

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EXPORTACIÓN DE AVERRHOA CARAMBOLA
DESDE SANTIAGO DE CALI – COLOMBIA HACIA MIAMI – ESTADOS UNIDOS

LEIDI JOHANA LUNA SILVA
TATIANA COLLAZOS GIRALDO

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “SIMÓN RODRIGUEZ”

INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR

TECNOLOGIA EN GESTION DE COMERCIO EXTERIOR

SANTIAGO DE CALI

2025

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EXPORTACIÓN DE AVERRHOA CARAMBOLA
DESDE SANTIAGO DE CALI – COLOMBIA HACIA MIAMI – ESTADOS UNIDOS

LEIDI JOHANA LUNA SILVA
TATIANA COLLAZOS GIRALDO

ASIGNATURA:

FORMULACION Y ELABORACION DE PROYECTOS

PRESENTADO A:

HARRISON SANCHEZ SEVILLANO

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “SIMÓN RODRIGUEZ”

INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR

TECNOLOGIA EN GESTION DE COMERCIO EXTERIOR

SANTIAGO DE CALI

2025

Contenido

Contenido	3
Hoja de Dedicatoria	6
A Dios.....	6
A los Padres.....	7
Hoja de Agradecimientos.....	7
INTRODUCCIÓN	9
1.Planteamiento del Problema.....	11
2. Cuadro de Síntoma – Causas – Pronóstico – Control de Pronóstico	13
Formulación del Problema.....	14
Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
Justificación Teórica	16
Conceptos clave de la Teoría de la Ventaja Comparativa:	18
Justificación Práctica	20
Justificación Metodológica.....	21
Marcos Referenciales.....	23
Marco Teórico.....	27
Marco Conceptual.....	29
Marco Contextual.....	31
Marco Temporal	34
Marco Legal	34
5.Diseño Metodológico.....	41
1.1 El estudio de Viabilidad	41
5.1 Clase o tipo de investigación.....	43
5.2 Método de Investigación	44
5.3 Técnicas de Investigación.....	44
1.1 población y muestra.....	45
1.2 Procedimientos	48
1.3 Línea de Investigación.....	49
6. Estudio de mercado	51
6.1.1 El sector exportador colombiano	52
6.1.2 El mercado del producto en el exterior	54

6.1.3 Análisis DOFA	55
6.2 Inteligencia de Mercados	56
6.2.1 Posibles Mercados para Exportación del Producto.....	56
6.2.2 El país seleccionado (País de destino) MIAMI EE. UU	69
6.2.2.1 Entorno Económico	70
6.2.2.2 Entorno Tecnológico	70
6.2.2.3 Entorno Político.....	70
6.2.2.4 Entorno Ambiental	71
6.2.2.5 Entorno Cultural	71
6.2.3 El País de Origen (Colombia)	72
6.2.3.1 Entorno Económico	72
6.2.3.2 Entorno Tecnológico	73
6.2.3.3 Entorno Político.....	73
6.2.3.4 Entorno Ambiental	74
6.2.3.5 Entorno Cultural	75
6.3 El Producto	76
6.3.2 Generalidades y/o características del producto a exportar	77
6.4 El Mercado Proveedor	78
6.5 El Mercado Potencial Objetivo	80
6.5.1 La Población Objetivo	81
6.5.2 Tendencias y comportamiento del consumo en el país de destino	81
6.5.3 Requisitos del consumidor del País de destino	82
6.6 El Mercado Competidor.....	83
6.6.1 Países exportadores del producto.....	84
6.6.2 Procedencia del producto en el país de destino	84
6.6.3 Los precios internacionales del producto.....	84
6.7 El Canal de Distribución	85
6.9 Estrategias de Mercadeo y Ventas.....	86
7. El Estudio Técnico.....	88
7.1 Localización del Proyecto	88
7.1.1 Macro Localización	88
7.1.2 Micro Localización	90
7.2 Aspectos Técnicos del Producto.....	93

7.2.1 Ficha Técnica del Producto	93
7.2.2 Capacidad de Producción y/o Comercialización por unidad de Tiempo	94
7.2.3 Unidad de Empaque y Etiquetado para la Exportación	94
7.3 La unidad Empresarial Exportadora.....	98
7.3.2 Razón Social.....	99
7.3.3 Misión y Visión Empresarial	100
7.3.4 Principios y Valores	100
7.3.5 Políticas de Empresa.....	102
7.3.6 Organigrama Empresarial.....	103
7.3.7 Las Necesidades de Personal	103
7.3.8 Perfiles y Funciones del Personal	105
8. El Plan Exportador.....	113
8.1 Régimen de Exportación	113
8.2 Trámites del Proceso Exportador	113
8.2.1 Posición Arancelaria	115
8.2.2 Permisos Previos y/o Vistos Buenos	116
-Registro ante el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA)	
.....	116
8.2.3 Términos de Negociación	117
8.2.4 Agente de Carga y/o Tipo de Transporte.....	119
8.2.5 Medio de Pago	120
8.2.6 El Contrato de Exportación.....	120
8.2 El Proceso General de una Exportación	128
9. El Estudio Económico y Financiero	131
9.1.1 Los Gastos Pre Operativos	131
9.1.2 Las Inversiones Fijas.....	132
9.1.3 El Capital de Trabajo	133
9.1.4 La Composición del Capital.....	134
9.2 El Balance General de Constitución.....	135
9.3.1 La Producción Exportable.....	136
9.3.2.1 Costos Directos.....	136
9.3.2.2 Costos de Personal	136
9.3.2.3 Gastos Generales de Producción	138

9.4 Los Gastos Generales.....	139
9.4.1 La Distribución de los Gastos Comunes	139
9.4.2 Los Gastos de Administración	141
9.4.2.1 Gastos de Personal y su Proyección.....	141
9.4.3.1 Gastos de Personal y su Proyección.....	142
9.4.3.2 Gastos Generales de Comercialización y Ventas	143
9.4.3.3 Los Gastos del Proceso Exportador	144
9.5 Los Ingresos y su Proyección	145
9.6 El Estado de Resultados y su Proyección.....	146
9.7 El Flujo Neto de Efectivo	147
9.8 El Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno	148
Conclusión.....	149
Recomendaciones	150
Bibliografía	152

Hoja de Dedicatoria

A Dios

Le dedicamos este trabajo a Dios, porque él siempre está en las buenas y en las malas, nos guía siempre por el buen camino, nos corrige, nos da fuerzas para salir adelante, a él le debemos todo lo que tenemos y lo que somos y hasta donde hemos llegado, conocimiento y sabiduría día tras día, él nos fortalece y nos llena de oportunidades y misericordia cada mañana, y por el vamos a presentar este proyecto que es importante en nuestras vidas.

A los Padres

Este trabajo se lo dedicamos a nuestros padres, ya que ellos nos están apoyando incondicionalmente cada día, se lo dedicamos a ellos porque nos han enseñado a desafiar cada reto que se presente, a que seamos más fuerte cada día y para que alcancemos nuestras metas y todo lo que nos proponemos, nos motivan cada mañana, cada aprendizaje que nos han brindado es por eso que este proyecto es por ustedes.

“La mejor forma de predecir el futuro es

crearlo” Autor: Peter Drucker

Hoja de Agradecimientos

A Dios

Le damos gracias a él por darnos salud, por cada día que ha sido bendecido, darte las gracias por todo lo que has hecho en nuestras vidas, por tu guía y por tu comprensión. Eres la fuerza que nos sostiene en momentos difíciles.

A los Padres

Darles gracias a ellos por todo lo que han hecho por nosotras a lo largo de nuestras vidas, por la dedicación y amor incondicional y esfuerzo que hacen por darnos una mejor calidad de vida y un estudio, gracias por tenernos paciencia y comprensión.

A los Familiares

Gracias a nuestros familiares por el apoyo y por estar siempre con nosotras, en momentos difíciles siempre están presente, también agradecerles por su amor incondicional.

A los Amigos

Una enorme gratitud a todos nuestros amigos por los momentos buenos, por el apoyo, por ser tan generosos, por los consejos, por cada ayuda y aprendizajes que nos han brindado, por la presencia en nuestras vidas.

A la Institución

Infinitas gracias a la institución por darnos la oportunidad durante todo este tiempo de estudio preparándonos para la vida que nos espera y salir adelante teniendo una carrera técnica y tecnológica.

Al Profesor

Darle gracias al profesor por sus enseñanzas y su tiempo, por transmitirnos otra mentalidad hacia el futuro, por compartir sus conocimientos con todos nosotros y por prepararnos para que salgamos adelante.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto desarrolla un plan integral para la exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali, Colombia hacia Miami, Estados Unidos. Para lograr este propósito, se han establecido objetivos específicos que se describen a continuación.

Una de las metas principales consiste en aplicar un estudio de mercado para el proceso de exportación de carambola de estrella. Esto ayudará a entender la demanda y competencia en el mercado estadounidense, identificar oportunidades y amenazas, y establecer un plan de marketing y ventas efectivo. Con esta información, se podrá determinar la viabilidad comercial del proyecto y tomar decisiones informadas sobre la estrategia de exportación.

Identificar las normas técnicas y legales de empaque y embalaje para la exportación de carambola de estrella. Esto permitirá cumplir con los requisitos de la USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos) y otros organismos reguladores, garantizando que los productos sean seguros y de alta calidad. Al conocer las normas y regulaciones aplicables, se pueden evitar problemas legales y garantizar la entrega de productos en óptimas condiciones.

La clave en el proyecto es diseñar una infraestructura administrativa acorde con la empresa de exportación. Esto ayudará a establecer un sistema de gestión eficiente para los recursos humanos, financieros y logísticos, lo que permitirá una coordinación efectiva entre los diferentes departamentos y un mejor control sobre los procesos. Una infraestructura administrativa sólida es fundamental para el éxito de cualquier empresa.

Un aspecto importante es proponer las normas ambientales que se desarrollan en el proceso de exportación. Esto permite identificar oportunidades para reducir el impacto ambiental de la cadena de suministro, como la minimización de residuos, conservación de recursos y uso de energías renovables. Al adoptar prácticas sostenibles, vamos a contribuir a la protección del medio ambiente y mejorar la imagen de la empresa.

Es fundamental realizar un estudio financiero para la propuesta de exportación. Esto ayudará a determinar la viabilidad económica del proyecto, estimar costos, ingresos y beneficios, y tomar decisiones informadas sobre la inversión. Un estudio financiero detallado es esencial para evaluar el potencial de crecimiento y rentabilidad del proyecto.

1.Planteamiento del Problema

Identificación del Problema:

Los frutos de carambolo ofrecen una excelente oportunidad de negocio para los pequeños productores locales. Esta fruta destaca por su bajo contenido de carbohidratos, lo que la convierte en una opción ideal para personas con diabetes. Además, es una excelente fuente de vitaminas C y A, por lo que es especialmente beneficiosa para quienes necesitan aumentar su ingesta de estas vitaminas. Por lo tanto, los productores pueden aprovechar esta demanda tanto para el mercado de consumidores conscientes de su salud como para aquellos que buscan mejorar su nutrición.

