que mezcla aspectos de las culturas



Nota. Tomado de (Wikipedia, s.f.)

indígenas, africanas y europeas, su música, conocida principalmente por la cumbia y el vallenato, su literatura con autores como Gabriel García Márquez, e incluso la religión, ya que a pesar de ser un país mayormente católico, otras religiones siguen creciendo en popularidad, incluso presentándose un crecimiento en el ateísmo.

Colombia cuenta con una población de aproximadamente 52 millones de habitantes, haciéndolo el tercer país más poblado de América, después de Brasil y Argentina. Esta población se centra especialmente en áreas urbanas como su capital Bogotá, Medellín, Cali y

Barranquilla. En general la diversidad étnica del país es muy amplia, ya que en este se mezclan las etnias negras, indígenas, y europeas, resultando en una población principalmente mestiza, aunque hay departamentos donde se ve una mayor predominancia de algunas etnias por ejemplo la población indígena que se ve principalmente en la Amazonía colombiana, o la población afrocolombiana que se ve principalmente en la región Pacífico colombiana especialmente en departamentos como el chocó, esto debido a la esclavitud que hubo en cierto momento de la historia colombiana. Su idioma oficial es el español.

Respecto a su economía, Colombia es una de las económicas más importantes de América latina, sus sectores clave se da en temas como la agricultura (café, flores, y frutas), la minería (petróleo, carbón y oro), y el sector manufacturero. Colombia estaba presentando un crecimiento significativo antes de que inicie la pandemia, pero posterior a esto y Colombia ha estado en un periodo de desaceleración económica del que lentamente está intentando recuperarse, se prevé que esto se dé en los próximos años gracias a la disminución de la inflación y las tasas de interés que está viviendo el país en los últimos años.

La economía colombiana lleva detrás de sí muchos problemas y desafíos que necesitan enfrentar, principalmente la pobreza, la corrupción y la desigualdad económica entre los habitantes.

Las exportaciones juegan un papel muy importante en la economía colombiana ya que la balanza económica está completamente desequilibrada, esto significa que son muchas más los ingresos económicos que se tiene en el país mediante las importaciones que mediante las exportaciones, lo cual no es realmente ideal para la economía de un país, por lo que se espera que la producción del país pueda diversificarse y así poder ofrecer un catálogo más amplio de productos a ser exportados al mercado internacional.

Colombia sigue siendo un país catalogado como tercermundista, por lo que son muchos retos a ser vencidos para lograr la finalidad de tener un país económicamente próspero y qué

puede ofrecer una vida digna a los habitantes del país, a pesar de que Colombia es un país con mucho potencial y de alguna forma tiene una ventaja comparativa con el resto de los países en aspectos como la ubicación geográfica y el tamaño del país, estas ventajas no se ven del todo aprovechadas por distintas razones políticas y gubernamentales.

### 2.4.2. Países Bajos

Los países bajos es un país europeo occidental cuyo idioma oficial es el neerlandés,

Ilustración 2



aunque un gran porcentaje de esté hable inglés con fluidez. Cuenta con paisajes muy planos del cuál gran parte se encuentra bajo el nivel del mar, solo protegido por un extenso sistema de diques construidos para retener o regular el paso del agua, especialmente para prevenir inundaciones. El país cuenta con un gran sistema fluvial y es uno de los países más densamente poblados del mundo, con 17.8 millones de habitantes repartidos en un territorio de 41.865 kilómetros cuadrados.

La economía neerlandesa es una de las economías más estables de Europa, ocupando el quinto lugar en economía de la unión europea y el puesto 20 internacionalmente, contando con un nivel de educación, seguridad e infraestructura muy alto. Es conocido como un centro logístico muy importante para la unión europea, ya que el puerto de Rotterdam es el más

grande de toda Europa, lo que hace que sea un lugar con mucho movimiento de

Fuente: (El Orden Mundial, s.f.)

importaciones que posteriormente son distribuidas al resto de Europa. A pesar de su tamaño, el país exporta bastantes productos agrícolas.

Al igual que muchos países europeos, la cultura neerlandesa es conocida por ser pragmática y directa, valora mucho la eficiencia y honestidad, orientada a la colaboración y además es muy abierta y tolerante, tendiendo un gran énfasis en la igualdad e inclusión.

La mayor problemática del país es el cambio climático, aunque esto es algo que empezará a mostrar consecuencias en unos años más debido al aumento del nivel del mar. También Aspectos como la densidad de su población y aspectos sociales como la inmigración.

## 2.5 Marco Legal

En Colombia, el marco legal que rige las exportaciones está formado por diversas regulaciones y entidades encargadas de su supervisión, entre las cuales se encuentran:

- **Artículo 150, numeral 19, literales b y c:** establece las competencias de la rama legislativa del poder público para regular el comercio exterior. Por su parte, el artículo 189, numeral 25, establece las competencias de la rama ejecutiva del poder público para regular el comercio exterior.
- **Ley 7 de 1991:** Establece directrices generales para la regulación del comercio exterior del país y da origen al Ministerio de Comercio Exterior, al Banco de Comercio Exterior y al Consejo Superior de Comercio Exterior. Entre las normas de esta ley se incluyen: la formulación de normas generales para que el Gobierno Nacional pueda gestionar el comercio exterior, la creación del Ministerio de Comercio Exterior (Función Pública, s.f.)
- **Ley 9 de 1991:** también conocida como el Nuevo Estatuto Cambiario, fue promulgada el 17 de enero de 1991 en Colombia. Esta ley establece las normas generales que debe seguir el Gobierno Nacional para regular los cambios internacionales y adopta medidas complementarias. Tiene muchos objetivos y toca muchos temas diferentes, pero un artículo en específico es bastante importante para la presente investigación, es el

artículo 25 de esta ley donde se menciona que los exportadores están exentos de todo gravamen. Esto fue un cambio muy importante para los exportadores. (Función Pública, s.f.)

- **Decreto 1165 de 2019:** El Decreto 1165 de 2019 rige las normas aduaneras del régimen de exportaciones en Colombia. Este decreto consolida y armoniza las normas vigentes, y simplifica puntos para mejorar la logística y reducir los trámites, se habla de exportación en los siguientes artículos:
  - **Artículo 110:** Se modifica el numeral 12 para que se identifiquen por medios físicos o electrónicos las mercancías en proceso de exportación.
  - **Artículo 33:** Se establecen los presupuestos para actuar como exportador en los trámites aduaneros.
  - **Artículo 91:** Se modifica el inciso 1 y el párrafo 2 para incluir los centros de distribución logística internacional.
- **Decreto 360 de 2021:** Es un decreto que modifica el Decreto 1165 de 2019, relativo al régimen de aduanas en Colombia. El objetivo de este decreto es facilitar las operaciones de comercio exterior y atender necesidades derivadas de la emergencia sanitaria por el COVID-19. Algunas de las modificaciones que introduce el Decreto 360 de 2021 son:
  1. Ajustes al concepto de Análisis Integral en los procesos de fiscalización de la DIAN.
  2. Eliminación de la prohibición de realizar labores de transporte, consolidación y desconsolidación de carga y depósito para Agentes de Aduanas.
  3. Exigencia de un dispositivo de trazabilidad de carga en las mercancías, unidades de carga o medios de transporte.

4. Permiso para que los importadores o exportadores OEA hagan importaciones de forma temporal de materias primas e insumos para su procesamiento o manufactura industrial.
- **Decreto 659 de 2024:** Su objetivo es actualizar la normativa para mejorar el desempeño logístico del país y aumentar la seguridad en las fronteras. Algunas de las modificaciones más relevantes son:
    1. Se introduce una nueva etapa llamada autorización de pago.
    2. Se da mayor importancia a la actualización de la declaración anticipada.
    3. Se invierte el proceso de pago e inspección.
    4. Se reduce el tiempo de permanencia en el lugar de arribo para realizar el retiro de la mercancía
    5. Se establece que la inspección previa se realiza en el lugar de arribo, salvo en casos especiales.
    6. Se permite el pago de tributos aduaneros después del proceso de selectividad.
    7. Se establece la suspensión del beneficio de pago consolidado en algunos casos.
    8. Se establece que la DIAN puede declarar contingencia operativa por eventos que afecten la logística, orden público o desastres naturales.
  - Ley 1014 del 2006: Esta ley es conocida como la ley De fomento a la cultura del emprendimiento. Este proyecto de ley se enfoca en potenciar y promover el emprendimiento colombiano, contando con estrategias que desarrollen el espíritu emprendedor de los habitantes del país, con un énfasis en pequeñas y grandes empresas y usando estrategias como la asignación de recursos públicos o facilidad de disposición de créditos (Congreso de Colombia, 2006)

## 2.6 Marco Temporal

Se describen los periodos de tiempo en que se desarrollará un trabajo. El proyecto actual se planea desarrollar en dos etapas.

- **Anteproyecto:** que se trata del período en el tiempo del proceso de formulación y análisis del proyecto para la exportación chontaduro en conserva desde Santiago de Cali, Colombia hacia Países Bajos el proceso se está desarrollando entre los meses de febrero hasta mayo del año 2025.
- **Proyecto:** se refiere a la etapa del tiempo donde este se hace real de forma descriptiva de la exportación de chontaduro en conserva desde Santiago de Cali, Colombia hacia Países Bajos y durante este el anteproyecto se destinará a la realización en los meses de agosto hasta noviembre del año 2025.

### 3. Diseño Metodológico

#### 3.1. El estudio de viabilidad

Para cumplir con las metas de este proyecto, se llevarán a cabo diversos estudios de viabilidad que determinarán si el plan es viable para su futura ejecución. Al evaluar cualquier proyecto, es esencial considerar varios aspectos: un estudio de mercado, uno técnico, otro organizacional, uno legal, y finalmente, estudios financieros y económicos, además de analizar los riesgos y los impactos sociales y ambientales. Como señala Juan Carlos Landaure, profesor del Diploma Internacional en Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión de ESAN. (Esan, 2017), *“con la información obtenida en el estudio de viabilidad, y usando ciertos indicadores, es posible saber si un proyecto es viable, qué tan viable es, y cuáles son sus puntos fuertes y débiles”*.

Por lo tanto, para desarrollar los objetivos específicos mencionados en el capítulo 1.7, la investigación se centrará en los siguientes estudios.

- Estudio Legal y Administrativo
- Estudio de Mercados
- Estudio Técnico
- Cálculo de costos de la importación
- Análisis de los impactos sociales y ambientales

Los estudios de viabilidad tienen en cuenta cómo un proyecto afecta la vida de las personas, especialmente las que viven cerca del lugar objetivo. Esto implica analizar si se crearán nuevos trabajos y si mejorarán las condiciones de vida de la comunidad.

#### 3.2. Recolección de datos

La realización de este trabajo se realizó una investigación de fuentes secundarias, principalmente basado en recolección de información extraída de contenido online como

investigaciones, Sitios web, artículos y paginas oficiales como la Dian o los ministerios de comercio colombianos.

### 3.3. Clase o tipo de investigación

La presente investigación es de carácter cualitativo con un nivel descriptivo, bajo un diseño documental. Se clasifica como descriptiva porque busca detallar las variables comerciales y logísticas de la exportación de chontaduro; y es documental ya que el proceso de recolección de información se fundamenta en el análisis de fuentes secundarias especializadas.(QuestionPro, s.f.)

Este tipo de estudio permitirá conocer cómo se comportan ciertos productos en el mercado y así identificar las preferencias del público al que se dirige la investigación. Además, ayudará a realizar futuras encuestas detalladas sobre los aspectos a analizar del producto.

La investigación tiene un enfoque multimetodico ya que se utiliza también un enfoque cualitativo que tiene como intención buscar datos exactos y medibles con el fin de analizar los resultados y así sacar distintas conclusiones analizando la información proveída. (QuestionPro, s.f.)

### 3.4. Método de investigación

En este proyecto investigativo se utilizaron distintos métodos de investigación que ayudaron a la realización de este. Los métodos fueron:

- **método inductivo:** Este método está basado en la recopilación de una cantidad de datos considerable respecto al objeto de estudio, para posteriormente hacer un análisis de sus características y propiedades y finalmente sacar una conclusión. (Diferenciador, s.f.)
- **método deductivo:** Este tipo de método está basado en la investigación de teorías e información existente con el fin de comprobar la veracidad hipótesis propias. Este

método se diferencia de la inductiva, ya que no busca crear teorías propias.

(Diferenciador, s.f.)

### **3.5. Técnicas de investigación**

En las investigaciones existen 2 tipos de fuentes de información, la secundaria y la primaria. Estas se diferencian en cuanto al origen que tienen la información utilizada. Lo que se debe tener en cuenta es que el tipo de información primaria se puede definir como toda aquella información extraída por medios propios, mientras que las fuentes secundarias se basan en toda información previamente existente y extraída de medios confiables como artículos, paginas gubernamentales e investigaciones, entre otros.

Con esto en cuenta, se puede decir que el presente trabajo investigativo consta de un tipo de investigación con fuentes secundarias, ya que se usó el análisis de fuentes como páginas web, artículos científicos, estadísticas y libros.

### **3.6. Población y muestra**

En esta investigación se contó con un tipo de población finita y real, ya que la población de los países bajos, a pesar de ser considerablemente grande, puede ser medida y separada en grupos focales que faciliten en análisis de su consumo y comportamiento.

La muestra de una investigación se refiere a un grupo separado del total que comparte características similares entre sí, estos grupos focales son muy útiles para analizar la información de una forma más específica y útil. En este caso, el grupo focal se basa en las personas interesadas en la búsqueda de una dieta más sana y los que están dispuestos a consumir algo nuevo y exótico.

Para conocer la cantidad de población que se recomienda ser utilizada se puede utilizar la siguiente formula:

Ilustración 3

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

**Nota. Formula tamaño de muestra población finita, obtenido de** (questionpro, 2025)

La fórmula presentada en la imagen sirve para calcular el tamaño de muestra (n) para una población finita, donde el tamaño de muestra (n) se determina a partir del tamaño total de la población (N) y un parámetro estadístico (Z) que depende del nivel de confianza deseado. además, se considera la probabilidad de éxito (p) y de fracaso (q), que se complementa con el error de estimación máximo aceptado (e).

### 3.7. Procedimientos

La realización de este trabajo empezó con la selección del producto y el país al que será enviado, esto fue posible gracias a una investigación previa que se realizó sobre los posibles beneficios y ventajas de hacer una elección informada. Todo este proceso es conocido como el estudio de mercado, donde se toman en cuenta los aspectos únicos culturales y contextuales tanto de Colombia como de los países bajos. (QuestionPro, 2025)

Se continuó con el desarrollo del aspecto teórico del proyecto, mencionando teorías en la justificación teórica, practica y metodológica, para ser detalladas posteriormente en los marcos, todo esto usando el estilo de las normas APA 7 para la estructura, citas y bibliografía.

Posteriormente, se estableció el tipo de investigación utilizado para la realización del trabajo investigativo.

En cuanto a aspectos legales, se investigaron las leyes y decretos que abarcan un proceso de exportación, esto con el fin de llevar un proceso totalmente legal y declarado.

Con todo esto en cuenta, se pudo proceder con las conclusiones y recomendaciones.

### **3.8. Línea De Investigación**

El presente trabajo se inscribe en la línea de investigación del programa Tecnología en gestión de Comercio Exterior del Instituto técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez” “Estudio de factibilidad para proceso de exportación”

### **3.9. Delimitación del objeto de estudio**

La investigación del presente proyecto será ejecutada dentro de los límites entre las ciudades Cali y Ámsterdam, que se encuentran ubicadas en los países, Colombia y Países bajos.

## 4. Estudio De Mercado

### 4.1. Análisis del sector

Se tiene el tamaño del mercado y la demanda en el tema de importaciones de frutas y hortalizas tropicales. La Unión Europea es el mayor importador de frutas tropicales del mundo, en 2023 se pudieron iniciar que las importaciones de productos frescos y procesados del país en desarrollo superaron los 16 millones de euros, de los cuales los Países Bajos representa un porcentaje significativo de entrada.

También se pudo pensar que en el mercado neerlandés de alimentos saludables y exóticos está en constante crecimiento, como un valor estimado de \$3 millones de euros anuales. El 35% de los consumidores neerlandeses de entre 25 y 45 años declaran que les interesa probar alimentos exóticos o frutas que sean de países externos o productos que vengan de origen europeo coma también se puede evidenciar el precio de referencia de los productos se podría comprar con algunos precios de algunos productos similares en tiendas especializadas o mercados en Ámsterdam. El precio del palmito en conserva que es un producto con un procesamiento similar oscila entre los 3.50 euros y 5.00 por lata de 400 g, un precio sugerido para el chontaduro en conserva teniendo en cuenta el valor de ser un súper alimento o la novedad, se podría estimar un precio de venta al público entre 4.50 a 6.00 euros por envase de 400 g.

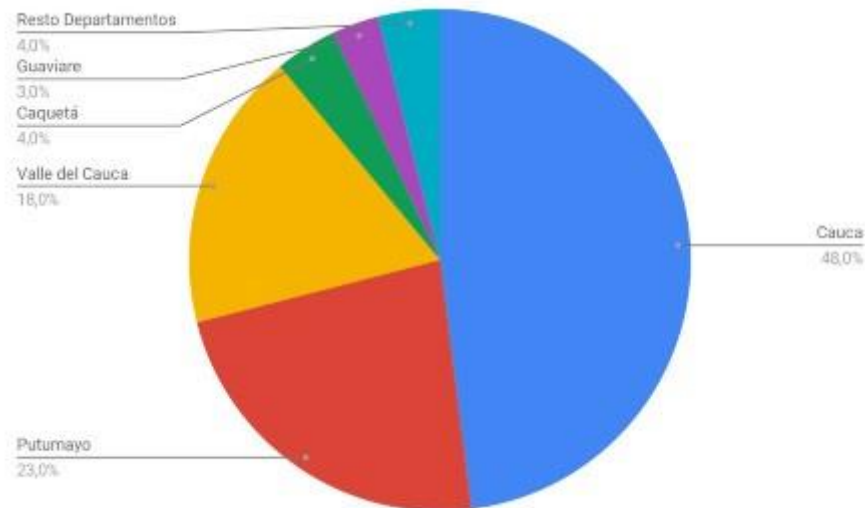
#### 4.1.1. *El sector exportador colombiano*

Según la información proveída por la revista artefacto, el chontaduro es producido en toda la costa del pacífico, principalmente en los departamentos de Nariño, Cauca, Valle del Cauca y el Chocó. (Revista Artefacto, s.f.)

Actualmente su cultivo se da por campesinos originarios de las zonas de cultivo, normalmente continuando el negocio o tradición de la familia, su producción se da de forma

bastante artesanal, además de tener una falta de estandarización, ya que el chontaduro producido varía mucho en tamaño y color. (Revista Artefacto, s.f.)

Ilustración 4



Nota. Diagrama del porcentaje de participación de producción del chontaduro. Obtenido de (Revista Artefacto, s.f.)

Cómo se puede ver en la gráfica, El departamento del cauca es una de las zonas de producción más grandes del país, contando con una ocupación del 48% en total, le sigue putumayo con un 23% y el valle del cauca con un 18% de participación.

Lamentablemente, la información acerca de los exportadores de chontaduro es realmente muy escasa, por lo que no se puede indagar en profundidad, aunque según la información prevenida por el DANE, en el primer semestre del año 2024 se exportaron 104.050\$ dólares FOB, comparándolo con los 112.614\$ dólares FOB se puede observar un crecimiento en el sector de conservación de frutas.

La poca información acerca de la exportación de chontaduros demuestra que el no es una fruta muy documentada ni exportada, por lo que se está perdiendo la oportunidad de comercializar esta fruta que considero que tiene mucho potencial. (Dane, 2025)

#### **4.1.1.1. Michael Porter**

En este estudio de mercado también se puede evidenciar el marco de las cinco fuerzas de Michael Porter porque ayudan a entender la rentabilidad y la competitividad del sector, por ejemplo, el poder de la negociación de los compradores:

Las grandes cadenas de supermercados que estos tienen un alto poder de negociación y exigen grandes volúmenes también los minoristas especializados y tiendas étnicas que su poder es menor pero también ayuda al mercado y compran volúmenes más pequeños y están más abiertos a productos del nicho o con historia de origen.

También se puede ver el poder de la negociación de los proveedores: poder del 80 del chontaduro en Colombia existen múltiples proveedores como lo que le da a la empresa un poder de elección mayor para reducir este poder se podrían establecer contrato de largo plazo y relaciones justas con los productores para asegurar la calidad y el volumen constante del chontaduro también mirar el tema de la región del Pacífico donde se crea ese producto que es muy reconocido por su calidad y eso fortalece la cadena de suministros.

Amenaza del productos sustituto en este momento no se evidencia que haya un producto idéntico en el mercado europeo en este momento sustitutos indirectos puede que haya la amenaza viene de otros superalimentos tropicales posicionados como el açai el mango la guanábana y el lulo punto que también son productos en conserva de alta calidad y muy cotizados también como el palmito y los corazones de alcachofas que son muy cotizados en el exterior.

Amenaza a nuevos competidores barreras de entrada estas son significativas incluyendo el cumplimiento de las estrictas normativas de la ue Unión Europea, la necesidad de una cadena de frío y logística eficiente, y la inversión inicial de la planta de procedimientos para conserva también se puede evidenciar los competidores potenciales que podrían surgir de

otros países productores de chontaduro como es Ecuador o empresas colombianas que vean la oportunidad.