Descripción del Problema:

La carambola, a pesar de sus numerosos beneficios para la salud, es una fruta poco conocida. Esto lleva a que muchos agricultores la desperdicien porque no saben cómo venderla. Debido a la falta de aprovechamiento en la elaboración de productos derivados y en la diversidad de sus propiedades beneficiosas, se busca evaluar la viabilidad de producir y comercializar la carambola. El objetivo es explorar cómo mejorar su uso y aumentar su presencia en el mercado, beneficiando tanto a los agricultores como a los consumidores.

La falta de conocimiento e iniciativa lleva a que frutas como la carambola sean desaprovechadas por la población. Muchas personas y agricultores temen que invertir en estas frutas no genere beneficios o no están informados sobre cómo cultivarlas y comercializarlas adecuadamente. Esta falta de información y experiencia contribuye al

desaprovechamiento de la carambola, limitando su potencial en el mercado y su impacto económico.

El cultivo de la carambola prospera óptimamente en las regiones tropicales bajas y medias, donde se experimentan lluvias moderadas a altas bien distribuidas. La falta prolongada de agua puede limitar el crecimiento de las raíces y las hojas, afectar el desarrollo general de la planta, impedir la inducción de floración y reducir significativamente el rendimiento. La temperatura ideal para este cultivo es entre 21 y 32°C. Además, la carambola se adapta a suelos que varían desde ligeramente ácidos hasta neutros, con un pH que va de 4,5 a 7,0. Esta planta se encuentra distribuida en diversas regiones de Colombia, incluyendo departamentos como Valle del Cauca, Antioquia, Quindío, Tolima, Meta y la zona Caribe, entre otros. Sin embargo, su presencia no es significativa en grandes extensiones.

Colombia ha exportado carambola, también conocida como fruta estrella, a varios países alrededor del mundo. Principalmente, las exportaciones se dirigen a mercados en Estados Unidos, Europa y otros países de América Latina. Gracias a su clima tropical, ideal para el cultivo de esta fruta, Colombia ha desarrollado una industria exportadora que impulsa su presencia en mercados internacionales. Sin embargo, el volumen de exportaciones puede fluctuar según la demanda y las condiciones del mercado global.

2. Cuadro de Síntoma – Causas – Pronóstico – Control de Pronóstico

SÍNTOMAS	CAUSAS	PRONÓSTICO	CONTROL DE PRONÓSTICO
Alta demanda del producto carambola en Miami EE. UU	Solo hay producción cada 10 meses	Aumento del precio de la fruta	Viabilidad de exportación y comercialización al extranjero
Limitada producción de Carambola por las plagas de aves y hormigas	Falta de cultivos en el Valle del Cauca	Alto costo en el mercado para comercializar	
Limitada disponibilidad de la carambola	Bajo reconocimiento de la carambola entre la población	Aumentar el conocimiento y la disponibilidad de la carambola	

Formulación del Problema.

¿Cómo desarrollar la factibilidad para la exportación de la carambola desde Colombia hacia Estados Unidos con el fin de validar la oportunidad de comercializar este producto en un mercado de alto consumo?

Sistematización del Problema

¿Cómo generar una inteligencia de mercado para la exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali - Colombia hacia Miami - Estados Unidos?

¿Cómo se debe plantear un análisis técnico y legal para la exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali - Colombia hacia Miami - Estados Unidos?

¿Qué tipo de estructura administrativa se debe considerar para la exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali - Colombia hacia Miami - Estados Unidos?

¿Qué estudios de orden económico y financiero son necesarios para saber la viabilidad de la exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali - Colombia hacia Miami - Estados Unidos?

¿Qué procesos logísticos se deben de tener en cuenta para realizarse de manera eficiente para así no afectar el medio ambiente en la exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali - Colombia hacia Miami - Estados Unidos?

¿Cómo se va a manejar los residuos y desechos generados durante el proceso de exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali - Colombia hacia Miami - Estados Unidos?

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para una exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali - Colombia hacia Miami - Estados Unidos

Objetivos Específicos

Aplicar un estudio de mercado para el proceso de exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali - Colombia hacia Miami - Estados Unidos

Determinar las normas técnicas y legales de empaque y embalaje para una exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali - Colombia hacia Miami - Estados Unidos

Diseñar una infraestructura administrativa acorde con la empresa de exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali - Colombia hacia Miami - Estados Unidos

Proponer las normas ambientales que se desarrollan en el proceso de exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali - Colombia hacia Miami - Estados Unidos

Realizar un estudio financiero para la propuesta de exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali - Colombia hacia Miami - Estados Unidos

Minimizar la huella de carbono en la cadena de suministro mediante la optimización de rutas y medios de transporte de la exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali - Colombia hacia Miami - Estados Unidos

Justificación Teórica

Desde una perspectiva teórica, esta investigación tiene como objetivo contribuir al conocimiento existente sobre las exportaciones de carambola. El estudio detalla el proceso completo para llevar a cabo una exportación de carambola cultivada desde Santiago de Cali, Colombia hasta Miami, Estados Unidos. Esta información está destinada a servir como una fuente de referencia para futuros proyectos similares.

Michael Porter, en su teoría de la ventaja competitiva, argumenta que las empresas y países pueden obtener ventajas competitivas a través de la explotación de recursos y capacidades únicas. En el caso de la exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali, Colombia hasta Miami, Estados Unidos, se pueden identificar las siguientes ventajas competitivas:

1. Recursos naturales: Colombia cuenta con un clima y suelo adecuados para el cultivo de carambola, lo que le permite producir fruta de alta calidad.

2. Conocimiento y experiencia: Los productores de carambola en Colombia tienen experiencia y conocimiento en el cultivo y manejo de la fruta, lo que les permite producir fruta de alta calidad y reducir costos.

3. Ubicación geográfica: La ubicación de Colombia en la región del Caribe le permite tener acceso a mercados importantes como Estados Unidos, lo que reduce los costos de transporte y facilita la exportación.

4. Infraestructura: El aeropuerto de Cali y el puerto de Buenaventura ofrecen infraestructura adecuada para la exportación de frutas, lo que facilita el envío de la carambola a Miami.

5. Demanda en el mercado: La demanda de carambola en Estados Unidos es alta, especialmente en ciudades con grandes poblaciones latinas como Miami, lo que garantiza un mercado para la fruta colombiana.

6. Políticas gubernamentales: Los acuerdos comerciales entre Colombia y Estados Unidos, como el TLC, ofrecen ventajas arancelarias y simplifican los trámites de exportación.

La teoría de David Ricardo, conocida como la "Teoría de la Ventaja Comparativa", es uno de los pilares del comercio internacional. Desarrollada en el siglo XIX, esta teoría explica cómo y por qué los países pueden beneficiarse del comercio mutuo, incluso si uno de ellos es más eficiente en la producción de todos los bienes en comparación con el otro.

Conceptos clave de la Teoría de la Ventaja Comparativa:

Ventaja Comparativa:

Según Ricardo, un país tiene una ventaja comparativa en la producción de un bien si puede producirlo con un costo de oportunidad menor en comparación con otros países. Es decir, el país debería especializarse en aquellos bienes que produce de manera relativamente más eficiente en comparación con otros bienes que podría producir.

Costo de Oportunidad:

Este concepto se refiere al valor del siguiente mejor uso alternativo de los recursos. En el marco de la ventaja comparativa, un país debe evaluar los costos de oportunidad de producir diferentes bienes para determinar en qué debe especializarse.

Beneficios del Comercio:

La teoría sostiene que, incluso si un país es menos eficiente en la producción de todos los bienes en comparación con otro país, ambos países pueden beneficiarse del comercio si se especializan en los bienes en los que tienen una ventaja comparativa. De este modo, el intercambio de productos permite que ambos países obtengan un mayor valor total en comparación con no comerciar.

La teoría de Philip Kotler explica que el Marketing es un proceso administrativo y social, a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean mediante la generación, la oferta y el intercambio de productos de valor con sus iguales.

Teorías Económicas

1. Teoría de la Ventaja Comparativa: Colombia cuenta con condiciones climáticas y geográficas favorables para el cultivo de carambola de estrella, lo que le da una ventaja comparativa en la producción y exportación.

2. Teoría del Comercio Internacional: La exportación de carambola de estrella desde Colombia a Estados Unidos aprovecha las diferencias en los precios y costos de producción entre los dos países.

3. Teoría de la Oferta y la Demanda: La demanda de carambola de estrella en Estados Unidos es creciente, mientras que la oferta en Colombia es abundante.

Teorías Financieras

1. Teoría del Valor Actual Neto (VAN): La investigación evaluará la rentabilidad del proyecto mediante el cálculo del VAN.

2. Teoría de la Tasa Interna de Retorno (TIR): La investigación analizará la TIR para determinar la viabilidad financiera del proyecto.

3. Teoría del Riesgo Financiero: La investigación evaluará el riesgo financiero asociado al proyecto.

Justificación Práctica

Desarrollar experiencias frente al manejo de la exportación y la investigación de un país a otro gracias a los conocimientos adquiridos en INTENALCO EDUCACION SUPERIOR y al aporte de la estructura de conocimientos planteada desde un punto de vista teórico, práctico y metodológico. La generación de empresas que aporta al crecimiento de un país aumenta los incentivos para futuros exportadores de la fruta carambola de estrella.

La importancia de la exportación de esta fruta para el país estadounidense es porque genera ingresos en moneda extranjera para Colombia, está creando empleos en el sector agrícola, en el transporte y en la logística, contribuye en la diversificación de la economía de Colombia el cual nos mejora la balanza comercial, esto nos indica que es una gran oportunidad para impulsar el crecimiento económico y desarrollo de la región y de nuestro país colombiano ya que promociona la marca y la calidad de los productos agrícolas.

Justificación Metodológica

Para lograr el cumplimiento de los objetivos del proyecto, se acude a la técnica de investigación mediante el análisis de mercado, realizando a países que demuestran una mayor demanda de este producto

Es necesaria la realización del presente proyecto para dar a conocer una guía que puede ser de ayuda para realizar la exportación de frutas de nuestro país colombiano.

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

El tipo de investigación que se va a utilizar en este proyecto es descriptivo porque es la que busca analizar y describir las características y tendencias del mercado de exportación de carambola de estrella identificando así oportunidades y desafíos

La investigación cuantitativa la tenemos presente en el proyecto porque es la cual nos indica los estudios y recolección de datos el cual se tienen al exportar la carambola de estrella y los análisis en todo su proceso.

Las fuentes de información que se va a manejar es la primaria porque se realizan las entrevistas con productores, exportadores y otros actores involucrados en la cadena de suministro y las encuestas a consumidores en Miami para determinar la demanda y preferencias.

Permite obtener información detallada y actualizada sobre el mercado de carambola de estrella y permite evaluar la viabilidad y rentabilidad de la exportación.

Marcos Referenciales

La exportación de frutas tropicales es una industria en crecimiento en Colombia, gracias a la alta demanda y a la capacidad del país para cultivar una rica variedad de frutas. En este contexto, es importante analizar los factores que contribuyen al éxito y los beneficios que ofrece.

El trabajo de investigación realizado por Kevin Steven Bohórquez (noviembre 2019) sobre las frutas y los países a los que más exporta Colombia. Ya sea por lo cítrico o lo dulce, un hallazgo que obtuvo fue la industria de exportación de frutas en Colombia está en crecimiento donde está obteniendo una alta demanda y la capacidad del país para tener sus cultivos con una variedad de frutas y demás alimentos y en otro tenemos que la ubicación geográfica y el clima de Colombia son elementos esenciales que ayudan a este desarrollo, permitiendo la producción de frutas tropicales, cítricas, dulces y sus demás alimentos.

Si bien la oferta incluye uchuvas, maracuyás, granadillas y maracuyá, según ProColombia, hay otras poco conocidas que cada vez toman más fuerza como el arazá, el copoazú, la cocona, el aguaje, el umarí, la guaraná, el copoazú de monte, el asaí y la carambola.

El trabajo realizado por Kevin Steven Bohórquez (noviembre 2019) tuvo como objetivo principal, analizar el potencial de exportación de frutas en Colombia destacando la demanda como los ingresos generados y resaltar las ventajas geográficas y climáticas de Colombia que contribuyen al crecimiento de la industria frutal, permitiendo la producción de una amplia variedad de frutas, incluidas aquellas menos conocidas.

El trabajo de investigación realizado por Javier Orlando Orduz sobre el cultivo de carambolo (junio 2015). Tenemos como hallazgo donde la carambola se desarrolla de manera óptima en condiciones del trópico bajo y medio, en la cual las lluvias son moderadas y están bien distribuidas. La falta prolongada de agua limita el crecimiento de las raíces, las hojas y el desarrollo general de la planta, así como la inducción de la floración, lo que puede reducir significativamente el rendimiento, otro hallazgo que encontramos es la temperatura óptima para el cultivo de carambolo es entre 21 y 32 °C. Aunque también se ha cultivado con éxito en regiones de trópico seco y subtropicales, su rendimiento es inferior en áreas donde ocurren heladas severas. Este árbol prospera mejor en climas húmedos, aunque se ha reportado cierta tolerancia en zonas secas con sequías estacionales (Pérez et al., 2005).

En cuanto al suelo, el carambolo se adapta a una amplia gama de condiciones, desde suelos moderadamente ácidos hasta suelos neutros. Según Al-Yahyai (2004), estos árboles crecen vigorosamente en suelos ácidos de climas tropicales. Se desarrollan mejor en suelos de textura franca o ligeramente areno-arcillosa, aunque presentan limitaciones en suelos propensos al encharcamiento y con alta salinidad. El fruto del carambolo es una baya carnosa que adquiere un tono dorado al madurar, presentando una cutícula cerosa de color translúcido o dorado pálido. Su tamaño varía entre 5 y 15 cm de longitud y 3 a 6 cm de ancho. Una de las características distintivas de este fruto es su forma estrellada, resultado de 4 a 5 vértices o aristas longitudinales y redondeadas que siempre están presentes. Cada costilla del fruto alberga un lóculo con dos semillas planas, las cuales pierden viabilidad rápidamente una vez extraídas

del fruto; en total, puede contener hasta 12 semillas, aunque también se han registrado casos de frutos partenocárpicos (León, 2000; Loor, 2013).

La pulpa del carambolo varía en color desde amarillo claro hasta oscuro, y es crujiente y jugosa. Su sabor puede estar entre muy ácido con poco azúcar y muy dulce con poca acidez, dependiendo de la variedad, el patrón de cultivo y las condiciones ambientales.

Según Galán (1993), el peso recomendado para la comercialización en fresco se encuentra entre 100 y 300 g. Se estima que aproximadamente el 95% del fruto es comestible, compuesto en promedio por un 70% de pulpa, un 25% de corteza y un 5% de semillas. El contenido de agua del fruto varía entre el 60% y el 80%, los sólidos entre el 5% y el 14%, y los azúcares totales entre el 4% y el 11%; la concentración de azúcares se mantiene relativamente constante una vez cosechados.

Los frutos del carambolo ofrecen diversas oportunidades de comercialización para los pequeños productores que lo cultivan en condiciones locales. En el Meta, el carambolo se consume principalmente fresco, aunque también se utiliza para la preparación de jugos. En otras ciudades o países, estos frutos se venden en rodajas empacadas al vacío, ideales para ensaladas y aderezos de bebidas o cócteles, gracias a su atractiva forma, practicidad y beneficios para la salud.

El principal atractivo nutricional del carambolo radica en su actividad antioxidante y su contenido de ácidos grasos insaturados. Los antioxidantes son sustancias que inhiben los procesos de oxidación, protegiendo al cuerpo del estrés oxidativo, el cual puede desencadenar diversas enfermedades. Además, el carambolo es rico en fibra

dietaría, especialmente en fibra insoluble, lo que puede contribuir a regular los niveles de glucosa en sangre después de las comidas.

Marco Teórico

Las ventajas competitivas han sido esencial en el análisis económico para entender cómo y por qué ciertas naciones y sus empresas logran destacarse en el mercado global. Michael Porter, destacado economista y académico estadounidense, amplió esta perspectiva al proponer que la ventaja competitiva de una nación se basa en la disponibilidad de recursos naturales, infraestructura, demanda en el mercado, políticas gubernamentales y aumentar la productividad. Porter se enfoca en identificar las razones objetivas por las cuales una nación alberga empresas, o grupos de empresas, que logran un éxito competitivo a nivel mundial en su sector. Para ello, realiza un análisis del comportamiento competitivo de cien segmentos industriales de diez naciones distintas.

El aporte que nos brindaría esta ventaja competitiva de Porter son en los liderazgos de costo donde la empresa busca optimizar los procesos operativos y logra una buena economía, también contamos con la diferenciación ya como se ha comentado en ofrecer carambola de estrella de alta calidad lo que atrae clientes, por último tener un enfoque claro para especializarnos en la exportación de la fruta y contar con la facilidad de una logística y distribución para la exportación.

David Ricardo defendió el comercio internacional y se opuso a las tesis proteccionistas. En su obra Principios de Economía Política (1817), argumentó que cada país debería especializarse en la producción de aquellos bienes y servicios en los que fuera más eficiente. Con esto, destacaba la importancia de la productividad en el desarrollo de las economías nacionales, lo que lo llevó a desarrollar la teoría de la ventaja comparativa. La ventaja comparativa se convirtió en uno de los pilares de su

comprensión del comercio internacional. Para Ricardo, concentrarse en la producción de lo que un país puede hacer mejor que los demás era la forma más adecuada de dirigir la economía.

Se tiene en cuenta el aporte en el trabajo de exportación donde el costo de producción en Colombia sean más bajos en comparación con Estados Unidos lo cual haría que la producción y exportación sea más rentable, también se toma en cuenta la especialización y eficiencia en donde Colombia debería especializar en la producción de bienes en lo que tiene una ventaja comparativa como la carambola y exportarlos a Estados Unidos donde pueden ser comercializados a un precio competitivo.

Philip Kotler es conocido por el enfoque en el marketing, la gestión de productos, éxito en el mercado depende de entender las necesidades del consumidor, el aporte que hizo hacia la exportación de carambola de estrella es el posicionamiento en el cual se debe de realizar de manera efectiva en el mercado de Estados Unidos, la competencia es fundamental para consolidarnos en dicho mercado Estadounidense y manejar el marketing de las 4 P, producto, precio, promoción y plaza (distribución) y donde se toma en cuenta la rentabilidad del proyecto con la teoría financiera en donde encontramos Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).

Marco Conceptual

El proyecto de exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali, Colombia hacia Miami, Estados Unidos, requiere un marco conceptual sólido que integre palabras técnicas ya que proporciona una base sólida para el proyecto, estableciendo claridad en las definiciones y conceptos clave.

El comercio exterior: El comercio exterior se refiere al intercambio de bienes y servicios entre diferentes países. Incluye exportaciones (vender al extranjero) e importaciones (comprar del extranjero), y es fundamental para la economía global, ya que permite a las naciones acceder a productos que no pueden producir de manera eficiente y fomentar relaciones económicas internacionales. Además, influye en el desarrollo económico, la generación de empleo y el crecimiento de mercados.

Exportación: La exportación es el proceso de vender bienes o servicios producidos en un país a un mercado extranjero. Este intercambio implica el traslado de productos a otro país, con el objetivo de ampliar el alcance comercial, aumentar ingresos y diversificar mercados. Las exportaciones son clave para el crecimiento económico de un país, ya que contribuyen a la balanza comercial y generan divisas.

Carambola de estrella: La carambola, también conocida como fruta estrella, es un fruto tropical que pertenece a la planta *Averrhoa carambola*. Su forma distintiva, que se asemeja a una estrella cuando se corta en rodajas, la hace atractiva. Tiene un sabor refrescante que combina notas dulces y ácidas. La carambola es rica en vitamina C, antioxidantes y fibra, y se consume fresca, en ensaladas o como jugo. Además, su cáscara es comestible y se puede utilizar en diversas preparaciones culinarias.

Ventaja comparativa: La ventaja comparativa es un concepto económico que se refiere a la capacidad de un país, individuo o empresa para producir un bien o servicio a un costo relativamente menor que otros. Esto significa que, aunque un productor pueda ser menos eficiente en términos absolutos en la producción de todos los bienes, puede especializarse en aquellos en los que tiene la menor desventaja relativa. Esta especialización fomenta el comercio y permite que todos los participantes se beneficien al intercambiar productos en los que son más eficientes.

Segmentación de mercado: La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado amplio en grupos más pequeños y homogéneos de consumidores que comparten características similares, como necesidades, comportamientos y demografía. El objetivo es identificar segmentos específicos para adaptar estrategias de marketing y productos, lo que permite una mejor satisfacción de las necesidades del cliente y una mayor efectividad en la comunicación y ventas.

Logística internacional: La logística internacional se refiere a la planificación, implementación y control de los flujos de bienes y servicios entre diferentes países. Involucra la gestión de procesos como el transporte, almacenamiento, distribución y documentación, asegurando que los productos lleguen a su destino de manera eficiente y cumpliendo con regulaciones aduaneras y normativas internacionales. Su objetivo es optimizar costos y tiempos, garantizando la satisfacción del cliente en un contexto global.