Para mantener la ventaja, se debe tener la diferenciación de la marca y la eficiencia de la cadena de suministro, estos siendo claves para esa operación, la rivalidad entre los competidores existe pero es baja, actualmente la rivalidad es casi nula ya que no se ha identificado exportadores de chontaduro en conserva en volúmenes significativos hacia Países Bajos a futuro a medida que el mercado crezca podría entrar nuevos actores, la clave es establecer la marca como pionera y líder del mercado y ser uno de los mayores exportadores de chontaduro en conserva a el exterior en este caso Ámsterdam

#### **4.1.2. El mercado del producto en el exterior**

El chontaduro pertenece al sector agrícola, específicamente el de la fruta. Este sector cuenta con una demanda creciente a nivel mundial, ya que en general se presenta una creciente tendencia en las personas de buscar un estilo de vida más saludable y amigable con el ambiente.

Según un estudio realizado por Mapfre donde se analizó la adopción de hábitos saludables, el consumo en el año 2020 de frutas incrementó en un 66%, de vegetales en un 59% y de producto fresco en un 49%. Cuando se les preguntó a las personas, la mayoría dijo que ahora les importa mucho más su salud, un 67% para ser exactos. Esta preocupación es aún mayor entre los jóvenes. Por ejemplo, 8 de cada 10 personas entre 25 y 34 años, y casi 3 de cada 4 jóvenes de 18 a 24 años, dijeron que están decididos a comer de forma más saludable de ahora en adelante. (Mapfre, 2020)

Es importante especificar que en la población europea este fenómeno se ve mucho más marcado, ya que la tendencia alimentaria de esta zona se ve muy inclinada a llevar una alimentación y estilo de vida mucho más sano, apropiando hábitos como una alimentación

saludable, bajo consumo de bebidas alcohólicas o el consumo de grasas saludables como el omega 3. (innova market insights, 2024)

A pesar de esto, es verdad que el chontaduro no es una fruta ampliamente conocida en Europa, por lo que es importante un planteamiento de estrategia de inserción al mercado, destacando sus propiedades y beneficios para la salud y de esa forma poder ampliar la cuota de mercado.

#### 4.1.3. Análisis Dofa

Ilustración 5

| Dofa   |   |
|--|---|
| Debilidades  | Oportunidades                                   |
| Posible desconocimiento del producto en el exterior    | Creciente demanda de alimentos saludables       |
| Fluctuaciones en la calidad y el precio del chontaduro | TLC con distintos países                        |
| Baja infraestructura local                             | Sostenibilidad                                  |
|  | Mercado abierto a probar                        |
| Fortalezas   | Amenazas  |
| Ventaja de ubicación                                   | Competencia de otros alimentos saludables       |
| Producto único   | Inestabilidad Política                          |
| Red de proveedores local                               | Aumento de costos por Requisitos fitosanitarios |
| Potencial de transformación                            |   |

#### Nota. Diagrama DOFA de la empresa. Elaboración propia

El DOFA es un método de planificación estratégica desarrollada por Albert Humphrey en la década de 1960 durante su trabajo en el Instituto de Investigación de Stanford. Su objetivo es analizar Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas de una empresa o proyecto con el fin de poder identificar qué factores internos y externos pueden afectar al éxito de un proyecto o negocio. (Uni Andes, 2023)

En el caso de la empresa, su principal ventaja respecto a los factores internos es la ubicación, ya que facilita el acceso a la materia prima en la región y optimiza la cadena de suministro. Además, cuenta con una red de proveedores amplia comparada con otras regiones del país, por lo que por esa parte se puede asegurar un suministro constante del chontaduro. Lamentablemente, también se cuenta con algunas debilidades relevantes como el posible desconocimiento del producto en el exterior, lo que representa un reto para su comercialización y reconocimiento de marca, además la empresa es vulnerable a los cambios en la calidad y el precio de la materia prima, lo cual puede afectar su rentabilidad. (We Are Testers, 2025)

En cuanto a los factores externos también cuenta tanto con ventajas como con desventajas. En las oportunidades, se muestra una gran posibilidad de capitalizar la creciente demanda de alimentos saludables a nivel global, poniendo al chontaduro como un superalimento exótico y nutritivo. También tiene a su favor los tratados de libre comercio (TLC) que tiene con los países bajos, ya que a pesar de que Colombia y los países bajos no tienen un trato directo, si lo tiene por el TLC que Colombia tiene con la unión europea, esto facilita el acceso al mercado al reducir barreras arancelarias. A pesar de estas ventajas, no se puede ignorar que también se cuenta con algunas amenazas a considerar como la competencia de otros alimentos saludables ya posicionados, como la quinua o el aguacate, La inestabilidad política a nivel local o en el exterior representa un riesgo para la cadena de suministro, y el aumento de costos por requisitos fitosanitarios podría encarecer sus operaciones de exportación.

## **4.2. Inteligencia De Mercados**

### **4.2.1. Posibles Mercados Para Exportación Del Producto**

Para la selección del país al cual exportar se tuvieron en cuenta 4 posibles países, estos fueron los siguientes:

**España:** La opción es interesante por la similitud idiomática y cultural que tiene Colombia con España, lo que facilitaría la comercialización y las campañas de inserción al mercado, además de contar con una comunidad latina muy grande.

España es una democracia parlamentaria y una monarquía constitucional ubicada en la península ibérica de Europa, incluye 17 regiones autónomas y su capital es Madrid. Es el segundo país más montañoso de Europa, después de Suiza. Es una de las economías más grandes de la unión europea, con un modelo de mercado desarrollado que se beneficia del turismo, los servicios y un diverso sector manufacturero. Aunque sufre de periodos de desempleo, su economía se ve generalmente estable. La religión mayoritaria es el catolicismo, aunque la sociedad garantiza la libertad religiosa. Demográficamente, es una de las más envejecidas de Europa, con una baja tasa de natalidad y un aumento de la inmigración que ayuda a compensar el declive poblacional, su población es de aproximadamente 48 millones. Es un país con índices de criminalidad relativamente bajos en comparación con sus vecinos europeos y el resto del mundo, España mantiene un enfoque progresista alineado con los estándares de la Unión Europea, integrando políticas sociales que priorizan la igualdad de género, la protección de grupos vulnerables y el fortalecimiento del sistema de salud pública. En el ámbito ambiental, el país destaca por su transición energética hacia las energías renovables, regulada por la Ley de Cambio Climático, la cual busca alcanzar la neutralidad de carbono para 2050 mediante la protección de la biodiversidad y el impulso a la economía circular.

**Estados unidos:** Es una opción llamativa por varias razones, incluyendo su enorme comunidad latina que ya conocen el chontaduro, además de un gran sector de personas buscando alimentos saludables y exóticos, además, el país tiene un TLC con Colombia, lo cual es muy conveniente para la exportación.

Estados Unidos opera como una república federal constitucional, una forma de gobierno que combina donde se divide en un gobierno central y estados o provincias que también tienen su propia autonomía política. Estados Unidos se caracteriza por una marcada polarización política y una estructura federal donde los estados tienen gran autonomía. En el ámbito social, el sistema se apoya en programas públicos como Social Security, Medicare y Medicaid, aunque carece de una red de bienestar universal comparable a la europea, delegando gran parte de la protección social al sector privado y al empleo. En materia ambiental, el país ha reimpulsado la inversión en energías limpias y tecnologías de descarbonización mediante la Ley de Reducción de la Inflación, buscando recuperar el liderazgo climático global, aunque estas medidas enfrentan constantes desafíos legales y cambios de planes según la administración del momento. Es un país de 50 estados que ocupa una extensa sección de América del Norte, su capital es Washington D.C. Cuenta con la economía más grande del mundo, con un modelo capitalista que se beneficia de la innovación tecnológica, servicios y una industria diversa, aunque tiene problemas como la desigualdad y la deuda pública. Es un país con gran diversidad y libertad de culto, aunque el cristianismo sigue siendo la religión más practicada.

Con una población estimada de más de 330 millones de habitantes, es el tercer país más poblado del mundo, con una demografía caracterizada por una mezcla de culturas. En cuanto a la seguridad, a pesar de los altos niveles de criminalidad y violencia con armas de fuego en algunas áreas, el país cuenta con una fuerte red de seguridad pública y cooperación con agencias internacionales para combatir el crimen.

**Países bajos:** Exportar a Países bajos puede ser una muy buena idea, no solo por su mercado de consumo sino porque sirve como una entrada estratégica y eficiente al resto del mercado europeo.

Los Países Bajos son una monarquía constitucional con un sistema político parlamentario multipartidista. El país cuenta con una superficie de unos 41.500 km cuadrados, está situado en Europa Occidental y su idioma oficial es el neerlandés. Limita al sur con Bélgica, al este con Alemania y al norte y oeste con el Mar del Norte. Tiene un clima marítimo templado, con inviernos fríos y veranos moderadamente cálidos. Su economía es una de las más estables y prósperas del mundo, con un modelo de mercado desarrollado que depende en gran medida del comercio exterior y la exportación, gracias a su ubicación y al Puerto de Róterdam. Históricamente ha predominado el protestantismo y el catolicismo, aunque es una sociedad muy laica y hay una gran libertad de culto. Con una población de más de 17.8 millones de habitantes, el país se beneficia de una mano de obra bien educada y una cultura de innovación. Respecto a seguridad, gozan de bajos índices de criminalidad, con una fuerte red de seguridad pública y un sistema judicial eficiente que garantizan un entorno seguro para sus ciudadanos y empresas. El país cuenta con uno de los sistemas de bienestar más robustos del mundo, caracterizado por una fuerte protección al trabajador, políticas de vivienda social integradas y un sistema de salud de cobertura universal gestionado mediante seguros privados regulados. En materia ambiental, debido a su vulnerabilidad geográfica bajo el nivel del mar, el país es líder en gestión hídrica y sostenibilidad urbana; su política se centra en alcanzar una economía totalmente circular para el 2050 y en una reducción agresiva de emisiones de nitrógeno y gases de efecto invernadero a través del fomento masivo de la movilidad en bicicleta y la energía eólica marina.

**Canadá:** Canadá es una opción viable principalmente debido a su interés por los alimentos saludables, cuenta con una población multicultural que podría verse interesada por el chontaduro, además se cuenta con un TLC.

Canadá es una monarquía constitucional parlamentaria con un sistema de gobierno federal, caracterizado por la estabilidad política. El país cuenta con una superficie de casi 10 millones de kilómetros cuadrados, está situado en Norteamérica y sus idiomas oficiales son el inglés y el francés. Limita al sur con los Estados Unidos de América y al noroeste con el estado de Alaska. Está rodeado por tres océanos, el Atlántico en el este, el Pacífico al oeste y el Ártico en el norte. Presenta una gran variedad de climas, pero predominantemente tiene inviernos largos y muy fríos y veranos cortos y cálidos. Es una de las mayores economías del mundo, con un modelo de mercado desarrollado que se beneficia de sus grandes recursos naturales, un sector fuerte de servicios y una fuerte integración comercial con Estados Unidos. El país se destaca por su sistema de salud público universal, políticas de inmigración proactivas y una estrategia nacional de reducción de la pobreza que busca disminuir la tasa al 6% para 2030, todo bajo un marco de reconciliación activa con los pueblos indígenas y equidad de género. Canadá también está comprometido legalmente con la neutralidad de carbono para 2050 a través de la Ley de Rendición de Cuentas sobre Emisiones Netas Cero, apoyándose en un impuesto federal al carbono, la conservación del 30% de sus tierras y aguas para 2030, y una transición masiva hacia energías limpias para sustituir su tradicional dependencia de los combustibles fósiles. Su población, que supera los 38 millones de habitantes, es muy diversa y multicultural debido a su política de inmigración, y se concentra en su mayoría en áreas urbanas cercanas a la frontera con Estados Unidos. En el ámbito religioso, es un país plural, con el cristianismo como la religión más practicada, aunque coexiste con una gran variedad de otras religiones. Canadá es reconocido mundialmente por sus bajos índices de criminalidad, un sistema judicial eficiente y un alto nivel de paz social, lo que lo convierte en un país muy seguro para vivir y hacer negocios.

#### **4.2.2. El país seleccionado (País de destino)**

Con todo lo mencionado en el punto anterior, se tomó la decisión de exportar hacia los países bajos, principalmente por ser puerta de entrada al resto de Europa.

Ilustración 6



Mapa de Países bajos. Tomado de (El Orden Mundial, s.f.)

#### **4.2.2.1. Entorno Económico**

Países Bajos tiene una economía sólida, destaca por su alto producto interno bruto (PIB) per cápita, que refleja la prosperidad y calidad de vida de sus habitantes. Su PIB nominal, que lo sitúa entre las economías más grandes de Europa se caracteriza por un modelo de mercado abierto. El país es un actor clave en el comercio global, con un volumen de exportaciones y un nivel comercial que lo posicionan como un centro de negocios internacional. Con una tasa de desempleo históricamente baja, la economía neerlandesa muestra una gran capacidad para generar empleo y mantener una fuerza laboral productiva. Además, su inversión en investigación y desarrollo, así como su infraestructura moderna y actualizada, son muy importantes para su competitividad global (Wikipedia, s.f.)

#### **4.2.2.2. Entorno Tecnológico**

Los Países Bajos son un líder global en innovación y tecnología, enfocándose en la digitalización, la inteligencia artificial y la ciberseguridad. El país invierte fuertemente en investigación y desarrollo, lo que impulsa avances en sectores clave como la tecnología

agrícola, las ciencias de la vida y la tecnología del agua. Su infraestructura digital es de las mejores del mundo, con una alta implementación de internet y redes de alta velocidad que facilitan el comercio electrónico y la conectividad. Además, su gobierno apoya activamente a startups y empresas tecnológicas, creando un entorno favorable para la innovación y la adopción de nuevas tecnologías. (WikiPedia, s.f.)

#### **4.2.2.3. Entorno Político**

Los países bajos son una monarquía constitucional parlamentaria, esto significa que el país es dirigido por una combinación entre un sistema monárquico y uno democrático, por lo que a pesar de que el país cuenta con reyes, las decisiones de estos deben estar limitados por la constitución del país, donde se establecen las leyes, derechos y libertades de los habitantes del país. (WikiPedia, s.f.)

El país cuenta con un gobierno multipartidista, parecido al sistema visto en Estados Unidos. Recientemente, en el año 2023, se llevaron a cabo las elecciones en el país, quedando como ganador el partido de EXTREMA derecha PVV (Partido por la libertad), esto trajo mucha polémica tanto a nivel nacional como internacional también. (WikiPedia, s.f.)

Los temas más discutidos en la política actual de los países bajos es la migración, el cambio climático y la identidad nacional, este país, como muchos otros de Europa y américa están dirigiéndose a una visión política de derecha y del conservadurismo, lo que puede terminar con un aumento del pensamiento fascista. La política social de los Países Bajos se fundamenta en un modelo de bienestar robusto y altamente descentralizado que prioriza el consenso entre el gobierno, los empleadores y los sindicatos. Este sistema garantiza una cobertura universal en servicios esenciales como la salud, gestionada mediante un modelo mixto de seguros privados obligatorios y subsidios públicos como la vivienda social, la cual constituye una de las proporciones más altas de Europa. A partir de 2026, la nación ha

consolidado una transición histórica hacia un sistema de pensiones más flexible y transparente, basado en la capitalización individual bajo la Leyes cuyo fin es adaptar las prestaciones a la realidad demográfica del envejecimiento poblacional y la movilidad laboral moderna.

#### **4.2.2.4. Entorno Ambiental**

Países Bajos es conocido por su gran compromiso con la sostenibilidad y la transición energética. El país ha implementado políticas ambiciosas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y promover las energías renovables, especialmente la energía solar y generada por el viento. A pesar de su alta densidad poblacional, ha logrado gestionar eficientemente sus recursos naturales y ha desarrollado tecnologías avanzadas para la gestión del agua y la protección contra inundaciones. La economía circular es una prioridad nacional, tienen iniciativas para reducir residuos y fomentar la reutilización. El Estado neerlandés prioriza la reducción drástica de las emisiones de gases de efecto invernadero a través de la Ley sobre el Clima, la cual establece metas para la descarbonización industrial y el fomento de la energía eólica marina en el Mar del Norte- Un pilar fundamental de esta gestión es la mitigación de la crisis del nitrógeno, la cual se aborda mediante la transformación de las prácticas agrícolas hacia métodos de alta precisión y la restauración de los ecosistemas protegidos dentro de la red Natura 2000, la cual es red de espacios protegidos más grande del mundo, diseñada por la Unión Europea para proteger la biodiversidad mediante la conservación de hábitats y especies amenazadas. Lamentablemente, su agricultura y el transporte marítimo siguen siendo fuentes importantes de contaminación, lo que sigue representando un desafío ambiental continuo.

(WikiPedia, s.f.)

#### **4.2.2.5. Entorno Cultural**

La cultura holandesa se caracteriza por su enfoque liberal, secular y moderno, valorando la honestidad, la puntualidad y la eficiencia. A pesar de parecer reservados, los holandeses son un pueblo tolerante en su vida diaria.

La bicicleta es un medio de transporte icónico y omnipresente y sus paisajes están definidos por Molinos de viento, diques, polders (terrenos ganados del mar ganados al mar) que simbolizan su ingenio histórico. En cuanto a las costumbres sociales es común saludarse entre tres besos entre amigos y familiares, y los horarios de la comida son distintos, con un almuerzo ligero y una cena principal ser vida temprano. La rica ese artística del país incluye maestros como Van Gogh, mientras que sus tradiciones digestivas coman como el vibrante día del Rey, demuestran un gran orgullo nacional finalmente los mercados de queso y la venta de productos sin intermediarios reflejan su confianza mutua y su enfoque práctico de la vida. (Holandia, s.f.)

#### **4.2.3. *El País de Origen (Colombia)***

La República de Colombia es el cuarto país más exento del América del Sur con alrededor de 1.139.000 kilómetros cuadrados de territorio es la única nación sudamericana que limita a la vez con los océanos atlánticos y océano Pacífico, y lo que le permite tener 2900 km de Costa. El territorio nacional colombiano enmarca además de tres ramificaciones de las cordilleras de los Andes y un amplio Rango de pisos térmicos y condiciones agrícolas que se reparten en seis regiones 32 departamentos y 112 municipios. (Colombia, s.f.)

##### **4.2.3.1. Entorno Económico**

Colombia logra una notable estabilidad macroeconómica gracias a las políticas sólidas como su régimen de metas de inflación y una gestión fiscal disciplinada punto a pesar de estos avances del país se enfrenta al desafío de un crecimiento económico y de productividad insuficientes, lo que ha impedido una reducción significativa de las desigualdades sociales y

regionales, para pasar alcanzar un crecimiento más inclusivo y dinámico es crucial abandonar la limitada integración global y las necesidades de inversión infraestructura ya que se ve reflejada la importancia de implementar un sistema tributario más equitativo y promover un entorno empresarial que enfoque la competencia y la innovación, sin embargo persiste los riesgos relacionados con la incertidumbre política y la dependencia de factores externos lo que podría afectar el futuro del país. (Banco Mundial, s.f.)

#### **4.2.3.2. Entorno Tecnológico**

El sector tecnológico en Colombia ha crecido significativamente en los últimos años llegando a representar una parte importante del PIB y el mercado laboral para para el 2020, este sector alcanzó 2.94% del PIB impulsado en parte por la pandemia, y ha mantenido esa cifra en los años siguientes ha posicionado a Colombia como el cuarto país más grande de Latinoamérica en el mercado tecnológico, el sector bancario uno de los más innovadores, especialmente a través de las empresas Fintech. La inversión en innovación tecnológica por parte de los bancos ha permitido muchas transacciones que antes se hacían en persona ahora sean digitales esto se evidencia en la disminución del número de oficinas físicas y el aumento de las transacciones digitales que en 2024 representaron el 48% del total además la industria del software se ha visto un gran auge. El número de empresas en este campo creció a 10,000 y las soluciones tecnológicas colombianas están exportando a países como Estados Unidos Ecuador y México. Pero a pesar de estos riesgos el país aún enfrenta varios retos como reducir la brecha digital en zonas rurales, fomentar la inclusión de las mujeres en el sector tecnológico, capacitar a las pequeñas y medianas empresas para que adopten las tecnologías en sus operaciones, profundizar en la regulación de las aplicaciones digitales para evitar problemas. (Datacredito, 2024)

#### **4.2.3.3. Entorno Político**

El entorno político en Colombia para el 2025 está marchando por una alta polarización y desafío en la implementación de la política de paz total y desafíos en el actual gobierno de Gustavo Petro, lo que ha generado tensiones institucionales y aumento de la violencia en algunas regiones. La resistencia del Congreso a las reformas gubernamentales ha llevado a una confrontación política, Como el presidente promoviendo la movilización social y el debate sobre una asamblea constituyente. Este ambiente de inestabilidad se agrava con el aumento de la violencia contra líderes políticos en la fragmentación de oposición, que busca consolidar alianzas de Cara a las elecciones presidenciales y legislativas del 2026 punto en el ámbito económico a pesar del crecimiento moderado el país se enfrenta desafíos como el alto déficit fiscal y incertidumbre en torno a las inversiones, lo que se suma aún para un panorama político complejo que define la agenda nacional.