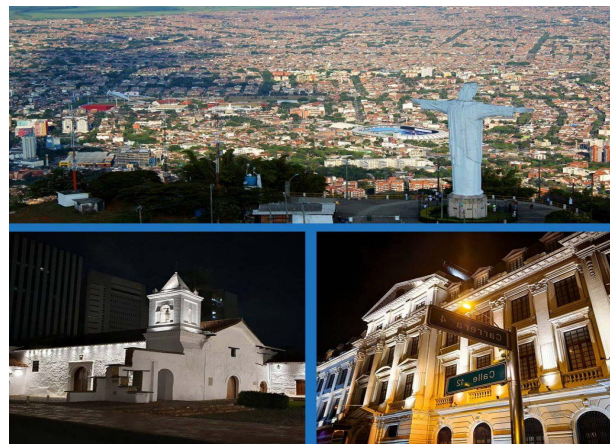
Marco Contextual

El proyecto de exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali, Colombia hacia Miami, Estados Unidos, se desarrolla en un contexto internacional que involucra a dos países con características económicas, sociales y culturales específicas.

Interno:

La empresa está ubicada en la ciudad de Cali, en el departamento del Valle del Cauca (Colombia), decidimos la ciudad de Cali porque es una de las principales ciudades del país con potencial en el ámbito de emprendimiento, es un centro agrícola clave en la región, conocido por su diversidad de cultivos tropicales, incluyendo la carambola. Luego de una revisión el Dane anunció que Cali tiene en total 2. 28 millones de habitantes, Además, Colombia tiene preferencias arancelarias con 12 acuerdos comerciales, en mercados como Estados Unidos, la Unión Europea, Brasil, México, Chile, Perú, Costa Rica y Corea del Sur.

Los productos agrícolas exportados a EE. UU. deben cumplir con estrictas regulaciones fitosanitarias, lo que requiere certificaciones y tratamientos específicos.El



transporte puede realizarse por vía marítima o aérea, considerando factores como costos, tiempos de entrega y condiciones de conservación del producto



Externo:

Nuestro mercado de destino está ubicado en Miami, Estados Unidos ya que su cercanía geográfica con países de América Latina, especialmente Cuba, Colombia y Venezuela, la convierte en un importante punto de conexión cultural y comercial. Miami tiene un clima tropical, caracterizado por veranos cálidos y húmedos e inviernos suaves, esto favorece el crecimiento de una amplia variedad de cultivos y productos frescos, cuenta con un sistema de transporte robusto, incluyendo el Aeropuerto

Internacional de Miami (uno de los más transitados de EE. UU.) y un puerto de carga significativo (Puerto de Miami), facilitando la importación y exportación de bienes.



Miami es una de las ciudades más diversas de EE. UU., con una población de 6.138.333 de habitantes y está compuesta por comunidades hispanas, afroamericanas y de diversas nacionalidades. Esto crea un mercado único para productos variados, incluidos alimentos exóticos. La ciudad tiene una gran cantidad de mercados y supermercados que ofrecen productos frescos, lo que genera oportunidades para la distribución de frutas tropicales, exóticas, cítricas. Ha enfrentado desafíos relacionados con el cambio climático, como el aumento del nivel del mar y fenómenos meteorológicos extremos, que pueden afectar la logística y la seguridad alimentaria.

Marco Temporal

El proyecto de investigación se desarrolló en dos fases, el ante proyecto desde agosto a noviembre de 2024 donde realizamos el (proceso teórico), y el proyecto de febrero a mayo 2025 en este encontramos el (proceso de exportación)

Marco Legal

El marco legal del proyecto de exportación de carambola de estrella desde Santiago de Cali, Colombia, hacia Miami, Estados Unidos, incluye el conjunto de normas y regulaciones que aseguran el cumplimiento de los requisitos legales tanto nacionales como internacionales.

Constitución política: Ejecutar la política de comercio exterior en materia de facilitación de comercio, trámites, procedimientos de comercio exterior y prácticas desleales de comercio, a través de los instrumentos relacionados con la promoción de exportaciones, y demás mecanismos existentes para proteger la producción nacional de conformidad con los acuerdos comerciales.

Decreto 2555 de 2010: Ley de Comercio Exterior, regula las operaciones de comercio exterior en Colombia.

Decreto 380 de 2016: Reglamento de Exportación, establece los requisitos y procedimientos para la exportación de productos.

Decreto 2651 de 2015: Código Aduanero, regula los procedimientos aduaneros en Colombia.

Decreto 1066 de 2006: Ley de Impuestos y Aduanas, regula los impuestos y aranceles aplicables a la exportación.

Decreto 1341 de 2013: Reglamento de Zonas Francas, establece las condiciones para la creación y funcionamiento de zonas francas en Colombia.

Decreto 289 de 2014: Reglamento de la Ley de Comercio Electrónico, facilita las transacciones comerciales electrónicas.

Decreto 2155 de 2017: Reglamento de la Ley de Emprendimiento, apoya la creación y desarrollo de empresas.

Decreto 939 de 2018: Reglamento de la Ley de Innovación, fomenta la innovación y la investigación en Colombia.

Algunos decretos específicos que apoyan las exportaciones en Colombia son:

Decreto 441 de 2018: Establece beneficios tributarios para las empresas exportadoras.

Decreto 705 de 2019: Regula el régimen de drawback (reembolso de impuestos) para las exportaciones.

Decreto 1455 de 2020: Establece medidas para fomentar las exportaciones y mejorar la competitividad.

En Estados Unidos, algunos decretos que apoyan las exportaciones son:

Decreto 13637 de 2011: Establece la Estrategia Nacional de Exportación.

Decreto 13846 de 2018: Regula la exportación de productos y tecnologías sensibles.

Decreto 13936 de 2020: Establece medidas para fomentar las exportaciones y mejorar la competitividad.

Leyes de Exportación en Colombia:

Ley de Comercio Exterior (Decreto 2555 de 2010): Regula las operaciones de comercio exterior en Colombia.

Ley de Sanidad Agropecuaria (Ley 101 de 1993): Regula la sanidad agropecuaria y la exportación de productos agrícolas.

Reglamento de Exportación (Decreto 380 de 2016): Establece los requisitos y procedimientos para la exportación de productos.

Código Aduanero (Decreto 2651 de 2015): Regula los procedimientos aduaneros en Colombia.

Ley de Impuestos y Aduanas (Ley 1066 de 2006): Regula los impuestos y aranceles aplicables a la exportación.

Leyes de Exportación en Estados Unidos:

Tariff Act de 1930: Regula los aranceles y restricciones a la importación.

Plant Protection Act de 2000: Regula la importación de productos agrícolas y la protección de la agricultura estadounidense.

Export Administration Act de 1979: Regula la exportación de productos y tecnologías sensibles.

Foreign Trade Regulations (15 CFR Parte 30): Regula la declaración y documentación de exportaciones.

Customs Modernization Act de 1993: Regula los procedimientos aduaneros en Estados Unidos.

Ley 7 de 1991: Por la cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposiciones.”

Ley 9 de 1991: Artículo 1º. La regulación en materia de cambios internacionales será ejercida con sujeción a los criterios, propósitos y funciones contenidos en la presente Ley, por parte del Gobierno Nacional, directamente y por conducto de los organismos que esta Ley contempla. Nota: El texto en cursiva fue declarado inexecutable por la Corte Constitucional en Sentencia C-455 de 1993.

Artículo 2º. Propósitos del régimen cambiario. El régimen cambiario tiene por objeto promover el desarrollo económico y social y el equilibrio cambiario, con base en los siguientes objetivos que deberán orientar las regulaciones que se expidan en desarrollo de la presente Ley.

Propiciar la internacionalización de la economía colombiana con el fin de aumentar su competitividad en los mercados externos.

Promover, fomentar y estimular el comercio exterior de bienes y servicios, en particular las exportaciones, y la mayor libertad en la actuación de los agentes económicos en esas transacciones. Facilitar el desarrollo de las transacciones

corrientes con el exterior y establecer los mecanismos de control y supervisión adecuados.

Decreto 1165 de 2019: El Decreto 1165 ofrece seguridad jurídica para los usuarios aduaneros en tanto que consolida y armoniza las diferentes normas que estaban vigentes, así mismo simplifica puntos que ayudan a mejorar la logística o a reducir los trámites exigidos para las operaciones de comercio exterior.

Que mediante Ley 1609 de 2013, el Congreso de la República, teniendo en cuenta su responsabilidad social y en procura de mantener la estabilidad jurídica nacional, dictó normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno para modificar los aranceles, tarifas y demás disposiciones concernientes al Régimen de Aduanas; Que, en desarrollo de dicha ley, mediante el Decreto 390 de 2016, el Gobierno nacional estableció una nueva regulación aduanera con el ánimo de armonizarla con los convenios internacionales, particularmente con las normas de la Comunidad Andina y el Convenio Internacional para la Simplificación y Armonización de los Regímenes Aduaneros - Convenio de Kioto revisado de la Organización Mundial de Aduanas, incorporando las mejores prácticas internacionales, para facilitar el comercio exterior y el cumplimiento de los compromisos adquiridos por el país dentro de los acuerdos comerciales.

Régimen cambiario. Resolución 1: Artículo 1o. MONEDAS DE RESERVA. El Banco de la República podrá efectuar sus operaciones en Derechos Especiales de Giro (DEG) y en las monedas que a continuación se indican: corona danesa (DKK), corona noruega (NOK), corona sueca (SEK), dólar de Australia (AUD), dólar de Canadá (CAD), dólar de los Estados Unidos de América (USD), dólar de Nueva Zelanda (NZD), euro

(EUR), franco suizo (CHF), libra esterlina británica (GBP), yen japonés (JPY), remimbi chino (CNH/CNY), dólar de Hong Kong (HKD), dólar de Singapur (SGD) y won coreano (KRW). El Banco de la República publicará diariamente las tasas de conversión de las mismas con respecto al dólar de los Estados Unidos de América.

Artículo 2o. INTERVENCIÓN EN EL MERCADO. El Banco de la República podrá intervenir en el mercado cambiario con el fin de regular la liquidez del mercado financiero y el normal funcionamiento de los pagos internos y externos de la economía, evitar fluctuaciones indeseadas de la tasa de cambio y acumular y desacumular reservas internacionales, de acuerdo con las directrices que establezca su Junta Directiva, mediante la compra o venta de divisas, de contado y a futuro, a los establecimientos bancarios, corporaciones financieras, compañías de financiamiento, cooperativas financieras, la Financiera de Desarrollo Nacional S.A., el Banco de Comercio Exterior de Colombia S.A.- BANCÓLDEX, las sociedades comisionistas de bolsa de valores, sociedades administradoras de fondos de pensiones y cesantías, los sistemas de compensación y liquidación de divisas y las cámaras de riesgo central de contraparte, así como a la Nación Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Así mismo, el Banco de la República podrá emitir y colocar títulos representativos de divisas conforme a las regulaciones que expida la Junta Directiva.

Ley DCIP Banco de la República: Para las titularizaciones en Colombia de los flujos de fondos futuros de exportaciones de bienes, no se requerirá que coincidan los sujetos que se relacionen como importadores o exportadores en la información de los datos mínimos (el patrimonio autónomo) con el exportador de los bienes que se relacionan en los documentos aduaneros.

Leyes de Emprendimiento en Colombia:

Ley de Emprendimiento (Ley 1014 de 2006): Establece los principios y objetivos para fomentar el emprendimiento en Colombia.

Ley de Simplificación de Trámites (Ley 1676 de 2013): Simplifica los trámites para la creación y funcionamiento de empresas.

Ley de Innovación (Ley 1286 de 2009): Fomenta la innovación y la investigación en Colombia.

Ley de Financiamiento para el Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Ley 590 de 2000): Establece mecanismos de financiamiento para las MIPYMES.

Decreto 2155 de 2017: Reglamento de la Ley de Emprendimiento.

Colombia ha establecido varios tratados internacionales a lo largo de su historia. Algunos ejemplos notables incluyen:

Tratado de Límites entre Colombia y Brasil: Firmado el 24 de abril de 1907, este tratado estableció los límites territoriales entre Colombia y Brasil.

Tratado Thomson-Urrutia: Redactado en 1914, este tratado estableció las indemnizaciones de Estados Unidos a Colombia por la pérdida de Panamá.

Tratado de Cooperación Amazónica: Colombia es parte de este tratado, que busca promover la cooperación y el desarrollo sostenible en la región amazónica.

En cuanto a la política exterior actual de Colombia, el país ha establecido tratados y acuerdos con diversas organizaciones internacionales y países, como:

Alianza del Pacífico: Un acuerdo de cooperación económica y comercial con Chile, Perú y México.

Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC): Un mecanismo de cooperación y diálogo entre los países de América Latina y el Caribe.

Organización de las Naciones Unidas (ONU): Colombia es miembro de la ONU y participa en diversas agendas y comités relacionados con la paz, la seguridad y el desarrollo sostenible.

5.Diseño Metodológico

1.1 El estudio de Viabilidad

La realización de los objetivos establecidos al inicio de este trabajo se llevará a cabo a través de una investigación descriptiva y cuantitativa, con un carácter multimétodico, lo que permite integrar diversas técnicas, herramientas y fuentes de información para abordar el objeto de estudio de forma integral.

Investigación descriptiva: Se busca analizar y describir las características, oportunidades y desafíos del mercado internacional para la carambola de estrella, especialmente en el mercado de Miami EE.UU.

Enfoque cuantitativo: Se emplean técnica de recolección y análisis de datos numéricos para respaldar los hallazgos, tales como encuestas aplicadas a los consumidores y análisis estadísticos sobre la demanda y comportamiento del mercado.

Diseño multi-método: Se combinan distintos métodos de recolección de datos como entrevistas a productores, distribuidores y encuestas a consumidores finales. Esto permite contrastar la información desde múltiples perspectivas y obtener una visión más completa del entorno de exportación.

Las fuentes de información seleccionadas permiten acceder a datos actualizados y confiables para evaluar la viabilidad y rentabilidad del proceso de exportación. Así mismo el diseño metodológico adoptado facilita una comprensión integral del contexto de exportación de la carambola de estrella proporcionando una base sólida para la toma de decisiones estratégicas dentro del proceso exportador.

Procesos logísticos y medioambientales: Evaluar las opciones de transporte (aéreo, marítimo) para exportar la fruta desde Santiago de Cali - Colombia a Miami - EE.UU. Asegurar que el método elegido preserve la calidad del producto.

Seleccionar métodos de embalaje que protegen la fruta y permitan una larga vida útil, considerando las regulaciones de exportación a EE. UU.

Establecer un plan para reducir el impacto ambiental, tanto en la producción como en la logística de exportación. Considerando el uso de empaques reciclables y métodos de transporte más ecológicos.

Recolección de datos:

El desarrollo de la investigación estuvo basado en la recolección de información mediante análisis de contenido archivos, recopilación de instituciones como ProColombia, Ministerio de Agricultura, libros, Sitios Web, reportes de agencias y/o instituciones internacionales y nacionales.

5.1 Clase o tipo de investigación

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

Enfoque cuantitativo:

Los estudios de tipo cuantitativo buscan explicar una realidad social desde una perspectiva externa y objetiva. Su objetivo principal es obtener mediciones precisas o indicadores sociales que permitan generalizar los resultados a poblaciones o situaciones más amplias. Este enfoque se basa principalmente en el uso de números y datos cuantificables. En el proceso de cuantificación numérica, el instrumento de medición o recolección de datos desempeña un papel fundamental, por lo que debe ser preciso y eficiente, garantizando que mida de manera adecuada lo que se desea evaluar. es de gran relevancia en nuestra investigación, ya que con este enfoque obtendremos datos exactos y detallados que respondan a las preguntas planteadas a la población, facilitando la toma de decisiones y contribuyendo al éxito del proyecto.

Estudio descriptivo:

Este estudio se basa en el método científico que observa y describe el comportamiento de las personas sin influir en él. Es una herramienta valiosa, especialmente utilizada por los investigadores de mercadeo para analizar los hábitos de los consumidores o las entidades con las que se desea establecer una asociación. En el contexto de nuestra investigación, el estudio descriptivo nos permitirá entender el comportamiento del mercado respecto a ciertos productos, preferencias de la población

objetivo, así como a realizar encuestas detalladas sobre los precios de los productos de la competencia, permitiéndonos comparar y determinar el precio más competitivo que podemos ofrecer.

5.2 Método de Investigación

Método deductivo:

Según Bacon, el método deductivo se caracteriza por el razonamiento que va de lo general a lo particular, utilizando una serie de herramientas e instrumentos para conseguir los objetivos propuestos con el fin de llegar al esclarecimiento requerido.

Este trabajo comienza con la necesidad de integrar la carambola en la vida cotidiana de las personas y el rol significativo en la salud. A partir de ahí, se llevará a cabo un análisis de la viabilidad de la exportación de carambola hacia Miami - EE. UU, considerando el porcentaje de exportaciones realizadas desde Santiago de Cali - Colombia, lo que nos permitirá argumentar sobre la demanda y aceptación de nuestro producto.

5.3 Técnicas de Investigación

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

Las fuentes, búsquedas o informaciones secundarias son textos basados en hechos reales. Una fuente secundaria contrasta con una primaria en que esta es una forma de información que puede ser considerada como un vestigio de su tiempo. Una fuente secundaria es normalmente un comentario o análisis de una fuente primaria. Una fuente secundaria es como un comentario de la fuente primaria. Las fuentes

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

Una fuente primaria se refiere a las fuentes documentales que se consideran material proveniente de alguna fuente del momento, en relación con un fenómeno o suceso que puede tener interés en ser investigado o relatado, es decir, es la materia prima que se tiene para realizar un determinado trabajo. También hay fuentes de información primarias llamadas inéditas, que no se encuentran al acceso público o de circulación restringida como las tesis o los informes.

Fuentes secundarias usadas en la investigación. Se recolectó información de libros metodológicos, estadísticas del DANE, Procolombia, fuentes de información en la web e investigaciones relacionadas con la producción y comercialización internacional de la fruta carambola de estrella con la finalidad de obtener información acerca del consumo del producto.

Las técnicas de investigación mixtas son un enfoque metodológico que combina elementos de investigación cualitativa y cuantitativa para recopilar y analizar datos. Este enfoque busca obtener una comprensión más completa y profunda del fenómeno estudiado.

1.1 población y muestra

La población estadística, también conocida como universo, es el conjunto o la totalidad de elementos que se van a estudiar. Los elementos de una población lo

conforman cada uno de los individuos asociados, debido a que comparten alguna característica en común. La población estadística puede ser un conjunto de personas, lugares o cosas reales.

Población finita: es aquella que se puede contar y se pueden estudiar con mayor facilidad a sus integrantes. Por ejemplo, la cantidad de clientes que tienen el gusto por alguna fruta en específico.

- Población: 340 millones
- Estratos: 2 y 3 para el consumo
- Edades: niños entre 5 a 10 años, adolescentes de 11 a 18 años, personas de un rango de 19 a 60 años (no consumir personas con enfermedad renal crónica o insuficiencia renal)
- Nivel de confianza del: 95%
- Margen de error del: 5% me da un tamaño de muestra: 385 -384

Calculadora de muestra

Nivel de confianza: 95% 99%

Margen de Error:

Población:

Tamaño de Muestra:

Calculadora de tamaños de muestra

Nivel de confianza:

Tamaño de la población:

Margen de error:

Tamaño ideal de la muestra:

FÓRMULA:

$$N = \frac{Z^2 * P (1-P)}{E^2}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 * 0.5 (1-0.5)}{(0.05)^2}$$

$$(1.96)^2 = 3.8416$$

$$0.5 \times (1-0.5) = 0.25$$

$$(0.05)^2 = 0.0025$$

$$N = \frac{3.8416 * 0.25}{0.0025}$$

$$N = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16$$

Para una población de 340 millones, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, el tamaño mínimo de muestra necesario es de 384 personas, que serán necesarias para verificar la factibilidad del desarrollo de comercialización de carambola en la ciudad de Miami.

La muestra es una parte representativa de una población donde sus elementos comparten características comunes o similares. Se utiliza para estudiar a la población de una forma más factible, debido a que se puede contabilizar fácilmente. Cuando se va a realizar algún estudio sobre el comportamiento, propiedades o gustos del total de una población específica, se suelen extraer muestras. Estos estudios que se realizan a las muestras sirven para crear normas o directrices que permitirán tomar acciones o simplemente conocer más a la población estudiada.

Muestreo aleatorio simple: En el muestreo aleatorio simple cada individuo se elige totalmente al azar y cada miembro de la población tiene la misma posibilidad, o probabilidad, de ser seleccionado. Una forma de obtener una muestra aleatoria consiste en asignar un número a cada individuo de una población y, a continuación, utilizar una tabla de números aleatorios para decidir qué individuos incluir.

Muestreo sistemático: En el muestreo sistemático, los individuos se seleccionan a intervalos regulares a partir del marco de muestreo. Los intervalos se eligen para garantizar un tamaño de muestra adecuado.

1.2 Procedimientos

Se realizó una matriz de factibilidad de exportación donde se comparan los dos países preseleccionados en aspectos generales como gastos causados al embarque, tributos aduaneros y otros gastos, con estos valores realizados se selecciona al país con el gran total menor.

En el estudio de mercado se tuvo en cuenta los cuatro países que más exportan carambola de estrella en el mundo, se realizó un análisis a cada país se consideró variables como la política, religión, cultura de negociación, idioma y acuerdos internacionales. Luego se pre seleccionó dos de estos países y se les realizó el entorno donde se enmarca donde está ubicado cada país.

Se tiene en cuenta el marco legal de las exportaciones en Colombia puesto que estas son las que rigen en el país.