La política social de Colombia se estructura en torno al Sistema de Seguridad Social Integral, el cual busca garantizar derechos fundamentales mediante la colaboración de entidades públicas y privadas. El enfoque estatal se centra en la expansión de la cobertura en salud y pensiones, así como en la mitigación de la pobreza extrema a través de programas de transferencias monetarias condicionadas como Renta Ciudadana. Estos esfuerzos están orientados a reducir las brechas de desigualdad histórica y a mejorar el acceso a servicios básicos en las zonas rurales, promoviendo la equidad social como un pilar para la estabilidad democrática y la paz territorial. También impulsa políticas de inclusión que priorizan la atención a grupos vulnerables, incluyendo a las víctimas del conflicto armado, las comunidades étnicas y los adultos mayores. Se promueve el empleo formal y la capacitación técnica a través del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) para fortalecer el capital humano. Además, se han implementado estrategias de protección social que integran la educación gratuita en los niveles iniciales y la seguridad alimentaria, con el fin de asegurar condiciones de vida dignas que

permitan un desarrollo socioeconómico sostenible para toda la población. (Dialogo Politico, 2025)

#### **4.2.3.4. Entorno Ambiental**

Colombia enfrenta graves desafíos ambientales como la crisis hídrica y la energética intensificada por el fenómeno del niño y la deforestación el país también lucha contra una alta contaminación de plástico, reciclado apenas un 14% de sus desechos, y contra la deforestación y minería ilegal que amenaza su biodiversidad además la gestión de residuos eficientes y la valiosa labor de los recicladores a menudo no está protegida para mitigar estos problemas se sugieren medidas como impulsar la eficiencia energética cómo recuperar ecosistemas, prohibir plásticos de un solo uso fortalecer las políticas de conservación y mejorar las condiciones laborales de los recicladores.

La política ambiental actual de Colombia se rige bajo el objetivo de convertir al país en una "Potencia Mundial de la Vida", centrando sus acciones en el ordenamiento del territorio alrededor del agua y la justicia ambiental. El Estado prioriza la protección de ecosistemas estratégicos, como la Amazonía y los páramos, mediante la lucha contra la deforestación y la promoción de una economía forestal que aproveche la biodiversidad de manera sostenible. A través del Plan Nacional de Desarrollo del actual presidente petro, se busca una transformación productiva que reduzca la dependencia de los combustibles fósiles y fomente la descarbonización, integrando compromisos internacionales como el Acuerdo de Escazú. (Greenpeace, 2025)

#### **4.2.3.5. Entorno Cultural**

La cultura colombiana es el resultado de un complejo proceso de mestizaje entre la influencia indígena europea africana y tras la llegada de los españoles en el siglo XVI, se estableció una estructura social jerárquica y elementos culturales como el catolicismo, que se mezclaron con las tradiciones locales punto en el siglo XIX los movimientos de independencia

dieron paso una vida política marcada por la confrontación entre los partidos liberales y conservador cuya diferencia ideológica sobre la relación entre las iglesias y el estado como sobre la economía, generaron tensiones.

La diversidad étnica resultante del mestizaje se manifiesta en festividades como el carnaval de negros y blancos, aunque el país no recibió grande olas migratorias en el siglo XX, lo que ayudó a preservar sus tradiciones hispánicas a pesar de esto la historia de Colombia estuvo representada por plagas de conflictos bipartidistas, Como la guerra de los mil días y el período de la violencia que finalmente contribuyeron al surgimiento de un conflicto armado interno. (Wikipedia, s.f.)

### **4.3. El Producto**

#### **4.3.1. Portafolio de Productos**

El producto ofrecido es chontaduro en conserva envasado en un frasco de vidrio

Ilustración 7



Nota. Frasco de chontaduro. Tomado de (Mi Sabor Colombia, s.f.)

#### **4.3.2. Generalidades y/o características del producto a exportar**

El chontaduro envasado en conserva se presenta en un frasco con una solución de agua, acidulantes y Benzoato de sodio como conservante, cuenta con una capacidad de 500 gr en un envase de vidrio lo que permite apreciar la calidad y el color rojizo del fruto. Este formato

garantiza una larga vida útil y facilita su transporte y almacenamiento, manteniendo sus propiedades nutricionales y siendo respetuoso con el medio ambiente.

#### **4.4. El Mercado Proveedor**

Actualmente, Colombia es uno de los pocos países que produce chontaduro, es producido en toda la costa del pacifico, principalmente en los departamentos de Nariño, Cauca, Valle del Cauca y el Chocó. Su cultivo se da principalmente por campesinos que habitan en las áreas de cultivo, su producción no está automatizada y por eso sufre una falta de estandarización en tamaño y color.

Su adquisición se da normalmente en mercados abiertos como galerías donde los campesinos comercializan el producto al mayor y al menor.

#### **4.5. Mercado potencial objetivo**

El mercado objetivo de consumo del chontaduro envasado es un mercado B2B (Business-to-Business), esto significa que será proveído a supermercados de gran escala y tiendas de productos orgánicos dentro de todo el territorio de los países bajos dentro de todo el territorio de los países bajos.

##### **4.5.1. La Población Objetivo**

La población objetivo de la exportación son hombres y mujeres neerlandesas entre los 15 y 70 años con un nivel de ingresos medios-altos e interesadas en el bienestar, la nutrición y los superalimentos, Además de personas de origen latinoamericano que residen en los Países Bajos.

Para conocer el tamaño de muestra adecuado para la investigación se debe resolver la formula descrita en el punto 3.6. La población total es la población de Ámsterdam que según

los datos es de 931.748 habitantes. El nivel de confianza es del 95%, las probabilidad de éxito, fracaso y error de estimación son del 5%. La formula solucionada es la siguiente:

$$\frac{931748 \times (0.05)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.5)^2 \times (931748 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = \frac{894.850,7792}{2.330,33} = 384.00$$

Para llegar al anterior resultado se debió multiplicar la población total de Ámsterdam con el nivel de confianza elevado al cuadrado, después multiplicado por la probabilidad de éxito y de fracaso. Dando un resultado de 894.850,7792.

Después se debe multiplicar el error de estimación por el tamaño de la población de Ámsterdam menos 1, para después sumar el nivel de confianza al cuadrado por la probabilidad de éxito y de fracaso, para un resultado de 2.330,33.

Finalmente se dividen ambos resultados para obtener la población ideal de la investigación, la cual en este caso es de 384 personas.

#### **4.5.2. Tendencias y comportamiento del consumo en el país de destino**

En los países bajos, el consumo de chontaduro no tiene muchos registros o información disponible, pero el mercado de personas buscando una alimentación más saludable y natural sí. En Europa se puede apreciar un crecimiento en este mercado específico, y los países bajos no se quedan atrás, ya que la tendencia va en aumento debido a la popularidad que está creciendo en los europeos de buscar una dieta equilibrada y en general una vida saludable (innova market insights, 2024)

El neerlandés en general adquiere sus alimentos en supermercados, siendo el más famoso de todos Albert Heijn, un supermercado con precios más elevados comparativamente con su competencia, pero conocido por su gran calidad.

También es muy popular la opción de los mercados que se organizan un par de veces a la semana en la plaza principal de distintas ciudades y pueblos, en general presentan una muy buena calidad y pueden llegar a ser más baratos que en el supermercado. (Camino A Holanda, 2019)

#### **4.5.3. *Requisitos Del Consumidor Del País De Destino***

En base en las experiencias del autor se analizaron las oportunidades y desafíos que el mercado europeo en particular el de Países Bajos se representa para los exportadores panameños el autor destaca que para el tener éxito es crucial que los productores entiendan las preferencias de los consumidores holandeses quienes valoran los productos orgánicos, la frescura y los empaques biodegradables. Además, existe una gran oportunidad en la exportación de productos tropicales, considerados exóticos. Se subraya la importancia de contar con las certificaciones reconocidas en la Unión Europea que garanticen buena prácticas de manufactura y responsabilidad social y ambiental. (Acoext, 2024)

#### **4.6. El Mercado Competidor**

El mercado es bastante particular ya que es un producto tradicional y culturalmente arraigado en algunas regiones específicamente en el litoral Pacífico colombiano. Su principal competencia no son necesariamente otros frutos sino la falta de conocimiento sobre sus propiedades y la dificultad en su comercialización y distribución, a pesar de su alto valor nutritivo, no está posicionado como un superalimento a nivel nacional o internacional, a diferencia de otros productos como el açai.

La cadena de producción y comercialización del chontaduro cuenta con altos niveles de intermediación y pérdida significativas post cosecha debido a la alta Perecibilidad del producto con cadenas de suministros más estructuradas.

Competencia al chontaduro también está la alternativas que se desarrollan para darle valor agregado y prolongar su vida útil, la harina de chontaduro estas innovaciones buscan competir con otros productos procesados o el Santa duro chontaduro en conserva.

#### **4.6.1. Países Exportadores Del Producto**

No se reportan países exportadores consolidados de chontaduro; más bien, el chontaduro es una fruta de distribución y cultivo en países tropicales como Colombia, Ecuador, Brasil y Perú y en América Central como Costa Rica donde se cultiva en el marco de tradiciones culturales y economías locales, pero con un comercio internacional limitado.

#### **4.6.2. Los precios internacionales del producto**

Los precios internacionales del chota duro varían, pero en Europa se puede encontrar con cepas de chontaduro en almíbar por un valor de 10 euros por kilo. Dentro de Colombia un kilo de chontaduro fresco puede costar alrededor de \$3500, mientras que en tiendas online se venden un frasco de 790 g por 5.20 euros que son aproximadamente 22,000 colombianos. (World Gastronomy, s.f.), (Tropicalia, s.f.)

#### **4.7. El Canal de Distribución**

La exportación de chontaduro en conserva Ámsterdam exige un cambio radical en el canal de distribución, pasando del modelo informal local a una cadena de valor formal y estructurada. La viabilidad se centra en el producto procesado debido a la corta vida útil del chontaduro fresco y la estricta regulaciones europeas, el canal más eficiente y realista para este tipo de producto es el canal directo largo que implica varios intermediarios desde el productor en Colombia hasta el consumidor final en Ámsterdam como primero se tiene el canal mayorista, qué es cuando una empresa operativa que se encarga de la producción, y el procesamiento (congelación, liofilización, conserva) y la preparación de la carga para la

exportación, cómo segundo está el distribuidor en Países Bajos un actor clave en la cadena de estas empresas se especializan en la importación de frutas exóticas y productos agrícolas. Son responsables de la logística como y la almacenamiento el cumplimiento de las regulaciones aduaneras y la distribución a sus clientes en el mercado holandés. (DHL, 2023)

Y otro que sería el canal de venta directa del consumidor este canal es viable en menor escala y para productos como el alto valor agregado como la harina de chontaduro para deportistas o productos gourmet la venta se realiza a través de plataformas de comercio electrónico especializadas en alimentos saludables o colombianos, aunque en el canal con mayor margen de ganancia requiere una inversión considerable de marketing digital y logística internacional de paquetería.

Estrategias de mercado y promoción en Ámsterdam para penetrar el mercado de Ámsterdam, la distribución debe ser reemplazada por una estrategia de marketing enfocada en el valor del producto posicionarlo como un súper alimento el marketing debe enfatizar los beneficios nutricionales del chontaduro, altos en proteínas vitaminas y omegas, atrayendo a los consumidores holandeses conscientes de la salud también tener la certificación y la trazabilidad la certificaciones orgánicas de comercio justo son esenciales para generar confianza y la trazabilidad que demuestre el origen sostenible y responsable del producto es un Plus muy valorado por los consumidores europeos también venderlos en ferias y eventos comerciales la participación en ferias como fruit logística en Berlín una de las más importantes de Europa es crucial para establecer contacto con los importadores y distribuidores, requisitos y las regulaciones el producto debe cumplir con las normativas europeas en cuanto a la sanidad, etiquetado y límites reducidos también tener la logística de exportación que se debe garantizar la cadena de frío para productos congelados. La logística de exportación debe ser rigurosa para evitar pérdidas y asegurar la calidad y por último tener la documentación que se requiere

como los documentos de certificado fitosanitarios de açai, la factura comercial, certificados de origen y licencia de exportación. (DHL, 2023), (ProColombia, 2023)

#### **4.8. Estrategias de Mercadeo y Ventas**

Para exportar chontaduro a Ámsterdam las estrategias de mercado y venta de venir más allá del producto en sí y enfocarse en su valor agregado y en cómo se posiciona en un mercado europeo sofisticado. No se trata solo de vender en un futuro sino de contar con la historia y ofrecer un producto que encaje en el signo de vida de los consumidores holandeses primero el posicionamiento del producto debe dejar de ser una fruta exótica desconocida y posicionarse como un superalimento o alimento funcional los consumidores holandeses son conscientes de la salud y la sostenibilidad enfocar también el beneficio que resalte su alto contenido de proteínas y fibras y vitaminas y por último narrar su historia que destaque su origen de la región amazónica y pacífica de Colombia, su cultivo sostenible y el impacto social positivo que generan las comunidades locales.

Estrategias de 20 distribución la venta no solo será de la fruta fresca sino de productos procesados que garantizan la calidad y cumplan con las regulaciones de la Unión Europea la venta debe ser b2b business-to-business no directa al consumidor final venta importadores especializados contactar a empresas importadoras de frutas y productos tropicales en Países Bajos estas empresas ya tienen la logística los contactos y el conocimiento de las regulaciones para introducir el producto en el mercado, venta a mayoristas dirigirse a mayoristas que consuman productos y tengan restaurantes y tiendas de alimentos saludables crear un concepto de marca y desarrollar una marca dativa que transmite la historia, el valor nutricional y la sostenibilidad del chontaduro también hacer colaboraciones que establezcan alianzas con influencers de la salud y bienestar o gastronomía en Países Bajos y fortalecer en marketing en

los puntos de venta que ofrezcan degustaciones en tiendas especializadas y proporcionen folletos con recetas y actos nutricionales del producto. (Arcos Patiño & Palacio Méndez, 2022)

## 5. El Estudio Técnico

El proyecto de exportación conserva se localiza inicialmente en Santiago de Cali Colombia, donde la materia prima proviene principalmente del Valle del Cauca y regiones cercanas, es procesada. La logística terrestre con danza con el transporte de la mercancía desde la planta de procesamiento en Cali hacia el principal puerto marítimo de la salida de Colombia en el Pacífico: Buenaventura, un recorrido esencial de aproximadamente 120 km desde allí el producto se embarca en contenedores de carga seca cómo utilizando la modalidad de transporte marítimo, que es más eficiente en costos para la conserva. La ruta atlántica suele tener un tiempo de tránsito estimado de 21 a 30 días y culminan el puerto de Rotterdam en los Países Bajos cómo considerado la principal a la Unión Europea. Una vez en Rotterdam la mercancía cumple con los rigurosos estándares aduaneros y fitosanitarios de la UE aprovechando el TLC con arancel 0, para luego ser transportada por carretera hasta el punto de distribución final en astrónomo este proceso requiere la gestión de la documentación clave de origen como ica y en destino certificados y factura comercial para asegurar el flujo de la cadena de suministros sin complicaciones o intervenciones. (Invima, s.f.), (Invima, s.f.), (Access2Markets, s.f.)

### 5.1. Localización del Proyecto

El punto de origen de la exportación es Cali, valle de Cauca, Colombia, una región que es muy estratégica y no solo por ser un centro clave en el procesamiento y consumo de chontaduro en el país, sino también la proximidad a la logística. El mercado de destino es países bajos, en la región de Ámsterdam fue escogida por su conexión con el puerto de Róterdam. Países bajo es identificado es los algunos estudios de factibilidad que se han observado como una muy buena opción rentable para el chontaduro en conserva, debido a su rol como principal fuente o puerta de entrada de alimentos exóticos y tropicales hacia la unión

européa además de la creciente demanda de inmigrantes y sus favorables intereses por alimentos étnico y saludables. (ProColombia, s.f.), (ProColombia, 2015), (ProColombia, s.f.)

### **5.1.1. Macro Localización**

La ubicación ideal en Cali o su área metropolitana debe priorizar la proximidad a las fuentes de materia prima (chontaduro fresco, sea de zonas de cultivo cercanas o de grandes centrales de abasto como Cavasa) para asegurar la calidad y poder lograr a reducir los costos de transporte interno el factor que puede que afecte es la cercanía al puerto por eso, las zonas industriales en el norte de Cali o en Yumbo son candidatas principales, ya que minimizan el flete terrestre, así igualmente la zona de almacenar esta mercancía tiene que contar con servicios públicos robustos como lo son agua potable y suelos para la industria de alimentos para facilitar el cumplimiento de la normativa sanitarias nacional (INVIMA) y otros factores necesarios para el cumplimiento de la unión europea.

### **5.1.2. Micro Localización**

El destino, la micro localización se basa en un centro logístico o bodega para la distribución del producto en conserva dentro de EU. Aunque la carga llegue al puerto de Ámsterdam, el puerto del hotel tan solo es el principal puerta de entrada para contenedores en la región como por lo que una ubicación por lo que alguna ubicación cercana a estos dos puntos ya optimizar mejores y la conexión con la red de transporte en el intestino, el sitio elegido acerca de vidas rápidas para garantizar su rápida distribución hacia los mercados finales debe de hacer una bodega certificada que cumpla con los requisitos de almacenamiento elementos de la Unión Europea como incluso para el producto interno asegurando su calidad hasta el consumidor.

5.1.3. Planta Física

Ilustración 8



Nota. Plano del lugar de trabajo. Fuente: Modelo De Generación De Imagen Nano Banana de Gemini

## 5.2. Aspectos Técnicos Del Producto

### 5.2.1. Ficha Técnica

Tabla 2. Ficha técnica.

| <b>CakeChonta</b>                 |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>Chontaduro en conserva</b>     |  |
| <b>Composición (ingredientes)</b> | Chontaduro, agua sal, acidulante, benzoato de sodio                                 |
| <b>Saborizantes</b>               | Chontaduro, agua sal, acidulante, benzoato de sodio                                 |
| <b>Saborizantes</b>               | Almíbar, sal y miel   |
| <b>Presentación comercial</b>     | 500 g   |
| <b>Preservación</b>               | En medio ambiente si no se ha destapado, después de abierto en refrigeración.       |
| <b>Vida útil estimada</b>         | 2 años a partir de la fabricación   |
| <b>Posición arancelaria</b>       | 2008.99.90.00   |
| <b>Unidad comercial de venta</b>  | Frasco de vidrio  |
| <b>Empaque</b>                    | Cajas de cartón corrugado   |
| <b>Unidad de peso</b>             | Kg  |

### 5.2.2. Capacidad de Producción y/o Comercialización por unidad de Tiempo

La capacidad de producción diaria es de 50 frascos de chontaduro, por lo que se estarían produciendo una cantidad total de 1.100 Frascos mensuales en los 22 días laborales del mes. Esto da un total de 13.200 frascos de chontaduro anuales.

### 5.2.3. Unidad de Empaque y etiquetado para la exportación

El chontaduro en conserva está envasado en frascos de vidrio de 29 cm de circunferencia y 12 cm de alto.

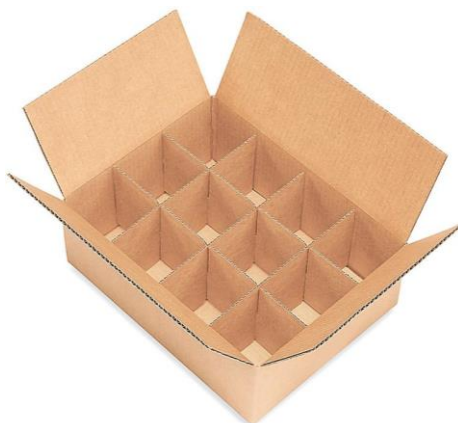
Ilustración 9



Nota. Frasco De Vidrio vacío, Extraído de (Uline, s.f.)

Para el embalaje de la mercancía se usarán cajas de cartón corrugado plano de 38 cm de largo, 28 de ancho y 13 cm de alto, es un tipo de cartón ampliamente utilizado para el transporte de alimentos, está hecho de una capa interna de cartón acanalado cubierto de 2 caras de cartón delgado y plano. Cuenta con separadores de cartón que permiten la colocación de 12 frascos en total.

Ilustración 10



Nota. Cajas de Cartón Corrugado. Extraído de (Uline, s.f.)

Se usarán estibas ecológicas de 120 x 120 x 13 cm

Ilustración 11

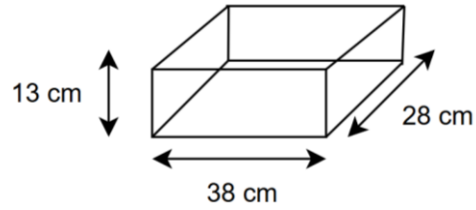


Nota. Estibas Recicladas. Extraído de (Ocoplast, s.f.)

### 5.2.3.1. Cubicaje

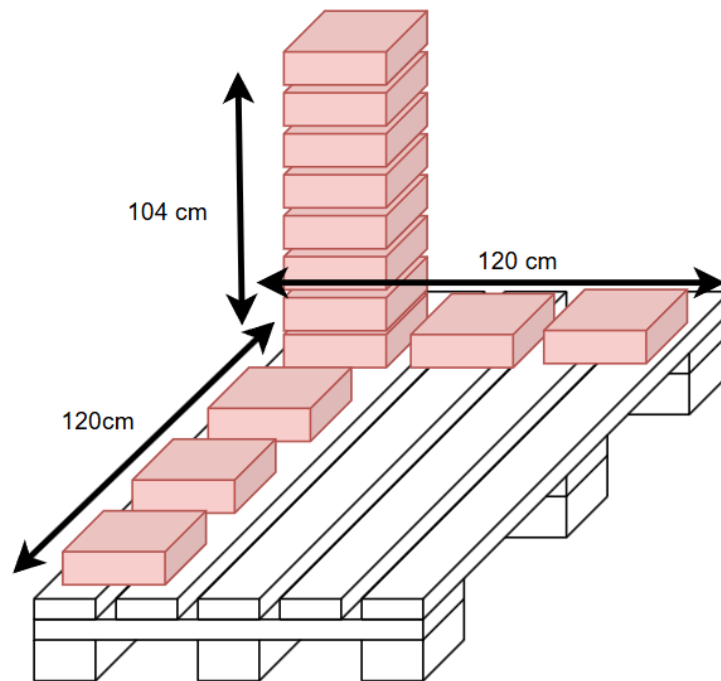
Ilustración 12

Caja



Nota. Dimensión de las cajas. Elaboración Propia

Ilustración 13



Nota. Cantidad de cajas por estiba. Ilustración propia.