Estas son la ley marco de comercio exterior 7 y 9 1991 donde se indican las normas generales a las cuales se debe sujetar el gobierno Nacional para regular el

comercio exterior en el país, también se dictan normas generales a las que deberá sujetarse el Gobierno Nacional para regular los cambios internacionales y se adoptan medidas complementarias.

El decreto 1169, donde se mencionan en algunos artículos los requisitos y obligaciones de la obligación aduanera en la importación.

Resolución externa No. 1 de 2018, en él se habla de artículos en los cuales se refiere a los tipos de monedas en las cuales se puede negociar las exportaciones, la intervención en el mercado que tiene el banco de la república y las compras o ventas de divisas en el mercado. La circular externa DCIN-83, la cual señala todo lo relacionado con las exportaciones de bienes.

Para realizar una exportación es necesario estar inscrito en el R.U.T, en la V.U.C.E (ventanilla única de comercio exterior), conocer la posición arancelaria del producto a importar en la página de la D.I.A.N, tener el registro o licencia de la exportación.

Para calcular los costos de la exportación se realiza la matriz de costos donde se indican datos como el costo del seguro, el flete internacional, el tipo de INCOTERM que se va a utilizar, añadiendo estos datos automáticamente se genera el total de los costos de la exportación. Esta matriz es muy importante ya que con esta se puede conocer cuánto se debe pagar para poder realizar la exportación.

1.3 Línea de Investigación

El presente trabajo se inscribe en la línea de investigación del programa de Tecnología en gestión de comercio exterior del Instituto Técnico Nacional de Comercio

“Simón Rodríguez” “Emprendimiento para generación de empresas mediante procesos de exportación e importación.

1.4 Delimitación del Objeto de Estudio

La investigación del presente proyecto será ejecutada dentro de los límites entre las ciudades Santiago de Cali y Miami, que se encuentran ubicadas en los países: Colombia y Estados Unidos.

6. Estudio de mercado

6.1 Análisis del sector

Realizando un análisis del sector de Michael Porter nos encontramos con el sector económico que Porter utiliza llamado el “modelo de las 5 fuerzas” donde nos obliga a tener en cuenta un análisis de los clientes, proveedores, productos sustitutos, nuevos competidores potenciales y la competencia. Con este análisis podemos determinar nuestra posición estratégica en el mercado. Estas son:

- **Poder de negociación de los clientes:** Los clientes tienen cada vez mayor acceso a información, lo que aumenta su poder de decisión. Para mitigar esta fuerza es fundamental establecer una comunicación efectiva, ofrecer un excelente servicio al cliente y fomentar relaciones comerciales a largo plazo. Estas acciones contribuyen a generar lealtad y reducir la probabilidad de que los clientes opten por otros proveedores.

- **Poder de negociación de los proveedores:** Los proveedores pueden influir significativamente en los costos y en la calidad del producto. Por ello construir relaciones sólidas, basadas en la confianza y la cooperación mutua, es clave para garantizar un suministro estable, con precios competitivos y condiciones favorables. Esto permite mantener márgenes de rentabilidad adecuados y asegurar la continuidad del negocio.

- **Amenaza de productos o servicios sustitutivos:** El mercado de frutas exóticas es competitivo y está en constante cambio, por lo que existen productos que pueden sustituir fácilmente a la carambola si ofrecen mayor disponibilidad, precio o beneficios percibidos. Para contrarrestar esta amenaza, es necesario realizar un

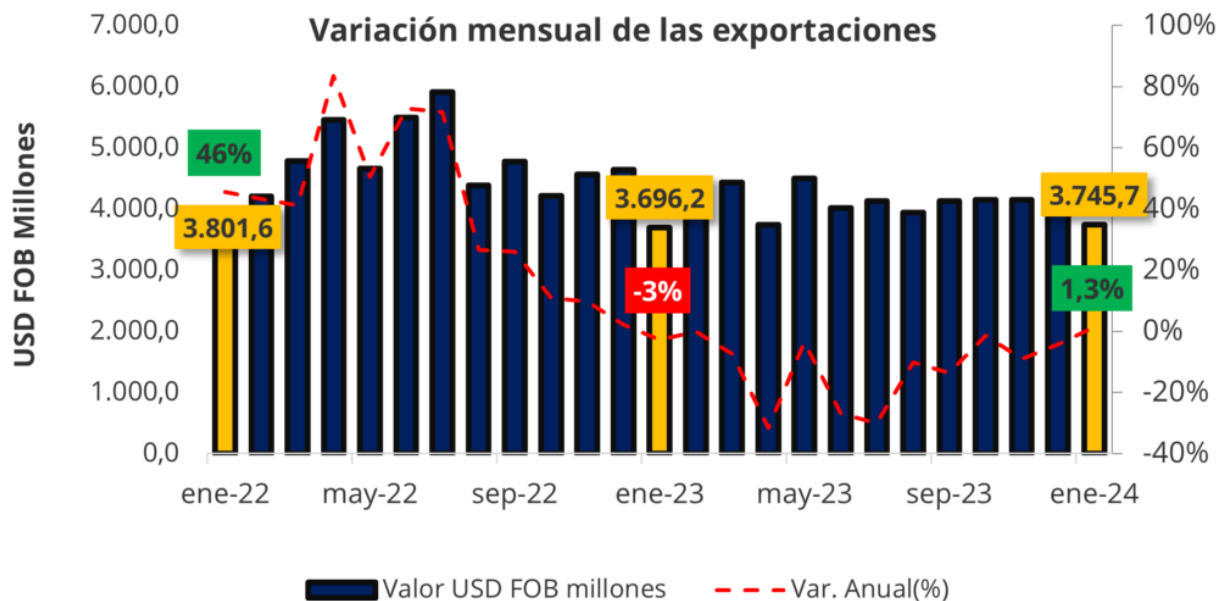
monitoreo constante de las tendencias de consumo y de los productos emergentes, y diferenciarse mediante el sabor, la calidad y la presentación del producto.

- Amenaza de entrada de nuevos competidores: La apertura de mercados internacionales y el atractivo del sector agroexportador pueden facilitar la entrada de nuevos competidores. Para mantener una ventaja competitiva, se debe estar atento a las nuevas empresas que ingresan al mercado, reforzar las barreras de entrada mediante certificaciones de calidad, acuerdos comerciales y una propuesta de valor diferenciada.

Rivalidad de los competidores actuales: La competencia entre empresas exportadoras de frutas exóticas es intensa. Para destacarse en este entorno, es fundamental ofrecer un producto de alta calidad, con características únicas como sabor y frescura, y un empaque innovador que mejore la percepción del cliente. Esto no solo atrae nuevos compradores, sino que también fideliza a los existentes.

6.1.1 El sector exportador colombiano

Desde 2005 el valor de las exportaciones colombianas hacia su principal socio comercial, los Estados Unidos, En el registro correspondiente a comienzo del año 2024, las ventas externas colombianas alcanzaron la cifra de USD FOB 3.745,7 millones, lo que representa un incremento en su valor del 1,3% frente al nivel del mismo mes del año anterior. Por su parte, el peso exportado creció un 15,7%, ubicándose en 8,4 millones de toneladas métricas, jalonado principalmente por el aumento en ventas al exterior, en enero de 2024 se obtuvieron en ventas 4,9 millones de toneladas métricas.



En el mes de referencia, las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas participaron con 52,3% del valor FOB total de las exportaciones; seguido de Agropecuarios, alimentos y bebidas 21,4%, Manufacturas con 19,3% y Otros sectores con 7%.

Así mismo, las exportaciones del sector agropecuario, alimentos y bebidas (9,1%) y manufacturas (4,4%) tuvieron una variación positiva. De esta manera, la variación del mes se explica principalmente por el aumento en las exportaciones agropecuarias y manufactureras.

La variación del valor de las exportaciones colombianas fue explicada principalmente por el crecimiento en las ventas hacia el resto del mundo de productos como el petróleo y sus derivados (15,6%), las legumbres y frutas (160%).

Las exportaciones agropecuarias se ubicaron en USD FOB 803,3 millones, presentando un crecimiento de 9,1% frente al mismo año de 2023, cuando se alcanzaron ventas por un valor de USD FOB 736 millones.

Entre los principales productos que contribuyeron a este incremento se encuentran: Legumbres y frutas (160,8%) y pescado (31,1%) Por su parte, decreció el valor de café, té, cacao, especias y sus preparados (-11,6%), carne y preparados de carne (-49,2%).

Finalmente, el grupo de otros sectores registró exportaciones por un valor de USD FOB 261,9 millones, presentando un crecimiento de 5%, explicado principalmente por el aumento de las ventas de oro no monetario, cuya variación fue de 5,1%.

En valor, a comienzos del año 2024 los principales 15 productos de la canasta exportadora de Colombia alcanzaron una participación de 69,5%.

6.1.2 El mercado del producto en el exterior

El sector de la fruta tropical además de las famosas naranjas de Florida, la carambola, conocida como *starfruit* en Estados Unidos, está ganando popularidad entre los estadounidenses llamada carambola de estrella muestra una alta producción representando una buena economía, el desarrollo de la cadena de producción de nuevos incentivos estatales.

La starfruit es un excelente snack para consumir mientras se trabaja al sol, gracias a su jugosidad y dulzura. La variedad Arkin es la más popular y ampliamente cultivada en el sur de Florida, aunque algunos productores están explorando

variedades más dulces y jugosas provenientes de Hawái y otras regiones. La fruta combina perfectamente con ensaladas y se utiliza para elaborar zumos. Incluso hay una bodega que produce un delicioso vino de starfruit, con un toque ácido y poco dulce. Aunque la starfruit no es muy popular en la cultura estadounidense, tiene gran aceptación en las culturas asiática e hispana, que tienen una fuerte presencia en el sur de Florida.

Para todo lo mencionado, es preciso establecer un plan estratégico de desarrollo de la producción de carambola con la participación de todos los actores de la cadena de producción y productores representativos de zonas potenciales.

6.1.3 Análisis DOFA

FORTALEZAS

- Fruta Tropical sin la intervención de químicos en los procesos de elaboración
- Materia prima de fácil adquisición y gran oferta
- Precio de venta al público económico
- Fruta de buena calidad y fresca

DEBILIDADES

- Desconocimiento de técnicas de publicidad y marketing
- Falta de conocimiento de los lugares para la venta del producto
- Poca información hacia el mercado en el que se comercializara el producto de la carambola
- Falta de capacitación al personal

OPORTUNIDADES

- Comercialización de esta fruta tropical hacia mercados internacionales
- Uso de medios digitales para un comercio electrónico y ejecutar una distribución directa entre empresa y cliente
- Apoyo por parte del gobierno hacia inversiones de emprendedores de esta misma
- Aceptación en el mercado de Estados Unidos

AMENAZAS

- Desastres Naturales
- Extensos productos de frutas en el mercado colombiano
- Procesos de salud que impidan el consumo de la carambola de estrella
- Desconfianza en los clientes al ser nuevos

6.2 Inteligencia de Mercados

6.2.1 Posibles Mercados para Exportación del Producto

“Países que buscan frutas tropicales, cítricas y exóticas colombianas”

La diversificación de mercados y la calidad de las frutas colombianas han permitido una expansión constante en las exportaciones, consolidando al país como un proveedor clave en el ámbito internacional de frutas tropicales, cítricas y exóticas.

ALEMANIA

Alemania es el país que cuenta con la tradición más larga de agricultura orgánica y comercialización de productos dietéticos. Los primeros negocios de la reforma se inauguraron hace más de 100 años como parte de un movimiento de reforma alimentaria.

Hace alrededor de 25-30 años se fundaron los primeros almacenes de alimentos naturales. Dedicándose principalmente a la venta de productos orgánicos manifestaban una actitud crítica ante la sociedad industrial y ofrecían una alternativa al comercio de productos alimenticios convencionales. Al aumentar la producción agrícola orgánica experimentaron tasas de crecimiento de dos cifras. Recién después de muchos años (a principios del decenio del noventa) los supermercados comenzaron a interesarse por el sector orgánico.

Actualmente, Alemania es uno de los mercados orgánicos más grandes del mundo, aunque con tasas de crecimiento más bajas que otros países, como el Reino Unido. Siendo uno de los mercados más grandes, Alemania es también uno de los mayores importadores de productos orgánicos. Parece que la reciente crisis de la EEB

y otros problemas alimentarios tienen un efecto positivo en el mercado orgánico al aumentar en los consumidores la sensibilidad respecto de la salud.

ECONOMÍA

Alemania es la mayor economía de la Unión Europea (UE) y la tercera del mundo, después de EE. UU. y China. La República Federal se encuentra estrechamente interconectada con la economía mundial: es una de las tres mayores naciones exportadoras e importadoras del mundo. En 2023, el producto interno bruto fue de unos 4,2 billones de euros. En ese año, Alemania exportó bienes por un valor de alrededor de 1,562 billones de euros y, a su vez, importó bienes por un valor de más de 1,353 billones de euros. Los principales socios comerciales de Alemania son los países de la UE, que representan aproximadamente dos tercios del volumen total, seguidos de China y Estados Unidos.

MONEDA

Desde el 1 de enero de 2002 el euro es la única moneda de curso legal en Alemania. Reemplazó al marco alemán, en circulación desde 1948. El Banco Central Europeo tiene su sede en Fráncfort del Meno, centro financiero alemán.

SOCIAL

Alemania tiene uno de los sistemas de seguridad social más completos del mundo. Como en otras democracias avanzadas, el gasto social constituye la mayor partida individual del gasto público. En 2023 se destinaron al gasto social público alrededor de 1,25 billones de euros, lo que equivale a un 30,3 % del producto interno bruto (PIB).

CULTURAL

Rica en arte, literatura, música e inventos tecnológicos, la cultura alemana se distingue por su dedicación a la excelencia, un profundo respeto por la historia, la defensa de la libertad de pensamiento y un compromiso duradero con la sostenibilidad. Desde sus inicios en las tribus germánicas hasta el desarrollo contemporáneo de una potencia europea, Alemania ha forjado una identidad cultural única que abarca desde la música clásica hasta la innovación tecnológica.

POLÍTICO

La República Federal de Alemania es un Estado federal y está organizado como una democracia parlamentaria. La Ley Fundamental establece que el poder del Estado surge del pueblo. El pueblo transfiere ese poder al Parlamento (el Bundestag y los Parlamentos de cada estado federado) por el tiempo que dura un periodo electoral.

El poder del Estado se divide entre el poder legislativo, el poder ejecutivo y el poder judicial, que se encarga de administrar la justicia. La división de poderes es un componente fundamental de la democracia y, en Alemania, está consolidada en la Ley Fundamental, la Constitución. El poder legislativo está compuesto por los parlamentos; el poder ejecutivo, por los gobiernos. El poder judicial desempeña un papel central, ya que los jueces y las juezas de los tribunales federales y de los estados son independientes y toman sus decisiones con base en las leyes. El tribunal más alto de Alemania es la Corte Constitucional Federal, que vela por el cumplimiento de la Ley Fundamental.

RELIGIÓN

El cristianismo es la religión mayoritaria en los territorios de Alemania desde antes de la caída del Imperio Romano de Occidente en el año 476 d. C. En la actualidad 43.3 millones de alemanes (51% de la población) se consideran cristianos, de los cuales un 28% son católicos, un 23% protestantes (un 98% luteranos) y un 6,5% cristianos (diversas iglesias).

El resto de la población (aproximadamente la mitad) tiene otras afiliaciones religiosas.

POBLACIÓN

Alemania, situada en Europa occidental, tiene una superficie de 357.600 Km².

Alemania, con una población de 83.445.000 personas, es un país muy poblado y tiene una densidad de población de 233 habitantes por Km².

Su capital es Berlín y su moneda euros.

Alemania es la tercera economía del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2023 fue de 2.631.777 millones de euros, con una deuda del 62,9% del PIB. Su deuda per cápita es de 31.539 € euros por habitante.

La última tasa de variación anual del IPC publicada en Alemania es de enero de 2025 y fue del 2,3%

JAPÓN

Al intentar hacer un análisis apropiado del mercado orgánico japonés se tropieza con la dificultad de que hasta hace poco no existía una definición clara de lo que se entiende por “producto orgánico”. Además, las directrices optativas (es decir, no

obligatorias) para la agricultura sostenible publicadas en 1992 por el Ministerio de Agricultura, Forestación y Pesca (MAFF) del Japón y aplicadas hasta el año 2000 no exigían una certificación orgánica independiente.

La traducción japonesa de “alimento orgánico” es “Yuki Shokuhin”. Ahora bien, “Yuki Shokuhin” es un producto alimentario en cuyo proceso de producción no se han utilizado productos químicos o se han utilizado en poca cantidad (Agriculture and Agri-Food Canadá, 1997), y puede subdividirse en las siguientes categorías:

1. Orgánico: No se han utilizado productos químicos durante más de tres años;
2. Orgánico en transición: No se han utilizado productos químicos durante un período comprendido entre seis meses y tres años;
3. Ausencia de plaguicidas: No se han utilizado plaguicidas químicos;
4. Uso reducido de plaguicidas: La utilización de plaguicidas químicos se ha reducido en más del 50 por ciento con respecto a la aplicación media;
5. Productos sin fertilizantes químicos: No se utilizan fertilizantes químicos en la producción;
6. Uso reducido de fertilizantes: La utilización de fertilizantes químicos se reduce a menos del 50 por ciento con respecto a la utilización media.

ECONOMÍA

La economía de Japón es la cuarta mayor a nivel mundial, tras los Estados Unidos y China y Alemania. La cooperación entre el gobierno y las industrias, la

costumbre japonesa del trabajo duro y el dominio de la tecnología han llevado a Japón al éxito económico del que disfruta hoy en menos de medio siglo.

Los sectores estratégicos de la economía japonesa son los productos manufacturados y tecnología, sobre todo los vehículos, artículos electrónicos e industria del acero. Sin embargo, la agricultura en Japón es bastante ineficiente, según los estándares actuales, y recibe muchos subsidios del estado. El sector de las finanzas está desarrollándose mucho en la actualidad debido en gran parte a su moneda, el yen que es la tercera más transada tras el dólar estadounidense y el euro.

MONEDA

El yen japonés, una de las divisas más fuertes en el mundo, y la moneda oficial de Japón. Es la tercera divisa principal de comercio y también se utiliza como moneda de reserva para la libra esterlina y el dólar estadounidense. Se trata de una moneda fiduciaria.

SOCIAL

La sociedad japonesa es generalmente gregaria, por lo que las personas a menudo se ven a sí mismas y a los demás como miembros de una unidad o grupo colectivo. En este contexto, es de suma importancia el concepto de responsabilidad solidaria

CULTURAL

La cultura japonesa es diversa, ancestral y está orientada hacia el mundo moderno: sin dejar atrás su tradición de samuráis, templos y cocina tradicional, Japón

también ha sabido renovarse gracias al manga y las nuevas tecnologías. Sin embargo, los elementos clásicos son los que más atraen a los turistas.

POLÍTICO

El sistema político de Japón es el de la democracia constitucional. De acuerdo con el principio de la separación de poderes, las actividades del gobierno nacional se dividen formalmente en los órganos legislativo, ejecutivo y judicial.

RELIGIÓN

La principal característica que define la vida religiosa en Japón es la coexistencia de una religión autóctona, el Shintoísmo, y una extranjera, el budismo.

La mayoría de los japoneses visitan los santuarios Shintoístas y los templos budistas en sus celebraciones anuales, como en el Año Nuevo para despedir el año viejo y dar la bienvenida al año nuevo, o en verano para visitar a las tumbas familiares, también en los rituales especiales que marcan el paso del ciclo de vida, como en los nacimientos, ceremonias nupciales y funerales, entre otros.

POBLACIÓN

Japón está entre los países con más población del mundo, dentro del ranking de 196 estados que componen la tabla de población mundial de datos macro.com.

Según los últimos datos publicados por la ONU, solo el 2,2% de la población de Japón son inmigrantes. Japón es el 130º país del mundo por porcentaje de inmigración.

Japón se encuentra en la 169ª posición de la tabla de densidad, así pues, tiene una alta densidad de población, de 329 habitantes por Km².

MIAMI

En el ámbito comercial, la ciudad del sol se ha convertido en un importante centro de negocios y un puerto clave para el envío y recepción de mercancías. Esto ha brindado grandes beneficios a exportadores y distribuidores, fortaleciendo su actividad económica.

Brasil y Colombia se destacan como los principales socios comerciales, seguidos por China, Costa Rica, Chile, Japón, Venezuela, República Dominicana y Honduras.

Cada día se registran transacciones por más de 85 mil millones de dólares en productos como materias primas, tecnología, equipos eléctricos, maquinaria, ropa e insumos industriales, entre otros.

ECONOMÍA

La economía de Miami ha crecido de forma constante en los últimos años, convirtiéndose en uno de los principales motores económicos de Estados Unidos. En 2023, esta tendencia continuará, ofreciendo numerosas oportunidades para inversores y emprendedores.

El turismo, el comercio internacional y el sector inmobiliario son pilares clave de la economía local. Además, Miami se ha consolidado como un importante centro tecnológico y financiero, atrayendo a muchas empresas y profesionales de estos sectores.

MONEDA

La moneda de Miami es el dólar estadounidense (US\$). Hay muchos cajeros automáticos, pero la retirada de dinero con tarjetas extranjeras suele acarrear una comisión de unos 3 US\$.

Las principales tarjetas de crédito se aceptan.