Debido a las medidas de la estiba, se van a estacar 3 cajas de largo, 4 de ancho y 8 verticalmente. Esto no da un total de 96 cajas por cada estiba.

## 5.3 La unidad Empresarial Exportadora

### 5.3.1 Tipo de Sociedad

CakeChonta es una empresa de sociedad por acciones simplificada (S.A.S), esta es un tipo de sociedad comercial creada por la ley 1258 de 2008 en Colombia. Es caracterizada por su estructura simple basada en tener varios accionistas que invierten en la empresa. Su funcionamiento interno es definido por sus estatutos, por lo que ofrece mucha libertad tanto a los fundadores como a los inversionistas que pueden decidir si invertir en la empresa o no. (Cámara de Comercio de Cali, s.f.)

La creación de una S.A.S es un proceso bastante sencillo y digitalizado y se resume en los siguientes puntos:

1. Elaboración del documento privado o escritura pública que contiene el nombre, objeto, capital, duración y reglas internas de la sociedad.
2. Para que el documento privado tenga validez, debe ser autenticado por todos los accionistas que lo suscriben, esto se puede hacerse directamente por los accionistas o a través de un apoderado.
3. registro del documento en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de la ciudad donde tendrá su domicilio. (aquí se obtiene la matricula mercantil y el NIT ante la DIAN)
4. Una vez que el documento es inscrito en el Registro Mercantil, la S.A.S. adquiere su personalidad jurídica. A partir de este momento, la sociedad existe legalmente como una entidad distinta e independiente de sus accionistas.

Según la cámara de comercio de Cali, el documento de constitución debe llevar cierta información de manera obligatoria. Los requisitos son los siguientes:

1. Identificación e información de los accionistas como el nombre completo, el documento de identidad y el domicilio
2. Denominación Social, más conocido como el nombre al que responde la sociedad
3. El domicilio principal donde se llevan a cabo las operaciones de la sociedad
4. Duración de la sociedad, Si no se especifica nada en el documento de constitución, la ley entiende que la sociedad se constituye por término indefinido.
5. Enunciar de forma clara y completa las actividades principales que realizará la sociedad. Esto es conocido como razón social.
6. Detallar el capital autorizado, suscrito y pagado, así como la clase, el número y el valor nominal de las acciones representativas del capital.
7. Especificar la forma de administración de la sociedad y designar al menos, un representante legal, incluyendo su nombre, documento de identidad y las facultades que se le otorgan.

### **5.3.2 Razón Social**

La empresa reconoce a la razón social como “CakeChonta”, una empresa dedicada a la comercialización de alimentos.

### **5.3.3 Misión Empresarial**

Producir y comercializar productos de chontaduro con la mejor calidad, impulsando el desarrollo nacional y ofreciendo a los clientes nuevas experiencias alimentarias saludables y únicas en los mercados locales e internacionales.

#### **5.3.3.4 Visión Empresarial**

Para el año 2030 hacer una empresa reconocida a nivel internacional por la excelencia logística de la comercialización del chontaduro, la innovación en los procesos y el compromiso con el crecimiento sostenible del país.

#### **5.3.4 Principios y Valores**

Para CakeChonta es muy importante una ética de trabajo plena que asegure un buen servicio al cliente, por eso se siguen los siguientes principios y valores:

- **Igualdad:** reconocer que todas las personas, sin distinción de ninguna índole, deben gozar de los mismos derechos, oportunidades y trato ante la ley y la sociedad.
- **Respeto:** reconocer, aceptar y valorar las diferencias, la dignidad y los derechos de los demás, así como acatar las normas y la autoridad de las instituciones.
- **Transparencia:** Se refiere a la claridad y la apertura en todos los actos, decisiones y procesos. Implica que la información relevante sea accesible y verificable, permitiendo a los involucrados comprender lo que sucede sin ocultamientos.
- **Eficacia:** La capacidad de alcanzar las metas y los objetivos propuestos en un tiempo determinado, logrando los resultados deseados.
- **Honestidad:** La cualidad de actuar siempre con la verdad, la rectitud y la integridad, tanto en las palabras como en las acciones.
- **Calidad:** La capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

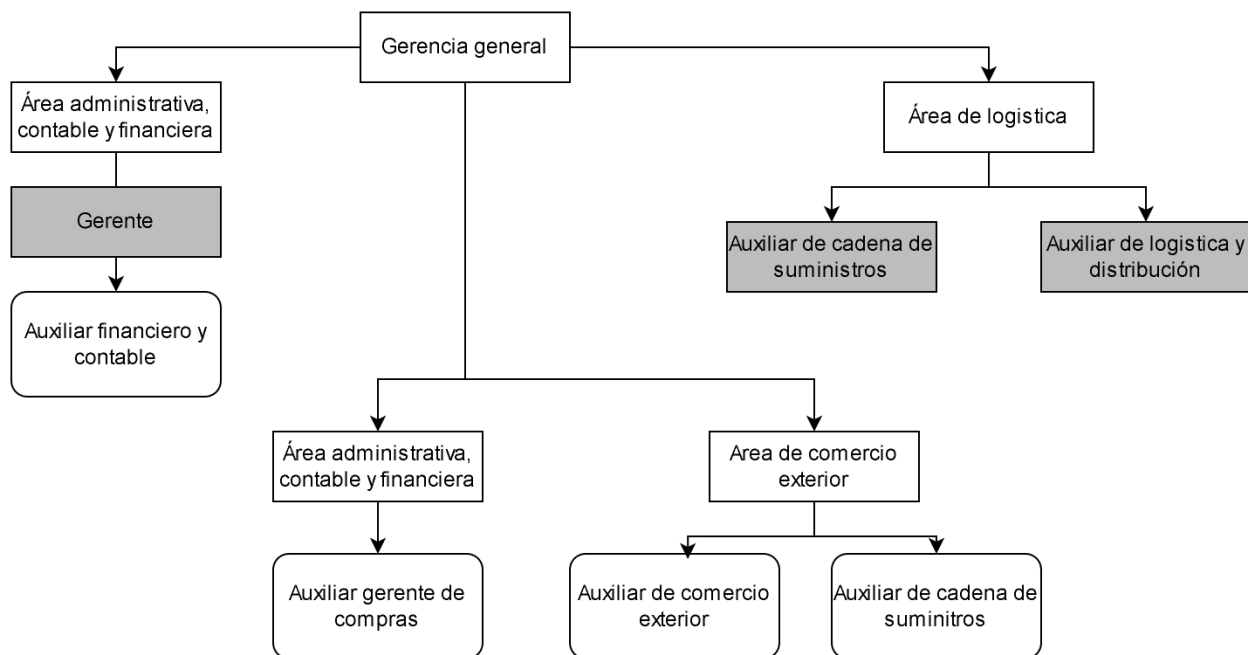
#### **5.3.5 Políticas de Empresa**

Cakechonta sigue las siguientes políticas empresariales

- **Política de garantía:** En caso de defectos alimentarios se cuenta con un periodo de 4 días posteriores al arribo de la mercancía donde se puede llegar a un acuerdo con el comprador por la devolución del dinero.
- **Política de envíos:** el envío se costeará por cuenta propia si la compra es menor a 40 dólares

### 5.3.6 Organigrama Empresarial

Ilustración 14



Nota. Organigrama de CakeChonta. Elaboración Propia

### 5.3.7 Las Necesidades de Personal

Se necesita un gerente en el área administrativa de CakeChonta, junto a un auxiliar financiero y contable técnico o tecnólogo y una secretaria. En el área de logística se necesitan auxiliares técnicos o tecnólogos de cadena de suministro, comercio exterior y de logística y distribución. En el área de compras y ventas nacionales se necesita un auxiliar comercial y un

auxiliar de gerente de compras. En el área de comercio exterior se necesita un director de producción y un auxiliar de la cadena de suministros.

### 5.3.8 Perfiles y Funciones del Personal

Tabla 3. Identificación de cargo

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO   |   |
|--|---|
| <b>NOMBRE DEL CARGO</b>  | GERENTE GENERAL   |
| <b>DEPENDENCIA</b>   | -   |
| <b>NÚMERO DE CARGOS</b>  | UNO   |
| <b>CARGO DE JEFE INMEDIATO</b>   | Gerencia  |
| <b>SOLICITA REPORTES Y REPORTA A</b>   | SECRETARIA ADMINISTRATIVA, ACCIONISTAS MAYORITARIOS Y REPRESENTANTE LEGAL   |
| <b>SALARIO</b>   | 3.000.000   |
| <b>EDAD</b>  | 28 AÑOS O MÁS   |
| <b>EXPERIENCIA Y ESTUDIOS</b>  | Se busca un líder experimentado con título en Administración de Empresas. Debe tener 4-6 años de experiencia dirigiendo empresas o en el sector agroindustrial exportador. Es esencial que domine el inglés (nivel B2), tenga conocimiento en certificaciones/documentación, y posea una sólida capacidad de planeación estratégica y adaptación. |
| FUNCIONES ESENCIALES   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Definir la Visión Estratégica:</b> Establecer los objetivos globales de la empresa y crear las estrategias para alcanzarlos, garantizando que todos los departamentos trabajen alineados hacia la misma meta.</li> <li>- <b>Supervisión Operacional Diaria:</b> Coordinar y asegurar el correcto funcionamiento de las operaciones diarias de la empresa, verificando que se cumplan las políticas internas, los procedimientos y las metas de producción, ventas y finanzas.</li> <li>- <b>Liderazgo y Decisión Estratégica:</b> Analizar información crítica para tomar decisiones oportunas que impulsen el crecimiento y la estabilidad, al mismo tiempo que se lidera y motiva al equipo directivo para lograr el máximo rendimiento.</li> <li>- <b>Gestión Financiera y Optimización:</b> Administrar eficientemente los recursos económicos, evaluar el desempeño financiero y enfocarse en la reducción de costos y el incremento de la rentabilidad del negocio.</li> </ul> |   |

- **Representación Corporativa:** Servir como la imagen principal de la empresa, estableciendo y manteniendo relaciones sólidas con clientes, proveedores, socios estratégicos y entidades externas.

Tabla 4. Identificación de cargo

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO  |  |
|---|--|
| <b>NOMBRE DEL CARGO</b>   | Auxiliar Financiero  |
| <b>DEPENDENCIA</b>  | ADMINISTRATIVA   |
| <b>NÚMERO DE CARGOS</b>   | UNO  |
| <b>SOLICITA REPORTES Y REPORTA A</b>  | Gerencia   |
| <b>SALARIO</b>  | 1.423.500  |
| <b>EDAD</b>   | 22 AÑOS O MÁS  |
| <b>EXPERIENCIA Y ESTUDIOS</b>   | Se requiere una persona con experiencia previa en labores de soporte administrativo, manejo de documentación y dominio de herramientas de oficina (paquete Office), demostrando organización y capacidad para asistir en las tareas diarias de la gestión empresarial. |
| FUNCIONES ESENCIALES  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Gestionar la documentación:</b> Organizar, archivar y mantener actualizados los expedientes, bases de datos y registros físicos y digitales de la oficina.</li> <li>- <b>Atender la comunicación:</b> Recepcionar y canalizar llamadas, visitas y correspondencia, actuando como filtro principal.</li> <li>- <b>Apoyar en tareas contables:</b> Elaborar facturas, albaranes, gestionar pedidos y colaborar en la conciliación de información financiera básica.</li> <li>- <b>Administrar la agenda:</b> Coordinar reuniones, programar citas y organizar la logística interna y externa del personal directivo.</li> </ul> |  |

- **Tramitar documentos:** Realizar gestiones de *back office*, como fotocopias, redacción de documentos rutinarios y distribución interna de información.

Tabla 5. Identificación de cargo

| <b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>  |  |
|--|--|
| <b>NOMBRE DEL CARGO</b>  | Auxiliar de la cadena de suministros   |
| <b>DEPENDENCIA</b>   | ADMINISTRATIVA   |
| <b>NÚMERO DE CARGOS</b>  | UNO  |
| <b>SOLICITA REPORTES Y REPORTA A</b>   | Gerencia   |
| <b>SALARIO</b>   | 1.423.500  |
| <b>EDAD</b>  | 22 AÑOS O MÁS  |
| <b>EXPERIENCIA Y ESTUDIOS</b>  | Se busca un auxiliar de la cadena de suministro proactivo y metódico que asista en la optimización de los procesos de logística, inventario y aprovisionamiento. |
| <b>FUNCIONES ESENCIALES</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitoreo de niveles de inventario.</li> <li>- Recepción y verificación de pedidos.</li> <li>- Registro de movimientos de entrada y salida de mercancía.</li> <li>- Coordinación con transportistas y almacén.</li> <li>- Actualización de datos en el sistema ERP.</li> <li>- Asistencia en la planificación de la demanda y compras.</li> <li>- Preparación de documentación de envío (facturas, guías).</li> <li>- Seguimiento del estado de los despachos.</li> </ul> |  |

Tabla 6. Identificación de cargo

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO   |   |
|--|---|
| <b>NOMBRE DEL CARGO</b>  | Auxiliar Gerente de Compras   |
| <b>DEPENDENCIA</b>   | Compras y ventas  |
| <b>NÚMERO DE CARGOS</b>  | UNO   |
| <b>SOLICITA REPORTES Y REPORTA A</b>   | Gerencia, Área Administrativa   |
| <b>SALARIO</b>   | 1.423.500   |
| <b>EDAD</b>  | 22 AÑOS O MÁS   |
| <b>EXPERIENCIA Y ESTUDIOS</b>  | Se requiere una persona con estudios técnicos o tecnológicos en Mercadeo, Ventas, Administración o campos afines. Se solicita experiencia previa en soporte al área comercial, manejo de bases de datos de clientes (CRM) y un fuerte enfoque en el servicio al cliente y el cumplimiento de metas. |
| FUNCIONES ESENCIALES   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Gestión de Órdenes:</b> Elabora, tramita y hace seguimiento a las órdenes de compra aprobadas, asegurando su envío oportuno a los proveedores.</li> <li>- <b>Cotizaciones y Comparativos:</b> Solicita cotizaciones a diversos proveedores y apoya en la elaboración de cuadros comparativos para facilitar la toma de decisiones del Gerente de Compras.</li> <li>- <b>Manejo Documental:</b> Organiza y mantiene el archivo físico y digital de requisiciones, cotizaciones, órdenes de compra, facturas y contratos con proveedores.</li> <li>- <b>Administración de Proveedores:</b> Mantiene actualizado el registro de proveedores, verificando que su documentación y certificaciones estén vigentes.</li> <li>- <b>Coordinación Logística:</b> Se comunica con el área de Almacén y Logística para coordinar la recepción de la mercancía, verificar que cumpla con la calidad y cantidad solicitada, y tramitar las devoluciones si fuera necesario.</li> </ul> |   |

Tabla 7. Identificación de cargo

| IDENTIFICACIÓN DEL CARGO |  |
|--------------------------|--|
| <b>NOMBRE DEL CARGO</b>  | Auxiliar Auxiliar Cadena De Suministro |
| <b>DEPENDENCIA</b>       | logística y Comercio Exterior          |

|  |  |
|--|--|
| <b>NÚMERO DE CARGOS</b>  | UNO  |
| <b>SOLICITA REPORTES Y REPORTA A</b>   | Gerencia, Área Administrativa  |
| <b>SALARIO</b>   | 1.423.500  |
| <b>EDAD</b>  | 20 AÑOS O MÁS  |
| <b>EXPERIENCIA Y ESTUDIOS</b>  | Se requiere una persona con formación técnica o tecnológica en Logística, Operaciones, o Cadena de Suministro. Se solicita experiencia comprobada en gestión de inventarios, coordinación de transporte y manejo de sistemas de gestión logística (WMS o ERP). |
| <b>FUNCIONES ESENCIALES</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Gestión de Inventario:</b> Colabora en el control de stock, registra entradas y salidas de mercancía y participa en la realización de inventarios físicos periódicos.</li> <li>- <b>Coordinación de Bodega:</b> Apoya en la recepción y despacho de productos, verificando la documentación (órdenes de entrega, facturas) y asegurando el correcto almacenamiento.</li> <li>- <b>Soporte de Transporte:</b> Asiste en la planificación de rutas de distribución, coordina el cargue y descargue, y realiza el seguimiento de los envíos hasta la entrega al cliente.</li> <li>- <b>Procesamiento Documental:</b> Tramita y organiza documentos clave de la cadena, como guías de transporte, manifiestos de carga y comprobantes de recepción.</li> <li>- <b>Resolución Operativa:</b> Colabora en la identificación y resolución de incidencias que puedan afectar el flujo de la cadena, como retrasos o errores en los pedidos.</li> </ul> |  |

Tabla 8. Identificación de cargo

| <b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>      |                               |
|--------------------------------------|-------------------------------|
| <b>NOMBRE DEL CARGO</b>              | Auxiliar Comercio Exterior    |
| <b>DEPENDENCIA</b>                   | Logística y Comercio Exterior |
| <b>NÚMERO DE CARGOS</b>              | UNO                           |
| <b>SOLICITA REPORTES Y REPORTA A</b> | Gerencia, Área Administrativa |
| <b>SALARIO</b>                       | 1.423.500                     |
| <b>EDAD</b>                          | 22 AÑOS O MÁS                 |

|  |   |
|--|---|
| <b>EXPERIENCIA Y ESTUDIOS</b>  | Se requiere una persona con estudios técnicos o profesionales en Negocios Internacionales, Comercio Exterior, o carreras logísticas. Se solicita experiencia comprobada en trámites aduaneros, manejo de documentación de importación/exportación y conocimiento de los <i>Incoterms</i> y normativas cambiarias. |
| <b>FUNCIONES ESENCIALES</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Gestión Documental:</b> Prepara, revisa y organiza todos los documentos necesarios para las operaciones (packing list, factura comercial, certificados de origen, BL/AWB).</li> <li>- <b>Coordinación Aduanera:</b> Sirve de enlace entre la empresa y la agencia de aduanas, asegurando la presentación oportuna de la documentación y el cumplimiento de los requisitos legales y arancelarios.</li> <li>- <b>Seguimiento Logístico:</b> Monitorea y rastrea los embarques internacionales (aéreos, marítimos o terrestres) en coordinación con los operadores logísticos (freight forwarders).</li> <li>- <b>Control de Costos:</b> Colabora en la liquidación de los costos de importación/exportación, incluyendo fletes, seguros y gastos aduaneros, para la correcta causación.</li> <li>- <b>Cumplimiento Normativo:</b> Mantiene actualizado el registro de las normativas aduaneras y cambiarias vigentes para evitar sanciones o demoras en las operaciones.</li> </ul> |   |

Tabla 9. Identificación de cargo

| <b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>      |  |
|--------------------------------------|--|
| <b>NOMBRE DEL CARGO</b>              | Auxiliar Logística y Distribución  |
| <b>DEPENDENCIA</b>                   | Logística y Comercio Exterior  |
| <b>NÚMERO DE CARGOS</b>              | UNO  |
| <b>SOLICITA REPORTES Y REPORTA A</b> | Gerencia, Área Administrativa  |
| <b>SALARIO</b>                       | 1.423.500  |
| <b>EDAD</b>                          | 22 AÑOS O MÁS  |
| <b>EXPERIENCIA Y ESTUDIOS</b>        | Se requiere una persona con formación técnica o tecnológica en Logística, Distribución o afines. Es indispensable la experiencia previa en coordinación de rutas, manejo de inventarios, gestión de órdenes de despacho y conocimiento en la documentación requerida para el transporte de mercancías. |
| <b>FUNCIONES ESENCIALES</b>          |  |

- **Planificación de Rutas:** Asiste en la optimización y programación diaria de las rutas de distribución, considerando tiempos, costos y prioridades de entrega.
- **Coordinación de Despacho:** Supervisa el proceso de alistamiento (picking) y embalaje, asegurando que los pedidos coincidan con las órdenes de compra.
- **Gestión de Carga:** Coordina con el personal de bodega y los transportistas el cargue de la mercancía, verificando la integridad del producto y el vehículo.
- **Documentación de Transporte:** Prepara y entrega la documentación requerida (guías de envío, manifiestos de carga y facturas) a los transportistas.
- **Seguimiento y Control:** Realiza el seguimiento de los envíos para anticipar y resolver posibles novedades o retrasos, y gestiona los comprobantes de entrega física.

## 6. El Plan Exportador

### 6.1 Régimen de Exportación

Lo ilustrado a continuación son los pasos que se deben seguir para poder completar una exportación de forma exitosa y legal.

Ilustración 15



Nota. Proceso de Exportación. Extraído de (Drip Capital, 2020)

### 6.2 Trámites del Proceso Exportador

#### 1. Acondicionamiento del Producto:

- Procesamiento del chontaduro (selección, limpieza, cocción, envasado en conserva o almíbar, etc.).

- Etiquetado y embalaje final conforme a las normas de sanidad y etiquetado del país destino.

## **2. Verificación Sanitaria/Certificaciones:**

- Obtención de los registros sanitarios (ej. INVIMA, si aplica) y fitosanitarios necesarios para el chontaduro envasado.
- Verificación de los requisitos de calidad y empaque específicos para el mercado de destino.

## **3. Registro Exportador:**

- El exportador debe estar legalmente constituido y registrado ante las autoridades aduaneras y de comercio exterior correspondientes (ej. RUT, ICA, VUCE, etc.).

## **4. Alistamiento de la Carga (Estiba y Marcado):**

- Paletizado de la mercancía, asegurando la correcta disposición para el transporte refrigerado (permitiendo la circulación de aire).
- Marcado de los bultos o cajas con la información de manejo, destino y las marcas del embarque.

## **5. Contratación de Agente de Aduanas y Transporte Interno:**

- Contratación de un Agente de Aduanas para los trámites en el puerto de origen.
- Contratación del transporte terrestre desde la planta hasta el puerto de embarque.

**6. Contratación del Flete Marítimo (Obligación del Comprador):**

- El Comprador (importador) contrata y paga el flete marítimo internacional y el seguro.

**7. Preparación del Contenedor Refrigerado (Reefer):**

- El exportador (vendedor) coordina la reserva del contenedor *reefer* con la línea naviera o el transportista del comprador.
- Pre-enfriamiento: El contenedor se pre-enfría a la temperatura requerida para el chontaduro envasado (conserva o almíbar).

**8. Entrega y Carga (Punto de Cumplimiento FOB):**

- El vendedor traslada la mercancía al puerto.
- La mercancía se carga a bordo del buque designado por el comprador. En este punto, se transfiere el riesgo del vendedor al comprador.

**9. Trámites Aduaneros de Exportación:**

- El vendedor realiza y paga todos los trámites de la Aduana en el país de origen (declaración de exportación).

**10. Emisión de Documentos de Embarque:**

- El vendedor o su agente genera la Factura Comercial, *Packing List* (Lista de Empaque) y obtiene el Conocimiento de Embarque (Bill of Lading - B/L) de la naviera (que actúa como prueba de entrega FOB).

**11. Envío de Documentos al Comprador:**

- El vendedor envía al comprador los documentos necesarios (B/L, Factura, etc.) para que este pueda realizar el trámite de importación y reclamar la mercancía a su llegada.

## 12. Monitoreo del Transporte:




- Una vez a bordo, el comprador asume la responsabilidad y el costo de la mercancía y monitorea el trayecto, si bien el vendedor puede asistir con información de seguimiento del *reefer*.

### 6.2.1 Posición Arancelaria Capítulo – Partida arancelaria – Subpartida arancelaria – Posición arancelaria

El producto cuenta con el código de nomenclatura 2008.99.90.00, el cual hace parte del capítulo 20, Su partida es 20.08, subpartida 99 y código nacional 90.00

Ilustración 16

#### Perfil de la mercancía

| DATOS GENERALES    |   |                 |                |             |       |   |
|--------------------|---|-----------------|----------------|-------------|-------|---|
| Nivel Nomenclatura | Código Nomenclatura   | Código Complem. | Código Suplem. | Desde       | Hasta | Leg   |
| ARIAN              | 2008.99.90.00   |                 |                | 01-ene-2007 | ...   |  |
| Descripción        | Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas<br>Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte.<br>- Los demás, incluidas las mezclas, excepto las mezclas de la subpartida 2008.19:<br>-- Los demás:<br>--- Los demás |                 |                | 01-ene-2007 | ...   |  |
| Unidad física      | kg - Kilogramo  |                 |                | 01-ene-2007 | ...   |  |

Nota. Perfil de la mercancía. Tomado de (Muisca, s.f.)

Ilustración 17

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

Nota. Medidas Dian del producto. Tomado de (Dian Muisca, s.f.)

### 6.2.2 Permisos Previos y/o Vistos Buenos

El primer de estos documentos son obligatorios para certificar la actitud para el consumo y la buena práctica de la manufactura el cual emitirá un certificado sanitario explotación para que lote ya que este será exigido por las autoridades sanitarias en la sociedad al ingresar Ámsterdam adicionalmente la empresa debe trabajar como exportar ante la Dian mediante actualización del Rut y finalmente hacer todo los trámites documentales que se gestionarán ante la ventanilla exterior y antes del despacho se verá transmitir la solicitud de autorización de embarque SAE cumplirá con un certificado los beneficios arancelarios del de acuerdo comercial con la Unión Europea.

### **6.2.3 Términos De Negociación**

Para la exportación que se va a realizar de chontaduro fresco desde Cali, Colombia, con destino a Ámsterdam, Países Bajos, FOB (Free On Board) en el puerto de embarque colombiano Buenaventura, en caso de optar por la vía marítima. Esta elección minimiza el riesgo del exportador, ya que la responsabilidad de pérdida o daño se transfiere al comprador en el momento en que la mercancía cruza la borda del buque. Bajo FOB, el comprador asume la contratación, el costo del flete marítimo (incluyendo el contenedor refrigerado o *reefer*) y la contratación del seguro internacional. No obstante, dada la naturaleza altamente perecedera del chontaduro y su corta vida útil (aproximadamente 2-3 semanas en condiciones óptimas), la viabilidad de la ruta marítima (cuyo tránsito promedio puede exceder este periodo) depende estrictamente de la contratación de un servicio de contenedor refrigerado impecable y del menor tiempo de tránsito posible. Si el factor crítico es la llegada en óptimas condiciones, la alternativa de transporte aéreo bajo el Incoterm CIP es la opción más segura. (Incoterms 2025: cambios y tipos de Incoterms, 2025)

### **6.2.4 Agente De Carga Y/O Tipo De Transporte**

Bajo el Incoterm con el cual se va a relajar el transporte de la exportación es FOB (Free On Board) en el Puerto de Buenaventura, el exportador debe limitar su enfoque logístico a garantizar la entrega segura y puntual de la mercancía a bordo del buque. Para ello, es indispensable contratar un Agente de Carga Internacional con experiencia probada en logística de perecederos (Reefer). Este agente será responsable de coordinar el transporte terrestre refrigerado (termo king) desde Cali hasta Buenaventura, manteniendo la temperatura de conservación del chontaduro entre 10 °C y 12 °C para preservar su corta vida útil. Además, el agente gestionará los trámites de exportación, aduaneros y fitosanitarios (ICA) necesarios, y coordinará la recepción del Contenedor Refrigerado contratado por el comprador, asegurando

que la carga se realice a bordo de la nave. Es fundamental establecer una comunicación fluida con la línea naviera para evitar demoras en puerto que rompan la cadena de frío, ya que este es el punto más vulnerable de la operación bajo esta modalidad de entrega marítima. (freightos, 2023)

### **6.2.5 Medio De Pago**

El método más recomendado y seguro es la Carta de Crédito Irrevocable. En términos sencillos, este sistema funciona como una promesa de pago blindada emitida por el banco del comprador en Países Bajos, y lo ideal es que esta promesa sea confirmada por un banco colombiano. Esto significa que el dinero queda garantizado por los bancos desde el principio, como exportadores, se recibe el pago de forma rápida y segura tan pronto como entregues la mercancía en el puerto y presentes los documentos de envío. Se elige esta opción porque, al tratarse de un producto fresco y perecedero, no se puede tomar el riesgo de que existan demoras o problemas de cobro. La Carta de Crédito provee da tranquilidad de que el negocio está protegido financieramente, sin importar lo que ocurra durante el largo viaje en barco.

(LegisComex, s.f.)

### **6.2.6. El Contrato De Exportación**

Contrato de compraventa internacional que celebran por una parte la empresa CAKECHONTA S.A.S representada legalmente por el señor CRISTIAN RIVERA en su carácter de vendedor, y por la otra parte la empresa NAUTRILITAS representada legalmente por la señora LLERNEMIANI, en su carácter de comprador, quienes en lo sucesivo y para efectos de este contrato se les denominará “el vendedor” Y “el comprador” respectivamente, al tenor de las siguientes declaraciones y clausulas:

Se pacta la venta internacional de Chontaduro en conserva, en un total de 6.600 unidades, de conformidad con las especificaciones de calidad comercial y empaque establecidas por el comprador. El precio unitario pactado es de 8.00 USD (ocho dólares estadounidenses), para un precio total de 52,800 USD (Cincuenta y dos mil ochocientos dólares estadounidenses), pagadero en la divisa indicada.

El pago se realizará mediante Carta de Crédito Irrevocable, confirmada y a la vista, emitida por un banco de primera línea designado por el comprador y confirmada por un banco colombiano aceptable para el vendedor. El pago se efectuará en su totalidad contra entrega de documentos y comprobante de entrega FOB al transportista designado por el comprador.

La entrega del producto se efectuará conforme al termino FOB en la borda de origen colombiano designado, dentro de los 10 a 20 días posteriores a la fecha de entrada en vigor del presente contrato. El vendedor entregará la mercancía embalada, paletizada y despachada, poniéndola a disposición del transportista internacional designado por el comprador en el punto FCA acordado. A partir de dicha entrega, todos los riesgos y costos de exportación corresponderán al comprador.

El producto deberá ser de buena calidad comercial, libre de defectos y ajustarse a las especificaciones acordadas entre las partes, cumpliendo además las normas fitosanitarias y de exportación vigentes en Colombia y las regulaciones de importación de la UE. Ninguna de las partes será responsable ante la otra por daños consecuenciales o incidentales especiales o punitivos que surjan de este contrato o se relacionen con él. La responsabilidad de cada parte se limitará al valor total del producto objeto de la transacción.

Toda controversia, reclamación o disputa que se derive o guarde relación con el presente contrato será resuelta mediante arbitraje administrado por la cámara de comercio internacional (ICC) de acuerdo con su reglamento de arbitraje vigente. El idioma del procedimiento será el inglés.

El presente contrato es el acuerdo completo entre las partes y sustituye todas las negociaciones, entendimientos y acuerdos previos, ya sean escritos u orales. Ninguna modificación a este contrato será válida a menos que conste por escrito y esté firmada por ambas partes. En fe de lo cual, las partes firman este contrato en dos ejemplares de igual valor y efecto a los 15 días del mes de Agosto del año 2025.

**El vendedor:**

**El comprador:**

*Cristian rivera*

*lternemiani*

### **6.2.7. Políticas Sociales Y Ambientales**

CakeChonta se enfoca en realizar, orientar y garantizar un desarrollo sostenible y un aporte positivo para la comunidad, en el ámbito ambiental se compromete con el uso responsable del chontaduro asegurando su producción provenga de cultivo sostenibles que protejan la biodiversidad evitando la deforestación, además promueve la reproducción de residuos mediante el uso de los empaques biodegradables y el aprovechamiento del subproducto para compostaje Junto con la optimización del consumo del agua y energía en los procesos productivos.

También trabajar para minimizar la huella de carbono en el transporte y en toda la cadena de suministros, en cuanto a las políticas sociales CakeChonta impulsa el empleo digno local, priorizando la contratación de comunidades productoras del Pacífico y garantizando condiciones laborales justas y seguras igualmente fomenta la inclusión y la igualdad de oportunidades sin discriminación, ofrece programas de capacitación para fortalecer las habilidades de su equipo, manteniendo relaciones transparentes y justas con proveedores y agricultores, apoyando iniciativas culturales y comunitarias que fortalezcan la identidad regional ligada al chontaduro.

## 7. El Estudio Económico y Financiero

### 7.1 Las Inversiones Preliminares

Las inversiones preliminares son aquellos desembolsos iniciales que el proyecto debe realizar antes de comenzar formalmente sus operaciones productivas. Este rubro incluye gastos como la constitución legal de la empresa el diseño de planos o estudios de mercado y la capacitación del personal administrativo. Representan la suma de dinero necesaria para poner en marcha la idea de negocio hasta el punto de estar lista para adquirir activos fijos y empezar a operar. Su correcta estimación es crucial para determinar el capital inicial requerido.

#### 7.1.1 Los Gastos Pre Operativos

Ilustración 18

| PRESUPUESTO DE GASTOS PREOPERATIVOS  |                        |
|--|------------------------|
| CONCEPTO O DETALLE DEL GASTO   | VALOR<br>PRESUPUESTADO |
| Estudio de Factibilidad  | 0                      |
| Gastos Notariales  | 150,000                |
| Gastos de Registro en Cámara de Comercio.  | 180,000                |
| Honorarios Asesorías Profesionales   | 600,000                |
| Gastos de Instalación y Montaje (adecuación)   | 1,400,000              |
| Publicidad de Impacto  | 800,000                |
| Otros Gastos Legales: Uso del Suelo, Sayco y acinpro,<br>Bomberos, Permisos, Licencias, etc. | 250,000                |
| Gastos de selección del personal   | 0                      |
| Capacitaciones y Cursos de Inducción a Personal  | 1,000,000              |
| Gastos de Papelería  | 250,000                |
| Gastos de transportes y diligencias  | 400,000                |
| Diversos e Imprevistos   | 970,000                |
| <b>TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS</b>  | <b>6,000,000</b>       |

Nota. PRESUPUESTO DE GASTOS PREOPERATIVOS. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

Ilustración 19

| AMORTIZACION DEL GASTO PRE OPERATIVO - DIFERIDO           |                |
|---|----------------|
| Total del Gasto Diferido                                  | 6,000,000      |
| Período de Amortización en Años (Periodo de Evaluación)   | 5              |
| Total Amortización por cada Año del Periodo de Evaluación | 1,200,000      |
| <b>Total Amortización por mes o Amortización Mensual</b>  | <b>100,000</b> |

Nota. DIFERIDO. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

### 7.1.2 Las Inversiones Fijas

Ilustración 20

| <b>PRESUPUESTO DE INVERSIONES FIJAS</b>                     |                 |                       |                    |
|---|-----------------|-----------------------|--------------------|
| <b>1. EQUIPO DE OFICINA, DE COMPUTO Y MUEBLES Y ENSERES</b> |                 |                       |                    |
| <b>DESCRIPCION DEL ACTIVO</b>                               | <b>CANTIDAD</b> | <b>COSTO UNITARIO</b> | <b>COSTO TOTAL</b> |
| Computador de Mesa  | 7               | 1,200,000             | 8,400,000          |
| Computador Portatil   | 1               | 1,900,000             | 1,900,000          |
| Escritorios   | 7               | 600,000               | 4,200,000          |
| Sillas para Computador                                      | 7               | 450,000               | 3,150,000          |
| Sillas para Escritorio                                      | 2               | 250,000               | 500,000            |
| Mesas para Computador                                       | 7               | 500,000               | 3,500,000          |
| Impresora   | 1               | 1,200,000             | 1,200,000          |
| Fotocopiadora   | 0               | 0                     | 0                  |
| Aire Acondicionado  | 2               | 1,600,000             | 3,200,000          |
| Mesa de Juntas  | 1               | 150,000               | 150,000            |
| Sillas para mesa de juntas                                  | 8               | 300,000               | 2,400,000          |
| Telefonos   | 4               | 350,000               | 1,400,000          |
| Estanterías   | 5               | 70,000                | 350,000            |
| Archivador  | 2               | 850,000               | 1,700,000          |
| Espacio de almacenamiento materia prima                     | 2               | 5,000,000             | 10,000,000         |
| Otros activos fijos depreciables                            |                 |                       | 0                  |
|   |                 |                       | 0                  |
|   |                 |                       | 0                  |
|   |                 |                       | 0                  |
|   |                 |                       | 0                  |
| <b>TOTAL EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y OTROS</b>             |                 |                       | <b>42,050,000</b>  |

Nota. Presupuesto de inversiones fijas. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

Ilustración 21

| <b>2. MAQUINARIA Y EQUIPO. OTROS EQUIPOS DE PRODUCCION</b> |                 |                       |                    |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| <b>DESCRIPCION DEL ACTIVO</b>                              | <b>CANTIDAD</b> | <b>COSTO UNITARIO</b> | <b>COSTO TOTAL</b> |
| Mesas de Trabajo y Tanques Inoxidables                     | 1               | 1,500,000             | 1,500,000          |
| Balanza de Piso o Mesa                                     | 1               | 4,500,000             | 4,500,000          |
| Marmita Industrial   | 1               | 5,500,000             | 5,500,000          |
| Llenadora Semiautomática                                   | 1               | 4,500,000             | 4,500,000          |
| Tapadora Semiautomática (para Tapas Twist-Off)             | 1               | 1,500,000             | 1,500,000          |
|  |                 |                       | 0                  |
| Equipo de Enfriamiento Rápido                              | 1               | 3,000,000             | 3,000,000          |
| Etiquetadora Semiautomática                                | 1               | 1,000,000             | 1,000,000          |
| Codificadora de Inyección de Tinta (Inkjet)                | 1               | 500,000               | 500,000            |
|  |                 |                       | 0                  |
| <b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO Y OTROS</b>                   |                 |                       | <b>22,000,000</b>  |

Nota. Maquinaria y equipo. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

Ilustración 22

| <b>DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS</b>                 |                |
|--|----------------|
| Total Equipo de Oficina, Computo y Muebles y Enseres | 42,050,000     |
| Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea   | 5              |
| Valor del Gasto por Depreciación Anual               | 8,410,000      |
| <b>Valor del Gasto por Depreciación Mensual</b>      | <b>700,833</b> |
|  |                |
| Total Maquinaria y Equipo de Producción              | 22,000,000     |
| Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea   | 10             |
| Valor del Gasto por Depreciación Anual               | 2,200,000      |
| <b>Valor del Gasto por Depreciación Mensual</b>      | <b>183,333</b> |

Nota. Cálculo de depreciación de activos fijos. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

### 7.1.3 El Capital de Trabajo

Ilustración 23

| <b>PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO</b> |               |                   |                   |
|--|---------------|-------------------|-------------------|
| TIPO DE GASTO                            | VALOR MENSUAL | MESES A FINANCIAR | VALOR TOTAL       |
| Honorarios Profesionales                 | 1,000,000     | 0                 | 0                 |
| Servicios publicos                       | 1,500,000     | 1                 | 1,500,000         |
| Arrendamientos                           | 2,000,000     | 3                 | 6,000,000         |
| Servicios de vigilancia                  | 1,623,500     | 1                 | 1,623,500         |
| Copias, fotocopias                       | 100,000       | 1                 | 100,000           |
| Servicio de cafeteria y casino           | 0             | 0                 | 0                 |
| Servicios temporales                     | 1,000,000     | 1                 | 1,000,000         |
| Servicio generales: Aseo y varios        | 1,623,500     | 2                 | 3,247,000         |
| Servicio de telefonía e internet         | 100,000       | 1                 | 100,000           |
| Gastos Legales                           | 500,000       | 2                 | 1,000,000         |
| Mantenimiento y Reparaciones             | 400,000       | 2                 | 800,000           |
| Papelería y útiles de oficina            | 700,000       | 1                 | 700,000           |
| Transportes y Fletes                     | 3,000,000     | 4                 | 12,000,000        |
| Outsourcing contable                     | 1,623,500     | 2                 | 3,247,000         |
| Diversos y otros gastos generales        | 1,159,917     | 0                 | 0                 |
| Nómina                                   | 13,783,510    | 2                 | 27,567,020        |
| Compra de Inventarios                    | 4,000,000     | 1                 | 4,000,000         |
| <b>TOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO</b>      |               |                   | <b>62,884,520</b> |

Nota. Presupuesto capital de trabajo. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

### 7.1.4 La Composición del Capital

Ilustración 24

| <b>TOTAL INVERSIONES PRELIMINARES - CAPITAL SEMILLA</b> |                    |
|---|--------------------|
| Total de los Gastos Pre Operativos                      | 6,000,000          |
| Total de las Inversiones Fijas                          | 64,050,000         |
| Total del Capital de Trabajo                            | 62,884,520         |
| <b>TOTAL DE LAS INVERSIONES PRELIMINARES</b>            | <b>132,934,520</b> |

Nota. Capital Semilla. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

Ilustración 25

| <b>COMPOSICION DEL CAPITAL - SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFICADA</b> |             |             |             |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Concepto   | No Acciones | Vr. Nominal | Vr. Total   |
| Capital Autorizado   | 53,174      | 5,000       | 265,869,041 |
| Capital Suscrito   | 39,880      | 5,000       | 199,401,781 |
| Capital Suscrito Por Cobrar                                    | 13,293      | 5,000       | 66,467,260  |
| Capital Suscrito y Pagado                                      | 26,587      | 5,000       | 132,934,520 |

Nota. Composición Del Capital S.A.S. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

## 7.2. El Balance General de Constitución

El balance general de constitución es un estado financiero inicial que una empresa elabora al momento exacto de su creación legal. Este documento fundamental muestra la posición financiera del nuevo negocio en ese preciso instante reflejando la igualdad entre sus activos los bienes y derechos que posee y la suma de sus pasivos las obligaciones o deudas y el patrimonio el capital aportado por los socios. Esencialmente representa la fotografía contable de los recursos y las fuentes de financiamiento con los que comienza a operar la compañía.

## Ilustración 26

| CakeChonta                                      |            |                    |
|---|------------|--------------------|
| BALANCE GENERAL DE INICIALIZACIÓN O DE APERTURA |            |                    |
| Fecha:  |            |                    |
| <b>ACTIVO</b>                                   |            |                    |
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>                         |            |                    |
| <b>DISPONIBLE</b>                               |            |                    |
| Caja  |            | 62,884,520         |
| <b>INVENTARIOS</b>                              |            |                    |
| Inventario de Producto                          |            |                    |
| <b>TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE</b>               |            | <b>62,884,520</b>  |
| <b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>                      |            |                    |
| <b>ACTIVO FIJO</b>                              |            |                    |
| Equipo de Oficina y Otros Activos               | 42,050,000 |                    |
| Maquinaria y Equipo                             | 22,000,000 | 64,050,000         |
| <b>DIFERIDOS</b>                                |            |                    |
| <b>CARGOS DIFERIDOS</b>                         |            |                    |
| Gastos Preoperativos                            |            | 6,000,000          |
| <b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>                |            | <b>70,050,000</b>  |
| <b>TOTAL DEL ACTIVO</b>                         |            | <b>132,934,520</b> |
| <b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>                      |            |                    |
| <b>PATRIMONIO</b>                               |            |                    |
| <b>CAPITAL SOCIAL</b>                           |            |                    |
| Aporte de los Inversionistas                    |            | 132,934,520        |
| <b>TOTAL DEL PATRIMONIO</b>                     |            | <b>132,934,520</b> |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>                |            | <b>132,934,520</b> |

Balance general de inicialización. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

## Ilustración 27

| CakeChonta                                    |   |                    |
|---|---|--------------------|
| BALANCE GENERAL DE CONSTITUCION O DE APERTURA |   |                    |
| Fecha:  |   |                    |
| <b>ACTIVO</b>                                 |   |                    |
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>                       |   |                    |
| <b>DISPONIBLE</b>                             |   |                    |
| Caja  |   | 132,934,520        |
| <b>INVENTARIOS</b>                            |   |                    |
| Inventario de Producto                        |   |                    |
| <b>TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE</b>             |   | <b>132,934,520</b> |
| <b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>                    |   |                    |
| <b>ACTIVO FIJO</b>                            |   |                    |
| Equipo de Oficina y Otros Activos             | 0 |                    |
| Maquinaria y Equipo                           | 0 | 0                  |
| <b>DIFERIDOS</b>                              |   |                    |
| <b>CARGOS DIFERIDOS</b>                       |   |                    |
| Gastos Preoperativos                          |   | 0                  |
| <b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>              |   | <b>0</b>           |
| <b>TOTAL DEL ACTIVO</b>                       |   | <b>132,934,520</b> |
| <b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>                    |   |                    |
| <b>PATRIMONIO</b>                             |   |                    |
| <b>CAPITAL SOCIAL</b>                         |   |                    |
| Aporte de los Inversionistas                  |   | 132,934,520        |
| <b>TOTAL DEL PATRIMONIO</b>                   |   | <b>132,934,520</b> |
| <b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>              |   | <b>132,934,520</b> |

Nota. Balance general de constitución. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

### 7.3 La Producción y Los Costos Operacionales

se refiere al volumen de bienes o servicios que el proyecto espera generar durante su vida útil. Los costos operacionales o de operación son todos aquellos gastos necesarios y recurrentes que se incurren para mantener esa actividad productiva del negocio en funcionamiento día a día

#### 7.3.1 La Producción Exportable

Ilustración 28

| PROYECCION VOLUMEN DE PRODUCCION COMERCIALIZABLE CON EL EXTERIOR   |                                     |                                 |        |        |        |        |        |
|--|-------------------------------------|---------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| PRODUCTO   | CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES) | NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO | AÑO 01 | AÑO 02 | AÑO 03 | AÑO 04 | AÑO 05 |
| Chontaduro En Conserva   | 6,600.00                            | 2                               | 13,200 | 13,860 | 14,692 | 15,720 | 16,978 |
| TASA DE CREMIENTO O DE VARIACION ANUAL DE LA PRODUCCION EXPORTABLE |                                     |                                 |        | 5.00%  | 6.00%  | 7.00%  | 8.00%  |

Nota. Proyección de volumen de producción. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

#### 7.3.2 Los Costos de Producción

##### 7.3.2.1 Costos Directos.

Ilustración 29

| 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     |
| Chontaduro En Conserva   | 6600                                | 2                               | 52,800,000 | 58,219,524 | 64,806,706 | 72,819,744 | 82,588,264 |
| COSTO UNITARIO (Costos de Produccion)  |                                     |                                 | 4,000      | 4,201      | 4,411      | 4,632      | 4,865      |
| INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION   |                                     |                                 | 5.01%      | 5.01%      | 5.01%      | 5.01%      | 5.01%      |

Proyección costos de mercancía vendida para exportación. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

### 7.3.2.2 Costos de Personal.

Ilustración 30

| 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%         |
| <b>TOTAL</b>  | <b>21.83%</b> |                           | <b>25.50%</b> |

Nota. Porcentajes de carga prestacional. Captura de la plantilla financiera proveída por  
(Azcarate, 2025)

Ilustración 31

| 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 Area Administrativa, contable y financiera                              | 81,129,631         | 86,689,039         | 92,629,405         | 98,976,835         | 105,759,222        |
| Nómina Area de Compras y Ventas Nacionales                                     | 28,090,831         | 30,015,755         | 32,072,584         | 34,270,358         | 36,618,735         |
| Nómina Area de Logística y Comercio Exterior                                   | 56,181,661         | 60,031,510         | 64,145,169         | 68,540,716         | 73,237,469         |
| Nómina del Area de Producción  | 41,232,207         | 44,057,644         | 47,076,894         | 50,302,624         | 53,749,612         |
| <b>TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL</b>   | <b>206,634,329</b> | <b>220,793,947</b> | <b>235,923,852</b> | <b>252,090,534</b> | <b>269,365,038</b> |

Nota. Proyección gastos de personal. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate,  
2025)

## Ilustración 32

| INDICADOR DE PROYECCION DE LOS GASTOS DE NOMINA  |  |  |         |
|--|--|--|---------|
| SE TOMARA COMO REFERENCIA EL PROMEDIO DE LA VARIACION DEL SALARIO MINIMO LEGAL MENSUAL VIGENTE EN COLOMBIA EN LOS ULTIMOS DIEZ AÑOS. |  |  |         |
| Año 2025   |  |  | 9.53%   |
| 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%   |
| TOTAL SUMATORIA  |  |  | 109.64% |
| TOTAL PROMEDIO   |  |  | 6.85%   |

Nota. Indicador de proyección de gastos de nómina. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

| NOMINA DE PERSONAL AREA DE LOGISTICA Y COMEX |                  |                    |                  |                    |                  |                     |                   |
|--|------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|---------------------|-------------------|
| CARGO EMPLEADO                               | SUELDO MES       | AUXILIO TRANSPORTE | TOTAL DEVENGADO  | CARGA PRESTACIONAL | CARGA PARAFISCAL | TOTAL GASTO MENSUAL | TOTAL GASTO ANUAL |
|  |                  |                    |                  | 21.83%             | 25.50%           |                     |                   |
| Auxiliar de Cadena de Suministro             | 1,423,500        | 200,000            | 1,623,500        | 354,410            | 362,993          | 2,340,903           | 28,090,831        |
| Auxiliar Logística y Distribución            | 1,423,500        | 200,000            | 1,623,500        | 354,410            | 362,993          | 2,340,903           | 28,090,831        |
|  | 0                | 0                  | 0                | 0                  | 0                | 0                   | 0                 |
|  | 0                | 0                  | 0                | 0                  | 0                | 0                   | 0                 |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>2,847,000</b> | <b>400,000</b>     | <b>3,247,000</b> | <b>708,820</b>     | <b>725,985</b>   | <b>4,681,805</b>    | <b>56,181,661</b> |

Nota. Nomina área logística y Comex. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

| NOMINA DE PERSONAL AREA DE PRODUCCIÓN |                  |                    |                  |                    |                  |                     |                   |
|---------------------------------------|------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|---------------------|-------------------|
| CARGO EMPLEADO                        | SUELDO MES       | AUXILIO TRANSPORTE | TOTAL DEVENGADO  | CARGA PRESTACIONAL | CARGA PARAFISCAL | TOTAL GASTO MENSUAL | TOTAL GASTO ANUAL |
|                                       |                  |                    |                  | 0.00%              | 0.00%            |                     |                   |
| Auiliar de comercio exterior          | 2,000,000        | 200,000            | 2,200,000        | 480,260            | 510,000          | 3,190,260           | 38,283,120        |
| Auxiliar de la cadena de suministros  | 1,423.500        | 200,000            | 201,424          | 43,971             | 363              | 245,757             | 2,949,087         |
|                                       |                  |                    | 0                | 0                  | 0                | 0                   | 0                 |
|                                       |                  |                    | 0                | 0                  | 0                | 0                   | 0                 |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>2,001,424</b> | <b>400,000</b>     | <b>2,401,424</b> | <b>524,231</b>     | <b>510,363</b>   | <b>3,436,017</b>    | <b>41,232,207</b> |

Nota. Nomina área producción. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

### 7.3.2.3 Gastos Generales de Producción

Ilustración 33

| PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS Y VENTAS NACIONALES PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO |                     |   |                    |                    |                    |                    |                    |
|---|---------------------|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| DETALLE DEL GASTO   | PRESUPUESTO MENSUAL | % DE PRORRATA DEPARTAMENTO DE COMPRAS Y VENTAS NACIONALES | TOTAL GASTO AÑO 01 | TOTAL GASTO AÑO 02 | TOTAL GASTO AÑO 03 | TOTAL GASTO AÑO 04 | TOTAL GASTO AÑO 05 |
| Honorarios Profesionales  | 1,000,000           | 0.00%   | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Servicios publicos  | 1,500,000           | 20.00%  | 3,600,000          | 3,780,489          | 3,970,026          | 4,169,066          | 4,378,085          |
| Arrendamientos  | 2,000,000           | 20.00%  | 4,800,000          | 5,040,651          | 5,293,368          | 5,558,755          | 5,837,447          |
| Servicios de vigilancia   | 1,623,500           | 25.00%  | 4,870,500          | 5,114,686          | 5,371,114          | 5,640,399          | 5,923,185          |
| Copias, fotocopias  | 100,000             | 20.00%  | 240,000            | 252,033            | 264,668            | 277,938            | 291,872            |
| Servicio de cafeteria y casino  | 0                   | 0.00%   | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Servicios temporales  | 1,000,000           | 0.00%   | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Servicio generales: Aseo y varios   | 1,623,500           | 20.00%  | 3,896,400          | 4,091,749          | 4,296,892          | 4,512,319          | 4,738,548          |
| Servicio de telefonía e internet  | 100,000             | 20.00%  | 240,000            | 252,033            | 264,668            | 277,938            | 291,872            |
| Gastos Legales  | 500,000             | 20.00%  | 1,200,000          | 1,260,163          | 1,323,342          | 1,389,689          | 1,459,362          |
| Mantenimiento y Reparaciones  | 400,000             | 25.00%  | 1,200,000          | 1,260,163          | 1,323,342          | 1,389,689          | 1,459,362          |
| Papelaría y utiles de oficina   | 700,000             | 25.00%  | 2,100,000          | 2,205,285          | 2,315,849          | 2,431,955          | 2,553,883          |
| Transportes y Fletes  | 3,000,000           | 20.00%  | 7,200,000          | 7,560,977          | 7,940,052          | 8,338,132          | 8,756,171          |
| Outsourcing contable  | 1,623,500           | 10.00%  | 1,948,200          | 2,045,874          | 2,148,446          | 2,256,160          | 2,369,274          |
| Depreciación de Activos   | 884,167             | 10.00%  | 1,061,000          | 1,061,000          | 1,061,000          | 1,061,000          | 1,061,000          |
| Amortización Diferidos  | 100,000             | 0.00%   | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Diversos y otros gastos generales   | 1,159,917           | 20.00%  | 2,783,801          | 2,923,369          | 3,069,934          | 3,223,847          | 3,385,477          |
| <b>TOTAL DEL GASTO</b>  | <b>17,314,584</b>   |   | <b>35,139,901</b>  | <b>36,848,471</b>  | <b>38,642,701</b>  | <b>40,526,887</b>  | <b>42,505,537</b>  |

Nota. Proyección gastos generales de compra y venta nacional. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

Ilustración 34

| PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL AREA DE PRODUCCION PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO |                     |   |                    |                    |                    |                    |                    |
|--|---------------------|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| DETALLE DEL GASTO  | PRESUPUESTO MENSUAL | % DE PRORRATA DEL AREA DE LOGISTICA Y COMERCIO EXTERIOR | TOTAL GASTO AÑO 01 | TOTAL GASTO AÑO 02 | TOTAL GASTO AÑO 03 | TOTAL GASTO AÑO 04 | TOTAL GASTO AÑO 05 |
| Honorarios Profesionales   | 1,000,000           | 0.00%   | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Servicios publicos   | 1,500,000           | 30.00%  | 5,400,000          | 5,670,733          | 5,955,039          | 6,253,599          | 6,567,128          |
| Arrendamientos   | 2,000,000           | 30.00%  | 7,200,000          | 7,560,977          | 7,940,052          | 8,338,132          | 8,756,171          |
| Servicios de vigilancia  | 1,623,500           | 25.00%  | 4,870,500          | 5,114,686          | 5,371,114          | 5,640,399          | 5,923,185          |
| Copias, fotocopias   | 100,000             | 20.00%  | 240,000            | 252,033            | 264,668            | 277,938            | 291,872            |
| Servicio de cafeteria y casino   | 0                   | 0.00%   | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Servicios temporales   | 1,000,000           | 50.00%  | 6,000,000          | 6,300,814          | 6,616,710          | 6,948,444          | 7,296,809          |
| Servicio generales: Aseo y varios  | 1,623,500           | 30.00%  | 5,844,600          | 6,137,623          | 6,445,337          | 6,768,479          | 7,107,821          |
| Servicio de telefonía e internet   | 100,000             | 20.00%  | 240,000            | 252,033            | 264,668            | 277,938            | 291,872            |
| Gastos Legales   | 500,000             | 10.00%  | 600,000            | 630,081            | 661,671            | 694,844            | 729,681            |
| Mantenimiento y Reparaciones   | 400,000             | 25.00%  | 1,200,000          | 1,260,163          | 1,323,342          | 1,389,689          | 1,459,362          |
| Papelaría y utiles de oficina  | 700,000             | 25.00%  | 2,100,000          | 2,205,285          | 2,315,849          | 2,431,955          | 2,553,883          |
| Transportes y Fletes   | 3,000,000           | 30.00%  | 10,800,000         | 11,341,466         | 11,910,078         | 12,507,198         | 13,134,256         |
| Outsourcing contable   | 1,623,500           | 10.00%  | 1,948,200          | 2,045,874          | 2,148,446          | 2,256,160          | 2,369,274          |
| Depreciación de Activos  | 884,167             | 50.00%  | 5,305,000          | 5,305,000          | 5,305,000          | 5,305,000          | 5,305,000          |
| Amortización Diferidos   | 100,000             | 0.00%   | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Diversos y otros gastos generales  | 1,159,917           | 30.00%  | 4,175,701          | 4,385,053          | 4,604,901          | 4,835,771          | 5,078,216          |
| <b>PRESUPUESTO MENSUAL</b>   | <b>17,314,584</b>   |   | <b>55,924,001</b>  | <b>58,461,821</b>  | <b>61,126,876</b>  | <b>63,925,546</b>  | <b>66,864,529</b>  |

Nota. Proyección gastos área de producción. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

## 7.4. Los Gastos Generales

Los gastos generales son los costos necesarios para que la empresa funcione de manera cotidiana sin estar directamente vinculados a la producción o a la venta de un producto o servicio específico. Estos gastos engloban principalmente los gastos de administración y en ocasiones los de ventas incluyendo la renta de oficinas, los salarios del personal administrativo, servicios o los honorarios de asesoría legal.

### 7.4.1 La distribución de los gastos comunes

Ilustración 35

| INDICADOR DE PROYECCION DEL GASTO. PROMEDIO DEL INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DE LOS ULTIMOS DIEZ AÑOS |               |
|--|---------------|
| AÑO  | VALOR % I.P.C |
| 2011   | 3.73%         |
| 2012   | 2.44%         |
| 2013   | 1.94%         |
| 2014   | 3.66%         |
| 2015   | 6.77%         |
| 2016   | 5.75%         |
| 2017   | 4.09%         |
| 2018   | 3.18%         |
| 2019   | 3.80%         |
| 2020   | 1.61%         |
| 2021   | 5.62%         |
| 2022   | 13.12%        |
| 2023   | 9.28%         |
| 2024   | 5.20%         |
| <b>SUMATORIA</b>   | <b>70.19%</b> |
| <b>PROMEDIO</b>  | <b>5.01%</b>  |

Nota. Proyección gastos. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

Ilustración 36

| DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS GASTOS GENERALES COMUNES A LAS AREAS EMPRESARIALES |                     |  |   |                                       |                    |                  |
|---|---------------------|--|---|---------------------------------------|--------------------|------------------|
| DETALLE O TIPO DE GASTO DEL GASTO   | PRESUPUESTO MENSUAL | AREA ADMINISTRATIVA, CONTABLE Y FINANCIERA | DEPARTAMENTO DE COMPRAS Y VENTAS NACIONALES | AREA DE LOGISTICA Y COMERCIO EXTERIOR | AREA DE PRODUCCIÓN | TOTAL PORCENTAJE |
| Honorarios Profesionales  | 1,000,000           | 35.00%                                     | 0.00%                                       | 65.00%                                | 0.00%              | 100.00%          |
| Servicios publicos  | 1,500,000           | 30.00%                                     | 20.00%                                      | 20.00%                                | 30.00%             | 100.00%          |
| Arrendamientos  | 2,000,000           | 30.00%                                     | 20.00%                                      | 20.00%                                | 30.00%             | 100.00%          |
| Servicios de vigilancia   | 1,823,500           | 25.00%                                     | 25.00%                                      | 25.00%                                | 25.00%             | 100.00%          |
| Copias, fotocopias  | 100,000             | 40.00%                                     | 20.00%                                      | 20.00%                                | 20.00%             | 100.00%          |
| Servicio de cafeteria y casino  | 0                   | 0.00%                                      | 0.00%                                       | 0.00%                                 | 0.00%              | 0.00%            |
| Servicios temporales  | 1,000,000           | 25.00%                                     | 0.00%                                       | 25.00%                                | 50.00%             | 100.00%          |
| Servicio generales: Aseo y varios   | 1,823,500           | 20.00%                                     | 20.00%                                      | 30.00%                                | 30.00%             | 100.00%          |
| Servicio de telefonía e internet  | 100,000             | 40.00%                                     | 20.00%                                      | 20.00%                                | 20.00%             | 100.00%          |
| Gastos Legales  | 500,000             | 35.00%                                     | 20.00%                                      | 35.00%                                | 10.00%             | 100.00%          |
| Mantenimiento y Reparaciones  | 400,000             | 25.00%                                     | 25.00%                                      | 25.00%                                | 25.00%             | 100.00%          |
| Papelería y utiles de oficina   | 700,000             | 25.00%                                     | 25.00%                                      | 25.00%                                | 25.00%             | 100.00%          |
| Transportes y Fletes  | 3,000,000           | 20.00%                                     | 20.00%                                      | 30.00%                                | 30.00%             | 100.00%          |
| Outsourcing contable  | 1,823,500           | 70.00%                                     | 10.00%                                      | 10.00%                                | 10.00%             | 100.00%          |
| Depreciación de Activos   | 884,167             | 30.00%                                     | 10.00%                                      | 10.00%                                | 50.00%             | 100.00%          |
| Amortización Diferidos  | 100,000             | 100.00%                                    | 0.00%                                       | 0.00%                                 | 0.00%              | 100.00%          |
| Diversos y otros gastos generales   | 1,159,917           | 20.00%                                     | 20.00%                                      | 30.00%                                | 30.00%             | 100.00%          |
| <b>TOTAL PRESUPUESTO MES</b>  | <b>17,314,584</b>   |  |   |                                       |                    |                  |

Nota. Distribución porcentual de los gastos. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

## 7.4.2 Los Gastos De Administración

### 7.4.2.1. Gastos de Personal y su Proyección.

Ilustración 37

| 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             |
| Nómina Area Administrativa, contable y financiera                              | 81,129,631         | 86,689,039         | 92,629,405         | 98,976,835         | 105,759,222        |
| Nómina Area de Compras y Ventas Nacionales                                     | 28,090,831         | 30,015,755         | 32,072,584         | 34,270,358         | 36,618,735         |
| Nómina Area de Logística y Comercio Exterior                                   | 56,181,661         | 60,031,510         | 64,145,169         | 68,540,716         | 73,237,469         |
| Nómina del Area de Producción  | 41,232,207         | 44,057,644         | 47,076,694         | 50,302,624         | 53,749,612         |
| <b>TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL</b>   | <b>206,634,329</b> | <b>220,793,947</b> | <b>236,923,852</b> | <b>252,090,534</b> | <b>269,365,038</b> |

Nota. Proyección gastos de personal. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

Ilustración 38

| NOMINA DE PERSONAL AREA ADMINISTRATIVA, CONTABLE Y FINANCIERA |                  |                    |                  |                    |                  |                     |                   |
|---|------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|---------------------|-------------------|
| CARGO EMPLEADO  | SUELDO MES       | AUXILIO TRANSPORTE | TOTAL DEVENGADO  | CARGA PRESTACIONAL | CARGA PARAFISCAL | TOTAL GASTO MENSUAL | TOTAL GASTO ANUAL |
|   |                  |                    |                  | 21.83%             | 25.50%           |                     |                   |
| Gerente Administrativo  | 3,000,000        | 0                  | 3,000,000        | 654,900            | 765,000          | 4,419,900           | 53,038,800        |
| Auxiliar Contabilidad   | 1,423,500        | 200,000            | 1,623,500        | 354,410            | 362,993          | 2,340,903           | 28,090,831        |
|   | 0                | 0                  | 0                | 0                  | 0                | 0                   | 0                 |
|   | 0                | 0                  | 0                | 0                  | 0                | 0                   | 0                 |
| <b>TOTAL</b>  | <b>4,423,500</b> | <b>200,000</b>     | <b>4,623,500</b> | <b>1,009,310</b>   | <b>1,127,993</b> | <b>6,760,803</b>    | <b>81,129,631</b> |

Nota. Nomina personal área administrativa, contable y financiera. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

#### 7.4.2.2 Gastos Generales de Administración y su Proyección.

Ilustración 39

| PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL AREA ADMINISTRATIVA, CONTABLE Y FINANCIERA 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   | 1,000,000           | 35.00%  | 4,200,000          | 4,410,570          | 4,631,697          | 4,863,911          | 5,107,766          |
| Servicios publicos   | 1,500,000           | 30.00%  | 5,400,000          | 5,670,733          | 5,955,039          | 6,253,599          | 6,567,128          |
| Arrendamientos   | 2,000,000           | 30.00%  | 7,200,000          | 7,560,977          | 7,940,052          | 8,338,132          | 8,756,171          |
| Servicios de vigilancia  | 1,623,500           | 25.00%  | 4,870,500          | 5,114,686          | 5,371,114          | 5,640,399          | 5,923,185          |
| Copias, fotocopias   | 100,000             | 40.00%  | 480,000            | 504,065            | 529,337            | 555,875            | 583,745            |
| Servicio de cafetería y casino   | 0                   | 0.00%   | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Servicios temporales   | 1,000,000           | 25.00%  | 3,000,000          | 3,150,407          | 3,308,355          | 3,474,222          | 3,648,404          |
| Servicio generales: Aseo y varios  | 1,623,500           | 20.00%  | 3,896,400          | 4,091,749          | 4,296,892          | 4,512,319          | 4,738,548          |
| Servicio de telefonía e internet   | 100,000             | 40.00%  | 480,000            | 504,065            | 529,337            | 555,875            | 583,745            |
| Gastos Legales   | 500,000             | 35.00%  | 2,100,000          | 2,205,285          | 2,315,849          | 2,431,955          | 2,553,883          |
| Mantenimiento y Reparaciones   | 400,000             | 25.00%  | 1,200,000          | 1,260,163          | 1,323,342          | 1,389,689          | 1,459,362          |
| Papelaría y útiles de oficina  | 700,000             | 25.00%  | 2,100,000          | 2,205,285          | 2,315,849          | 2,431,955          | 2,553,883          |
| Transportes y Fletes   | 3,000,000           | 20.00%  | 7,200,000          | 7,560,977          | 7,940,052          | 8,338,132          | 8,756,171          |
| Outsourcing contable   | 1,623,500           | 70.00%  | 13,637,400         | 14,321,121         | 15,039,120         | 15,793,117         | 16,584,917         |
| Depreciación de Activos  | 884,167             | 30.00%  | 3,183,000          | 3,183,000          | 3,183,000          | 3,183,000          | 3,183,000          |
| Amortización Diferidos   | 100,000             | 100.00%   | 1,200,000          | 1,200,000          | 1,200,000          | 1,200,000          | 1,200,000          |
| Diversos y otros gastos generales  | 1,159,917           | 20.00%  | 2,783,801          | 2,923,369          | 3,069,934          | 3,223,847          | 3,385,477          |
| <b>PRESUPUESTO MENSUAL</b>   | <b>17,314,584</b>   |   | <b>62,931,101</b>  | <b>65,866,452</b>  | <b>68,948,968</b>  | <b>72,186,029</b>  | <b>75,585,383</b>  |

Nota. Proyección gastos de la áreas. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

### 7.4.3. Los Gastos de Comercialización y Ventas

#### 7.4.3.1 Gastos de Personal y su Proyección.

Ilustración 40

| 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 Area Administrativa, contable y financiera                              | 81,129,631         | 86,689,039         | 92,629,405         | 98,976,835         | 105,759,222        |
| Nómina Area de Compras y Ventas Nacionales                                     | 28,090,831         | 30,015,755         | 32,072,584         | 34,270,358         | 36,618,735         |
| Nómina Area de Logistica y Comercio Exterior                                   | 56,181,661         | 60,031,510         | 64,145,169         | 68,540,716         | 73,237,469         |
| Nómina del Area de Producción  | 41,232,207         | 44,057,644         | 47,076,694         | 50,302,624         | 53,749,612         |
| <b>TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL</b>   | <b>206,634,329</b> | <b>220,793,947</b> | <b>235,923,852</b> | <b>252,090,534</b> | <b>269,365,038</b> |

**Nota. Proyección gastos de personal. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)**

#### 7.4.3.2 Gastos Generales de Comercialización y Ventas.

Ilustración 41

| NOMINA DE PERSONAL AREA DE COMPRAS Y VENTAS NACIONALES |                  |                    |                  |                    |                  |                     |                   |
|--|------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|---------------------|-------------------|
| CARGO EMPLEADO   | SUELDO MES       | AUXILIO TRANSPORTE | TOTAL DEVENGADO  | CARGA PRESTACIONAL | CARGA PARAFISCAL | TOTAL GASTO MENSUAL | TOTAL GASTO ANUAL |
|  |                  |                    |                  | 21.83%             | 25.50%           |                     |                   |
| Auxiliar gerente de Compras y ventas                   | 1,423,500        | 200,000            | 1,623,500        | 354,410            | 362,993          | 2,340,903           | 28,090,831        |
|  | 0                | 0                  | 0                | 0                  | 0                | 0                   | 0                 |
|  | 0                | 0                  | 0                | 0                  | 0                | 0                   | 0                 |
|  | 0                | 0                  | 0                | 0                  | 0                | 0                   | 0                 |
| <b>TOTAL</b>   | <b>1,423,500</b> | <b>200,000</b>     | <b>1,623,500</b> | <b>354,410</b>     | <b>362,993</b>   | <b>2,340,903</b>    | <b>28,090,831</b> |

**Nota. Nomina personal área de compra y ventas nacional. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)**

Ilustración 42

| PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL AREA DE LOGISTICA Y COMERCIO EXTERIOR PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO |                     |   |                    |                    |                    |                    |                    |
|---|---------------------|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| DETALLE DEL GASTO   | PRESUPUESTO MENSUAL | % DE PRORRATA DEL AREA DE LOGISTICA Y COMERCIO EXTERIOR | TOTAL GASTO AÑO 01 | TOTAL GASTO AÑO 02 | TOTAL GASTO AÑO 03 | TOTAL GASTO AÑO 04 | TOTAL GASTO AÑO 05 |
| Honorarios Profesionales  | 1,000,000           | 65.00%  | 7,800,000          | 8,191,059          | 8,601,723          | 9,032,977          | 9,485,851          |
| Servicios publicos  | 1,500,000           | 20.00%  | 3,600,000          | 3,780,489          | 3,970,026          | 4,169,066          | 4,378,085          |
| Arrendamientos  | 2,000,000           | 20.00%  | 4,800,000          | 5,040,651          | 5,293,368          | 5,558,755          | 5,837,447          |
| Servicios de vigilancia   | 1,623,500           | 25.00%  | 4,870,500          | 5,114,686          | 5,371,114          | 5,640,399          | 5,923,185          |
| Copias, fotocopias  | 100,000             | 20.00%  | 240,000            | 252,033            | 264,668            | 277,938            | 291,872            |
| Servicio de cafeteria y casino  | 0                   | 0.00%   | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Servicios temporales  | 1,000,000           | 25.00%  | 3,000,000          | 3,150,407          | 3,308,355          | 3,474,222          | 3,648,404          |
| Servicio generales: Aseo y varios   | 1,623,500           | 30.00%  | 5,844,600          | 6,137,623          | 6,445,337          | 6,768,479          | 7,107,821          |
| Servicio de telefonía e internet  | 100,000             | 20.00%  | 240,000            | 252,033            | 264,668            | 277,938            | 291,872            |
| Gastos Legales  | 500,000             | 35.00%  | 2,100,000          | 2,205,285          | 2,315,849          | 2,431,955          | 2,553,883          |
| Mantenimiento y Reparaciones  | 400,000             | 25.00%  | 1,200,000          | 1,260,163          | 1,323,342          | 1,389,689          | 1,459,362          |
| Papelería y útiles de oficina   | 700,000             | 25.00%  | 2,100,000          | 2,205,285          | 2,315,849          | 2,431,955          | 2,553,883          |
| Transportes y Fletes  | 3,000,000           | 30.00%  | 10,800,000         | 11,341,466         | 11,910,078         | 12,507,198         | 13,134,256         |
| Outsourcing contable  | 1,623,500           | 10.00%  | 1,948,200          | 2,045,874          | 2,148,446          | 2,256,160          | 2,369,274          |
| Depreciación de Activos   | 884,167             | 10.00%  | 1,061,000          | 1,061,000          | 1,061,000          | 1,061,000          | 1,061,000          |
| Amortización Diferidos  | 100,000             | 0.00%   | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  | 0                  |
| Diversos y otros gastos generales   | 1,159,917           | 30.00%  | 4,175,701          | 4,385,053          | 4,604,901          | 4,835,771          | 5,078,216          |
| <b>PRESUPUESTO MENSUAL</b>  | <b>17,314,684</b>   |   | <b>53,780,001</b>  | <b>56,423,106</b>  | <b>59,198,725</b>  | <b>62,113,501</b>  | <b>65,174,412</b>  |

Nota. Proyección gastos logística y COMEX. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

### 7.4.3.3 Los Gastos del Proceso Exportador.

Ilustración 43

| PROYECCION DE LOS COSTOS O 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  |
| Chontaduro En Conserva   | 6600                                | 2                               | 377,487       | 393,158 | 409,480 | 426,479 | 444,185 |
| <b>Gastos del Proceso Exportador (Costos de la Exportación)</b>                              |                                     |                                 | <b>94.37</b>  | 93.60   | 92.83   | 92.07   | 91.31   |
| <b>INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION</b>                              |                                     |                                 | <b>-0.82%</b> | -0.82%  | -0.82%  | -0.82%  | -0.82%  |

Nota. Proyección costos de exportación. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

## 7.5 Los Ingresos y su Proyección

representan la cantidad de dinero que una empresa espera recibir como resultado de sus operaciones comerciales normales, principalmente por la venta de sus bienes o la prestación de sus servicios.

ilustración 44

| 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      |
| Chontaduro En Conserva   | 6600                                | 1                               | 424,344,096 | 441,903,448 | 464,572,163 | 493,011,317 | 528,081,035 |
| PRECIO UNITARIO DE VENTA   |                                     |                                 | 32,147      | 31,883      | 31,622      | 31,362      | 31,105      |
| INDICADOR DE VARIACION DEL PRECIO DE EXPORTACION                       |                                     |                                 | -0.82%      | -0.82%      | -0.82%      | -0.82%      | -0.82%      |

Nota. Proyección de los ingresos comercializable en el exterior. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

ilustración 45

| PROYECCION VOLUMEN DE PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL INTERIOR DEL PAIS |  |                  |        |        |        |        |        |
|--|--|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| PRODUCTO   | UNIDADES VENDIDAS AL INTERIOR DEL PAIS POR MES | CANTIDAD VENDIDA | AÑO 01 | AÑO 02 | AÑO 03 | AÑO 04 | AÑO 05 |
| Chontaduro En Conserva   | 2400   | 120              | 1,440  | 1,584  | 1,742  | 1,917  | 2,108  |
| TASA DE CREMIENTO O DE VARIACION ANUAL DE LA PRODUCCION EXPORTABLE       |  |                  |        | 10.00% | 10.00% | 10.00% | 10.00% |

Nota. Proyección volumen de producción comercializable en el interior del país. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

ilustración 46

| PROYECCION DE LOS COSTOS DE MERCANCIA VENDIDA EN EL INTERIOR DEL PAIS . VENTAS NACIONALES. |                                     |                                 |           |           |           |           |            |
|--|-------------------------------------|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| PRODUCTO   | CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES) | NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO | AÑO 01    | AÑO 02    | AÑO 03    | AÑO 04    | AÑO 05     |
| Chontaduro En Conserva   | 2400                                | 120                             | 5,760,000 | 6,653,660 | 7,685,970 | 8,878,443 | 10,255,927 |
| COSTO UNITARIO (Costos de Produccion)  |                                     |                                 | 4,000     | 4,201     | 4,411     | 4,632     | 4,865      |
| INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION                                   |                                     |                                 | 5.01%     | 5.01%     | 5.01%     | 5.01%     | 5.01%      |

Nota. Proyección de los costos de mercancía vendida en el interior del país. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

ilustración 47

| PROYECCION DE LOS INGRESOS GENERADOS POR VENTAS NACIONALES |                                     |                                 |               |              |              |              |              |
|--|-------------------------------------|---------------------------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| PRODUCTO   | CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES) | NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO | AÑO 01        | AÑO 02       | AÑO 03       | AÑO 04       | AÑO 05       |
| Chontaduro En Conserva                                     | 2400                                | 120                             | 59,040,000    | 68,200,014   | 78,781,197   | 91,004,044   | 105,123,256  |
| <b>PRECIO UNITARIO DE VENTA</b>                            |                                     |                                 | <b>41,000</b> | 43,056       | 45,214       | 47,481       | 49,862       |
| <b>INDICADOR DE VARIACION DEL PRECIO DE EXPORTACION</b>    |                                     |                                 | <b>5.01%</b>  | <b>5.01%</b> | <b>5.01%</b> | <b>5.01%</b> | <b>5.01%</b> |

Nota. Proyección de los ingresos generados por ventas nacionales. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

ilustración 48

| FECHA                            | VALOR TASA DE CAMBIO | VARIACION PORCENTUAL |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|
| Marzo de 2025                    | 4,192.57             |                      |
| Abril de 2025                    | 4,198.83             | 0.15%                |
| Mayo de 2025                     | 4,148.72             | -1.19%               |
| Junio de 2025                    | 4,069.67             | -1.91%               |
| Julio de 2025                    | 4,179.69             | 2.70%                |
| Agosto de 2025                   | 4,018.41             | -3.86%               |
| <b>SUMATORIA DE LA VARIACION</b> |                      | <b>-4.10%</b>        |
| <b>PROMEDIO VARIACION</b>        |                      | <b>-0.82%</b>        |

Nota. Registro tasa de cambio de años anteriores. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

## 7.6 El Estado de Resultados y su Proyección

El estado de resultados es un documento financiero clave que muestra la rentabilidad de un proyecto o empresa durante un período determinado. Este informe establece si el negocio ha generado una ganancia o una pérdida al confrontar de forma estructurada los ingresos obtenidos con todos los costos y gastos incurridos. Su proyección es el proceso de estimar los resultados futuros de la operación basándose en las proyecciones de ventas de costos de producción y de gastos operacionales.

Ilustración 49

| <b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>                       |                    |                    |                    |                    |                    |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| <b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>            |                    |                    |                    |                    |                    |
| <b>Periodo de Evaluación del Proyecto</b>         |                    |                    |                    |                    |                    |
| <b>CONCEPTO</b>                                   | <b>AÑO 01</b>      | <b>AÑO 02</b>      | <b>AÑO 03</b>      | <b>AÑO 04</b>      | <b>AÑO 05</b>      |
| <b>INGRESOS</b>                                   |                    |                    |                    |                    |                    |
| <b>INGRESOS OPERACIONALES</b>                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| Ingresos por Ventas                               |                    |                    |                    |                    |                    |
| Nacionales  | 59,040,000         | 68,200,014         | 78,781,197         | 91,004,044         | 105,123,256        |
| En el Exterior                                    | 424,344,096        | 441,903,448        | 464,572,163        | 493,011,317        | 528,081,035        |
| <b>TOTAL INGRESOS</b>                             | <b>483,384,096</b> | <b>510,103,462</b> | <b>543,353,360</b> | <b>584,015,361</b> | <b>633,204,292</b> |
| <b>COSTOS DE PRODUCCIÓN Y/O VENTAS</b>            |                    |                    |                    |                    |                    |
| Costos de Producción Exportable (Costos Directos) | 52,800,000         | 58,219,524         | 64,806,706         | 72,819,744         | 82,588,264         |
| Costos de Producción Nacional                     | 5,760,000          | 6,653,660          | 7,685,970          | 8,878,443          | 10,255,927         |
| Costo de Mano de Obra Directa                     | 41,232,207         | 44,057,644         | 47,076,694         | 50,302,624         | 53,749,612         |
| Gastos Generales de la Exportación                | 377,487            | 393,158            | 409,480            | 426,479            | 444,185            |
| Costos Generales de Fabricación (CIF)             | 55,924,001         | 58,461,821         | 61,126,876         | 63,925,546         | 66,864,529         |
| <b>TOTAL COSTOS</b>                               | <b>156,093,695</b> | <b>167,785,807</b> | <b>181,105,726</b> | <b>196,352,837</b> | <b>213,902,516</b> |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>                             | <b>327,290,401</b> | <b>342,317,655</b> | <b>362,247,634</b> | <b>387,662,523</b> | <b>419,301,776</b> |
| <b>GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION</b>         |                    |                    |                    |                    |                    |
| Gastos de Personal de Administración              | 81,129,631         | 86,689,039         | 92,629,405         | 98,976,835         | 105,759,222        |
| Gastos Generales de Administración                | 62,931,101         | 65,866,452         | 68,948,968         | 72,186,029         | 75,585,383         |
| <b>GASTOS GENERALES DE VENTAS</b>                 |                    |                    |                    |                    |                    |
| Gastos de Personal de Ventas y Comercial          | 28,090,831         | 30,015,755         | 32,072,584         | 34,270,358         | 36,618,735         |
| Gastos Generales de Ventas                        | 35,139,901         | 36,848,471         | 38,642,701         | 40,526,887         | 42,505,537         |
| Gastos Generales de Logística                     | 53,780,001         | 56,423,106         | 59,198,725         | 62,113,501         | 65,174,412         |
| <b>TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES</b>              | <b>261,071,464</b> | <b>275,842,822</b> | <b>291,492,384</b> | <b>308,073,610</b> | <b>325,643,289</b> |
| <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>                       | <b>66,218,937</b>  | <b>66,474,833</b>  | <b>70,755,250</b>  | <b>79,588,913</b>  | <b>93,658,487</b>  |
| Provisión Impuesto de Renta 35%                   | 23,176,628         | 23,266,192         | 24,764,338         | 27,856,120         | 32,780,470         |
| <b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>              | <b>43,042,309</b>  | <b>43,208,642</b>  | <b>45,990,913</b>  | <b>51,732,793</b>  | <b>60,878,017</b>  |
| Reserva Legal                                     | 4,304,231          | 4,320,864          | 4,599,091          | 5,173,279          | 6,087,802          |
| <b>UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS</b>             | <b>38,738,078</b>  | <b>38,887,778</b>  | <b>41,391,821</b>  | <b>46,559,514</b>  | <b>54,790,215</b>  |

Nota. Estado de resultados proyectado. Captura de la plantilla financiera proveída por  
(Azcarate, 2025)

## 7.7 El Flujo Neto de Efectivo

El flujo neto de efectivo o flujo de caja neto representa la diferencia neta entre la cantidad de dinero que ingresa a la empresa y la cantidad que sale de ella en un período de tiempo determinado. Este indicador financiero esencial muestra la capacidad real de la

empresa para generar liquidez después de cubrir todos sus gastos, inversiones y obligaciones de financiamiento.

Ilustración 50

| NOMBRE DE LA EMPRESA                              |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
|---|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| FLUJO NETO DE EFECTIVO                            |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| Periodo de Evaluación del Proyecto                |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| CONCEPTO  |                     | AÑO 01             | AÑO 02             | AÑO 03             | AÑO 04             | AÑO 05             |
| <b>INGRESOS</b>                                   |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| <b>INGRESOS OPERACIONALES</b>                     |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| Ingresos por Ventas                               |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| Nacionales  |                     | 59,040,000         | 68,200,014         | 78,781,197         | 91,004,044         | 105,123,256        |
| En el Exterior                                    |                     | 424,344,096        | 441,903,448        | 464,572,163        | 493,011,317        | 528,081,035        |
| <b>TOTAL INGRESOS</b>                             |                     | <b>483,384,096</b> | <b>510,103,462</b> | <b>543,353,360</b> | <b>584,015,361</b> | <b>633,204,292</b> |
| <b>COSTOS DE PRODUCCIÓN Y/O VENTAS</b>            |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| Costos de Producción Exportable (Costos Directos) |                     | 52,800,000         | 58,219,524         | 64,806,706         | 72,819,744         | 82,588,264         |
| Costos de Producción Nacional                     |                     | 5,760,000          | 6,653,660          | 7,685,970          | 8,878,443          | 10,255,927         |
| Costo de Mano de Obra Directa                     |                     | 41,232,207         | 44,057,644         | 47,076,694         | 50,302,624         | 53,749,612         |
| Gastos Generales de la Exportación                |                     | 377,487            | 393,158            | 409,480            | 426,479            | 444,185            |
| Costos Generales de Fabricación (CIF)             |                     | 55,924,001         | 58,461,821         | 61,126,876         | 63,925,546         | 66,864,529         |
| <b>TOTAL COSTOS</b>                               |                     | <b>156,093,695</b> | <b>167,785,807</b> | <b>181,105,726</b> | <b>196,352,837</b> | <b>213,902,516</b> |
| <b>UTILIDAD BRUTA</b>                             |                     | <b>327,290,401</b> | <b>342,317,655</b> | <b>362,247,634</b> | <b>387,662,523</b> | <b>419,301,776</b> |
| <b>GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION</b>         |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| Gastos de Personal de Administración              |                     | 81,129,631         | 86,689,039         | 92,629,405         | 98,976,835         | 105,759,222        |
| Gastos Generales de Administración                |                     | 62,931,101         | 65,866,452         | 68,948,968         | 72,186,029         | 75,585,383         |
| <b>GASTOS GENERALES DE VENTAS</b>                 |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| Gastos de Personal de Ventas y Comercial          |                     | 28,090,831         | 30,015,755         | 32,072,584         | 34,270,358         | 36,618,735         |
| Gastos Generales de Ventas                        |                     | 35,139,901         | 36,848,471         | 38,642,701         | 40,526,887         | 42,505,537         |
| Gastos Generales de Logística                     |                     | 53,780,001         | 56,423,106         | 59,198,725         | 62,113,501         | 65,174,412         |
| <b>TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES</b>              |                     | <b>261,071,464</b> | <b>275,842,822</b> | <b>291,492,384</b> | <b>308,073,610</b> | <b>325,643,289</b> |
| <b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>                       |                     | <b>66,218,937</b>  | <b>66,474,833</b>  | <b>70,755,250</b>  | <b>79,588,913</b>  | <b>93,658,487</b>  |
| Provisión Impuesto de Renta 35%                   |                     | 23,176,628         | 23,266,192         | 24,764,338         | 27,856,120         | 32,780,470         |
| <b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>              |                     | <b>43,042,309</b>  | <b>43,208,642</b>  | <b>45,990,913</b>  | <b>51,732,793</b>  | <b>60,878,017</b>  |
| <b>GASTOS NO DESEMBOLSABLES</b>                   |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| Depreciación de Activos                           |                     | 5,305,000          | 5,305,000          | 5,305,000          | 5,305,000          | 5,305,000          |
| Amortización Diferidos                            |                     | 1,200,000          | 1,200,000          | 1,200,000          | 1,200,000          | 1,200,000          |
| <b>INVERSIONES PRELIMINARES</b>                   |                     |                    |                    |                    |                    |                    |
| Gastos Preoperativos                              | 6,000,000           |                    |                    |                    |                    |                    |
| Inversiones Fijas                                 | 64,050,000          |                    |                    |                    |                    |                    |
| Capital de Trabajo                                | 62,884,520          |                    |                    |                    |                    |                    |
| <b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>                     | <b>-132,934,520</b> | <b>49,547,309</b>  | <b>49,713,642</b>  | <b>52,495,913</b>  | <b>58,237,793</b>  | <b>67,383,017</b>  |

Nota. Flujo neto de efectivo. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

## 7.8 El Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno

El Valor Presente Neto (VPN) es un indicador que calcula el valor actual de todos los flujos de efectivo futuros que se espera que un proyecto genere, mide cuánto valor monetario agregará el proyecto a la empresa hoy.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es una medida de rentabilidad que se expresa en porcentaje, es básicamente el rendimiento porcentual que se espera obtener de la inversión y

mide la rentabilidad intrínseca del proyecto, utilizándose como comparación con el costo de capital o la tasa de rendimiento mínima que exige el inversionista.

### Ilustración 51

| VALOR PRESENTE NETO  |              |            |            |            |            |                    |
|--|--------------|------------|------------|------------|------------|--------------------|
| TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE VALOR PRESENTE NETO |              |            |            |            |            | 5.00%              |
| FLUJO NETO DE EFECTIVO   | AÑO 00       | AÑO 01     | AÑO 02     | AÑO 03     | AÑO 04     | AÑO 05             |
| Flujos Netos de Efectivo   | -132,934,520 | 49,547,309 | 49,713,642 | 52,495,913 | 58,237,793 | 67,383,017         |
| Coefficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1 + i)^n$           | 1.000000     | 1.050000   | 1.102500   | 1.157625   | 1.215506   | 1.276282           |
| Flujos Netos de Efectivo Descontados                             | -132,934,520 | 47,187,913 | 45,091,739 | 45,347,943 | 47,912,377 | 52,796,357         |
| <b>Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados</b>         |              |            |            |            |            | <b>105,401,808</b> |

Nota. Valor presente neto. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

### Ilustración 52

| TASA INTERNA DE RETORNO  |              |            |            |            |            |            |
|--|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO |              |            |            |            |            | 28.8881%   |
| FLUJO NETO DE EFECTIVO   | AÑO 00       | AÑO 01     | AÑO 02     | AÑO 03     | AÑO 04     | AÑO 05     |
| Flujos Netos de Efectivo   | -132,934,520 | 49,547,309 | 49,713,642 | 52,495,913 | 58,237,793 | 67,383,017 |
| Coefficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1 + i)^n$               | 1.000000     | 1.288881   | 1.661213   | 2.141105   | 2.759629   | 3.556833   |
| Flujos Netos de Efectivo Descontados                                 | -132,934,520 | 38,442,125 | 29,926,106 | 24,518,135 | 21,103,485 | 18,944,669 |
| <b>Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados</b>             |              |            |            |            |            | <b>0</b>   |

Nota. Tasa interna de retorno. Captura de la plantilla financiera proveída por (Azcarate, 2025)

## 8. Conclusiones

El mercado europeo, y en particular los Países Bajos, manifiesta una clara y creciente inclinación hacia el consumo de alimentos saludables y de origen natural. Esta tendencia al bienestar y a la alimentación consciente convierte al chontaduro, con sus reconocidas propiedades nutricionales, en un producto con un potencial de aceptación muy significativo entre los consumidores de la región, La creciente demanda establece un marco ideal para la entrada de productos exóticos.

El proyecto se centra en esta tendencia enfocándose en el chontaduro, un fruto del cual Colombia es uno de los pocos productores a nivel mundial, lo que conlleva a una ventaja competitiva significativa en el mercado. Para sustentar la viabilidad de esta exportación hacia Países Bajos, se empleó rigurosamente información proveniente de medios terciarios en internet, analizando tendencias de consumo y requisitos logísticos. El plan de envío se ha definido bajo el método marítimo Incoterm FOB, trasladando la responsabilidad de la mercancía al comprador una vez cargada en el buque, optimizando así los costos y riesgos para el exportador. Finalmente, el análisis financiero proyectado demostró la rentabilidad de la operación, confirmando la obtención de ganancias monetarias que justifican la inversión.

Como conclusión, se puede decir que, aunque viable, hubo barreras en el momento de la investigación que dificultaron el proceso, ya que no hay muchos datos en los cual guiarse para sacar conclusiones que puedan ser definitivas, si se quiere llevar este estudio de factibilidad a la practica se debería considerar la búsqueda de información directa de los productores.

## 9. Recomendaciones

Para futuros investigadores en el ámbito de la exportación de chontaduro, es recomendable profundizar en el análisis de mercado, considerando no solo la demanda, sino también las tendencias de consumo y las preferencias culturales de los consumidores en el país importador. Además, es fundamental explorar alternativas logísticas más eficientes y sostenibles, considerando nuevas rutas de transporte y canales de distribución innovadores.

Dado el impacto del cambio climático en la producción, es esencial investigar prácticas agrícolas sostenibles que puedan mejorar la resistencia de las plantas, lo que garantizaría la competitividad del producto en los mercados internacionales. También, se debe prestar atención al monitoreo de políticas comerciales y acuerdos bilaterales que afecten la exportación, especialmente en términos de aranceles y regulaciones.

Asimismo, futuros estudios podrían ampliar la investigación hacia productos derivados del chontaduro, como los jugos y empanadas, tortas y muchas preparaciones más, lo que diversificaría las oportunidades de negocio.

Es importante analizar los cambios en el comportamiento del consumidor tras la pandemia de COVID-19, especialmente en cuanto a preferencias por productos frescos y saludables. También sería beneficioso investigar estrategias de marca para posicionar el chontaduro como un producto premium, aprovechando su origen colombiano. Finalmente, es crucial realizar un seguimiento constante de la competencia internacional, evaluando no solo a los principales exportadores, sino también otros productos que puedan sustituir al chontaduro en los mercados consumidores.

## 10. Bibliografía

(s.f.).

(23 de Julio de 2023). Obtenido de ProColombia:

<https://procolombia.co/colombiatrader/exportador/articulos/el-mercado-de-frutas-tropicales-en-paises-bajos>

Access2Markets. (s.f.). *UE-Colombia, Perú y Ecuador (Acuerdo Comercial)*. Obtenido de

<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content/acuerdo-comercial-ue-colombia-peru-ecuador>

Acoext. (27 de Mayo de 2024). *Tendencias de Mercado – Países Bajos*. Obtenido de

<https://acoext.com/tendencias-de-mercado-paises-bajos/>

Arcos Patiño, A., & Palacio Méndez, I. (2022). *Estrategia de posicionamiento del chontaduro: Pasar de una fruta marginal a una alimentación funcional*. Santiago De Cali.

Azcarate, R. C. (2025). *Plantilla Financiera*. Santiago De Cali, Colombia.

Banco Mundial. (s.f.). *Colombia: panorama general*. Obtenido de

<https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>

Cámara de Comercio de Cali. (s.f.). *Sociedad por Acciones Simplificada*. Obtenido de

<https://www.ccc.org.co/sedevirtual/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/sociedad-acciones-simplificada-2/>

Camino A Holanda. (05 de Nov de 2019). *Supermercados*. Obtenido de

<https://caminoaholanda.org/supermercados/>

Colombia. (s.f.). *Así es Colombia: diversa, vibrante y única*. Obtenido de <https://colombia.co/pais-colombia/hechos/asi-es-colombia-1#:~:text=La%20Rep%C3%ABlica%20de%20Colombia%20es,tener%202.900%20kil%C3%B3metros%20de%20costa>

Congreso de colombia. (2006). *LEY 1014 DE 2006*. Obtenido de

<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

Contabilidad y Finanzas. (s.f.). *Contabilidad de Costos por Charles T*. Obtenido de

<https://contabilidadfinanzas.com/contabilidad-de-costos/contabilidad-de-costos-charles-thomas-horngren/>

Cousera. (29 de 09 de 2023). *Las 4 P del marketing: Qué son y cómo utilizarlas*. Obtenido de

<https://www.coursera.org/mx/articles/4-ps-of-marketing>

Dane. (2025). *Dane*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones>

Datacredito. (14 de Mayo de 2024). *Crecimiento Tecnológico en Colombia: Impacto y Tendencias*.

Obtenido de <https://www.datacredito.com.co/blogs/datablog/tecnologia-en-colombia/>

- DHL. (26 de Junio de 2023). *Exportar a los Países Bajos: Cómo entrar en el mercado holandés*. Obtenido de <https://www.dhl.com/discover/es-es/asesoramiento-e-commerce/guias-e-commerce-por-pais/exportar-a-paises-bajos>
- Dialogo Politico. (28 de Enero de 2025). *Perspectivas de seguridad en Colombia en 2025: retos y realidades*. Obtenido de <https://dialogopolitico.org/agenda/perspectivas-colombia-2025>
- Dian Muisca. (s.f.). *Consulta por estructura arancelaria*. Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces#>
- Diferenciador. (s.f.). *Método inductivo y deductivo*. Obtenido de <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Drip Capital. (27 de Noviembre de 2020). *Logística de exportación | Importancia y proceso en el comercio internacional*. Obtenido de <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/logistica-exportacion>
- El Orden Mundial. (s.f.). *El mapa político de Países Bajos*. Obtenido de <https://elordenmundial.com/mapas-y-graficos/mapa-politico-paises-bajos/>
- El Palmicultor. (2022). *El origen de la palma de chontaduro, un fruto con gran poder nutritivo*. Obtenido de <https://elpalmicultor.com/origen-palma-de-chontaduro/>
- Emeritus. (28 de 08 de 2024). *The 4 Best Types of Market Segmentation That Boost Business Growth*. Obtenido de <https://emeritus.org/blog/sales-and-marketing-what-is-market-segmentation/>
- Esan. (2017). *¿Qué son los estudios de viabilidad?* Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/que-son-los-estudios-de-viabilidad>
- freightos. (04 de Diciembre de 2023). <https://www.freightos.com/es/freight-resources/guia-del-agente-de-carga/>. Obtenido de <https://www.freightos.com/es/freight-resources/guia-del-agente-de-carga/>
- Función Publica. (s.f.). *Ley 7 de 1991*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=67199#:~:text=%E2%80%9CPor%20la%20cual%20se%20dictan,Exterior%20y%20el%20Fondo%20de>
- Función Publica. (s.f.). *Ley 9 de 1991*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=80013>
- Greenpeace. (14 de Enero de 2025). *Retos Medioambientales para Colombia en 2025: Un Llamado Urgente a la Acción Colectiva*. Obtenido de <https://www.greenpeace.org/colombia/noticia/campanas/climayenergia/retos-medioambientales-para-colombia-en-2025-un-llamado-urgente-a-la-accion-colectiva/>
- Holandia. (s.f.). *Cultura y tradiciones de Holanda*. Obtenido de <https://holandia.es/sobre-holandia/cultura/>
- Incoterms 2025: cambios y tipos de Incoterms*. (4 de Enero de 2025). Obtenido de <https://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/incoterms-2020/>

innova market insights. (24 de 06 de 2024).

<https://www.innovamarketinsights.com/es/tendencias/tendencias-alimentarias-en-europa/>.

Obtenido de <https://www.innovamarketinsights.com/es/tendencias/tendencias-alimentarias-en-europa/>

Inovalabs. (s.f.). *Cómo lograr una ventaja competitiva en el mercado: estrategias y casos de éxito.*

Obtenido de <https://inovalabs.es/es/como-lograr-una-ventaja-competitiva/#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20ventaja%20competitiva&text=Seg%C3%BA%20Porter%2C%20la%20ventaja%20competitiva,experiencia%20superior%20para%20el%20cliente.>

e.

Invima. (s.f.). *CONDICIONES PARA EXPORTAR PRODUCTOS COLOMBIANOS A TERCEROS PAÍSES.* Obtenido

de [https://www.invima.gov.co/sites/default/files/tramites-en-](https://www.invima.gov.co/sites/default/files/tramites-en-linea/Condiciones%20para%20exportar%20productos%20colombianos%20a%20terceros%20pa%C3%ADses.pdf)

[linea/Condiciones%20para%20exportar%20productos%20colombianos%20a%20terceros%20pa%C3%ADses.pdf](https://www.invima.gov.co/sites/default/files/tramites-en-linea/Condiciones%20para%20exportar%20productos%20colombianos%20a%20terceros%20pa%C3%ADses.pdf)

Invima. (s.f.). *Otros alimentos y bebidas.* Obtenido de [https://www.invima.gov.co/productos-](https://www.invima.gov.co/productos-vigilados/alimentos-y-bebidas-alcoholicas/otros-alimentos-y-bebidas)

[vigilados/alimentos-y-bebidas-alcoholicas/otros-alimentos-y-bebidas](https://www.invima.gov.co/productos-vigilados/alimentos-y-bebidas-alcoholicas/otros-alimentos-y-bebidas)

La Universidad En Internet. (s.f.). *Las teorías del comercio internacional: causas y efectos de las relaciones comerciales entre países.* Obtenido de

[https://www.unir.net/revista/empresa/teorias-comercio-](https://www.unir.net/revista/empresa/teorias-comercio-internacional/#:~:text=Teor%C3%ADa%20de%20la%20ventaja%20absoluta,productividad%20o%20acceso%20a%20recursos.)

[internacional/#:~:text=Teor%C3%ADa%20de%20la%20ventaja%20absoluta,productividad%20o%20acceso%20a%20recursos.](https://www.unir.net/revista/empresa/teorias-comercio-internacional/#:~:text=Teor%C3%ADa%20de%20la%20ventaja%20absoluta,productividad%20o%20acceso%20a%20recursos.)

LegisComex. (s.f.). *Carta De Credito, Protagonista En El Comercio Internacional.* Obtenido de

<https://www.legiscomex.com/Documentos/carta-credito-legiscomex-actualizacion>

Leyes y Teorías Del Comercio Exterior. (s.f.). *Teoría de la Demanda Reciproca.* Obtenido de

<https://5dbf7a8e879f6.site123.me/tema-2-3/teor%C3%ADa-de-la-demanda-reciproca>

Leyes y Teorías Del Comercio Internacional. (s.f.). *Teoría de la Demanda Reciproca.* Obtenido de

<https://5dbf7a8e879f6.site123.me/tema-2-3/teor%C3%ADa-de-la-demanda-reciproca>

Mapfre. (02 de Junio de 2020). *La adopción de hábitos más saludables impacta en el consumo y los*

*modelos de venta.* Obtenido de <https://www.mapfre.com/actualidad/salud/habitos-saludables-consumo/>

Mi Sabor Colombia. (s.f.). *Chontaduro fruta de palma Mi Sabor a Colombia (27.89 pz / 790 grs).*

Obtenido de <https://misaboracolombia.com/products/chontaduro-mi-sabor-a-colombia-6-unidades-x-28-oz?variant=39342661238865>

Ministerio de agricultura, ganadería y pesca. (s.f.). *EL CONSUMIDOR, Ser Racional y Emocional.* Obtenido de

<https://alimentosargentinos.magyp.gob.ar/contenido/valorAr/sello/consumidores/el%20consumidor,%20ser%20racional%20y%20emocional.pdf>

- Muisca, D. (s.f.). *Consulta por estructura arancelaria*. Obtenido de <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces#>
- Ocoplast. (s.f.). *Estiba 120 x 120 x 13 cm (semi doble)*. Obtenido de <https://ocoplast.com/producto/estiba-120-x-120-x-13-cm/>
- ProColombia. (13 de Abril de 2015). *Requisitos de acceso al*. Obtenido de <https://procolombia.co/sites/default/files/2024-05/Presentaci%C3%B3n%20Requisitos%20de%20acceso%20al%20mercado%20Europeo%20frutas%20frescas%20tropicales%20y%20ex%C3%B3ticas.pdf>
- ProColombia. (s.f.). *PERFIL DE LOGÍSTICA DESDE COLOMBIA HACIA PAÍSES BAJOS*. Obtenido de [https://procolombia.co/sites/default/files/procolombia/trade/expo/profile-logistic/documents/Perfil%20log%C3%ADstico%20Pa%C3%ADses%20Bajos%202024\\_0.pdf](https://procolombia.co/sites/default/files/procolombia/trade/expo/profile-logistic/documents/Perfil%20log%C3%ADstico%20Pa%C3%ADses%20Bajos%202024_0.pdf)
- ProColombia. (s.f.). *Perfil Logístico de Exportación a Países Bajos*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/slideshow/perfil-logstico-de-exportacin-a-pases-bajos/17017434>
- QuestionPro. (s.f.). *¿Qué es la investigación descriptiva?* Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>
- QuestionPro. (2025). *Investigación de Mercados*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-mercados.html>
- questionpro. (2025). *questionpro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>
- Revista Artefacto. (s.f.). *El chontaduro: un fruto marginal con un gran potencial en el comercio internacional*. Obtenido de <https://revistaartefacto.usta.edu.co/index.php/univer-citarior/323-el-chontaduro-un-fruto-marginal-con-un-gran-potencial-en-el-comercio-internacional>
- Tropicalia. (s.f.). *Chontaduro Eldorado 790gr frasco*. Obtenido de <https://tropicaliaonline.com/colombia/colombia-alimentos/chontaduro-eldorado-790gr-frasco/>
- Uline. (s.f.). *14 7/8 x 11 1/8 x 5" Cajas para Frascos de Envasar - 38 x 28 x 13 cm*. Obtenido de <https://es.uline.mx/Product/Detail/S-18944/Special-Use-Boxes/14-7-8-x-11-1-8-x-5-Canning-Jar-Boxes>
- Uline. (s.f.). *Frascos de Vidrio para Envasar Estándar - 32 oz, 946 ml*. Obtenido de <https://es.uline.mx/Product/Detail/S-22934/Glass-Canning-Jars/Standard-Glass-Canning-Jars-32-oz>
- Uni Andes. (21 de 09 de 2023). *¿Qué es una matriz DOFA? Descubre cómo usar esta importante herramienta*. Obtenido de <https://programas.uniandes.edu.co/blog/que-es-una-matriz-dofa-descubre-como-usar-esta-herramienta-para-potenciar-tus-fortalezas#:~:text=En%20resumen%2C%20la%20DOFA%20es%20una%20t%C3%A9cnica,en%20cuenta%20los%20cambios%20en%20la%20situaci%C3%B3n.>

- We Are Testers. (07 de 01 de 2025). *Qué es el reconocimiento de marca y cómo se mide*. Obtenido de <https://www.wearetesters.com/investigacion-de-mercados/reconocimiento-de-marca/>
- Wikipedia. (s.f.). *Archivo:Mapa de Colombia (departamentos).svg*. Obtenido de [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Mapa\\_de\\_Colombia\\_\(departamentos\).svg](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Mapa_de_Colombia_(departamentos).svg)
- Wikipedía. (s.f.). *Bactris gasipaes*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Bactris\\_gasipaes](https://es.wikipedia.org/wiki/Bactris_gasipaes)
- Wikipedia. (s.f.). *Cultura de Colombia*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura\\_de\\_Colombia](https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Colombia)
- WikiPedia. (s.f.). *Países Bajos*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Pa%C3%ADses\\_Bajos](https://es.wikipedia.org/wiki/Pa%C3%ADses_Bajos)
- World Gastronomy. (s.f.). *Chontaduro, el Fruto del Amor*. Obtenido de <https://www.worldgastronomy.org/post/chontaduro-el-fruto-del-amor#:~:text=Con%20el%20chontaduro%20se%20pueden%20hacer%20helados%2C,precio%20aproximado%20de%2010%20%E2%82%AC%20el%20kilo>
- zendesk. (2024). *5 necesidades del consumidor moderno según Maslow*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/necesidades-consumidor/>