SOCIAL

Al llegar a Miami, hay varios detalles que llaman la atención. La ciudad destaca por su abundante vegetación en la mayoría de las áreas. Su terreno es completamente plano, una característica típica de todo el estado de Florida. Las construcciones, en su mayoría, son de poca altura, superando una o dos plantas solo en zonas específicas. Además, es prácticamente indispensable contar con un automóvil debido a las limitaciones y la baja conectividad del transporte público local.

CULTURAL

Miami es uno de los principales centros culturales de Estados Unidos, donde se mezclan perfectamente influencias multiculturales y tradiciones estadounidenses. La ciudad ofrece una gran riqueza cultural, con museos, barrios históricos, galerías de arte y teatros que reflejan su diversidad y su rica historia.

POLÍTICO

La política en Estados Unidos está dominada por dos partidos principales:

Partido Demócrata: De orientación progresista, favorece la intervención estatal para moderar la economía de mercado.

Partido Republicano (GOP): Conservador, apoya el libre mercado y prioriza la defensa nacional.

Además, existen otros partidos menores como el Partido Reformista, Libertario, Verde, y partidos por el Socialismo y la Liberación, entre otros.

Estados Unidos es una república federal con un sistema democrático representativo. Su gobierno se divide en tres ramas de poder (ejecutiva, legislativa y judicial), y sus 50 estados son autónomos en gran medida.

RELIGIÓN

La religión predominante en este estado es la católica, en gran parte debido al aumento de la población hispana, que ahora representa el 26,8%, seguida por la población blanca, según el último censo de Estados Unidos.

Entre las cinco religiones con más seguidores en el estado, la Iglesia Católica encabeza la lista con 4,097,067 adherentes. Le siguen las Iglesias Cristianas Sin Denominación (2,020,876), la Convención Bautista del Sur (1,092,640), la Iglesia Metodista Unida (377,800) y los Testigos de Jehová (304,524).

POBLACIÓN

Según el censo de 2010, Miami tenía una población de 399,457 habitantes, con una densidad de 2,750.98 personas por kilómetro cuadrado. La composición racial era la siguiente:

- 72.58% blancos
- 19.25% afroamericanos
- 0.3% amerindios
- 0.99% asiáticos
- 0.02% isleños del Pacífico
- 4.18% de otras razas
- 2.69% de dos o más razas

Además, el 69.96% de la población se identificaba como hispana o latina de cualquier raza.

El censo de 2000 mostró que la mayor comunidad étnica era la cubana, representando el 34.1% de la población. Le seguían los nicaragüenses (5.6%), haitianos (5.5%), hondureños (3.3%), dominicanos (1.7%) y colombianos (1.6%).

CANADÁ

Canadá es una de las diez economías más grandes del mundo en términos de PIB. Sin embargo, en 2020 experimentó una fuerte contracción económica, con una caída del 7,1%.

Según el Trade Map de 2020, elaborado por el Centro de Comercio Internacional (CCI), Estados Unidos es su principal socio comercial para exportaciones, seguido por

China, Reino Unido, Japón y Alemania. Las exportaciones más destacadas de Canadá incluyen combustibles minerales, aceites minerales, productos de destilación y vehículos terrestres.

ECONOMÍA

Después de la crisis económica global sin precedentes causada por la pandemia de COVID-19, que provocó la mayor contracción desde 1945, la economía canadiense mostró una recuperación en 2021 con un crecimiento del 4,5% y continuó creciendo un 3,4% en 2022 (según el FMI).

Sin embargo, en 2023 la actividad económica se desaceleró. Aunque el PIB real creció un 0,6% en el primer trimestre, el crecimiento se estancó en el segundo trimestre, con una expansión casi nula. Para el año completo, el FMI estimó un crecimiento del 1,3%. A pesar del aumento en los precios del petróleo, los precios de exportación de materias primas canadienses se mantuvieron por debajo de los máximos alcanzados a mediados de 2022.

MONEDA

El dólar canadiense (CAD) es la moneda oficial de Canadá y una de las cinco divisas más utilizadas en el mundo. Su símbolo es "\$" y su emisión está a cargo del Banco de Canadá, mientras que su impresión la realiza la Canadian Bank Note Company en Ottawa. Es una moneda fiduciaria, lo que significa que su valor depende de la confianza en la economía canadiense y no está respaldada por un activo físico como el oro.

SOCIAL

Canadá es un país diverso, tolerante y acogedor, conocido por su paz social y su impresionante belleza natural. Con una gran extensión y paisajes variados, es un destino ideal para quienes buscan aventuras y disfrutar de su rica y sofisticada cultura. Sus ciudades multiculturales y vibrantes ofrecen un interesante contraste con la naturaleza virgen que las rodea, creando un equilibrio único entre modernidad y entorno natural.

CULTURAL

La cultura de Canadá abarca los elementos artísticos, musicales, literarios, gastronómicos, políticos y sociales que representan al país y a su gente, tanto a nivel nacional como internacional. Históricamente, ha sido influenciada por tradiciones europeas, principalmente británicas y francesas, así como por sus culturas indígenas. Con el tiempo, las tradiciones de las comunidades inmigrantes se han integrado en la cultura canadiense, enriqueciendo su diversidad.

POLÍTICO

Canadá es un estado federal, miembro de la Comunidad Británica, con una monarquía constitucional y una democracia parlamentaria. Su capital es Ottawa, en la provincia de Ontario. El sistema de gobierno es parlamentario, con un Senado de 104 miembros y una Cámara de los Comunes de 301 miembros. Aunque la reina Isabel II fue la jefa de estado, estaba representada en Canadá por el gobernador general Adrienne Bing Chee Clarkson desde 1999. Jean Chrétien fue primer ministro y jefe de

gobierno en ese período. Actualmente, el Primer Ministro es Justin Trudeau, líder del Partido Liberal.

RELIGIÓN

En Canadá, el 100% de la población se declara creyente, lo que representa un porcentaje muy alto. La religión predominante es el cristianismo, practicado por el 90,29% de la población. En los últimos años, el porcentaje de creyentes ha aumentado ligeramente, pasando del 99,59% al 100%.

POBLACIÓN

Canadá cerró 2023 con una población de 40,097,761 personas, un aumento de 1,158,705 habitantes en comparación con 2022, cuando la población era de 38,939,056. De este incremento, 542,988 fueron mujeres y 615,717 hombres.

En términos de población, Canadá es un país significativo a nivel mundial, ocupando el puesto 37 de los 196 países en el ranking de población global.

6.2.2 El país seleccionado (País de destino) MIAMI EE. UU

El país que se escoge es Estados Unidos ya que La carambola de estrella es una fruta tropical y exótica que está ganando popularidad y demanda en el mundo por su agradable sabor y aporte en vitaminas, minerales, fibra y antioxidantes; lo que hace de ella un buen alimento para la salud para ser tomado por personas que padecen de diabetes, así como por ser rica en potasio, lo que la hace idónea para la hipertensión arterial y afecciones tanto de vasos sanguíneos como del corazón, cuenta con un gravamen arancelario del 15% y un IVA excluido del 0.0% deberá de cumplir con los

protocolos fitosanitarios que exigen las autoridades de ese país. El dólar estadounidense continúa siendo la moneda más importante en el comercio.

La ciudad en la cual se va a realizar la llegada de la exportación es

MIAMI- ESTADOS UNIDOS

6.2.2.1 Entorno Económico

Estados Unidos es un país altamente industrializado con elevados niveles de productividad y uso de tecnologías modernas. Estados Unidos es la mayor economía del mundo, por delante de China. Tras una década de crecimiento, el crecimiento del PIB fue negativo tras la crisis del COVID-19, agravada por las crecientes desigualdades e infraestructuras obsoletas. Sin embargo, la economía se recuperó prontamente: el crecimiento del PIB repuntó al 5,7% en 2021, impulsado por el consumo privado y la inversión, y apoyado por políticas monetarias y fiscales altamente adaptables.

6.2.2.2 Entorno Tecnológico

Estados Unidos se destaca por las oportunidades que ofrece a los nuevos empresarios. Además de las Big Four: Apple, Amazon, Meta (Facebook) y Google, el país tiene un entorno favorable en términos de impuestos y regulaciones. Empresas de todos los tamaños pueden aprovechar el sector tecnológico estadounidense y expandir sus negocios en EE.UU.

6.2.2.3 Entorno Político

Los parámetros de la política comercial de los Estados Unidos han experimentado una serie de cambios drásticos con la llegada del presidente Donald Trump a la Casa Blanca. Sus posturas proteccionistas, así como sus ataques en contra

de los sistemas multilaterales que regulan el comercio internacional, han terminado por provocar un cambio sistemático en las relaciones comerciales de los EE. UU. Está pendiente también, la aprobación de los TLC negociados con Perú y Colombia.

6.2.2.4 Entorno Ambiental

Estados Unidos es el mercado ambiental más importante a nivel global, alcanzando un valor estimado de 419.000 millones de dólares. La analítica de datos reporta, además, una mantenida tasa de crecimiento compuesto del 4%.

El actual gobierno estadounidense define, en comparación con el anterior gobierno republicano, nuevas líneas de actuación: entre ellas destacan especialmente la promoción de energías limpias, la protección de ecosistemas y la mejora de los sistemas de infraestructuras hídricas mediante el aumento de las inversiones públicas.

6.2.2.5 Entorno Cultural

Es común decir que en Estados Unidos existe un «consumismo exagerado». El buen nivel de vida y el acceso a todo tipo de productos hace que los habitantes quieran (y puedan) tenerlo todo.

La economía de los Estados Unidos ofrece grandes oportunidades, con salarios altos relativamente bajos y bajo costo de vida. Los Estados Unidos se encuentran navegando por una cultura laboral que se siente llena de contradicciones. La cultura empresarial de los Estados Unidos suele ser menos formal y menos jerárquica que la de otros países, lo que refleja la creencia estadounidense en la igualdad.

6.2.3 El País de Origen (Colombia)

La ubicación estratégica de Colombia les permite un acceso privilegiado a los mercados globales. Como puerta de entrada a Sudamérica, el país es un importante punto de conexión con otras naciones y cuenta con numerosas rutas comerciales marítimas y 2,300 rutas aéreas. Además, sus puertos en ambas costas y su proximidad al Canal de Panamá refuerzan su posición comercial.

Cada semana, más de 1,000 vuelos comerciales internacionales directos son operados por más de 20 aerolíneas. Gracias a estas conexiones, en 2015 se transportaron más de 980,000 toneladas de carga.

6.2.3.1 Entorno Económico

La estabilidad macroeconómica de Colombia se basa en un entorno institucional sólido, apoyado por un marco fiscal con reglas claras, un tipo de cambio flexible y un régimen moderno de control de la inflación. Estas bases han sido fundamentales para mantener la estabilidad económica. Sin embargo, el crecimiento económico del país se ha desacelerado.

Colombia tiene un gran potencial para aumentar el crecimiento de su Producto Interno Bruto (PIB) si mejora la productividad, que ha estado estancada por décadas, y diversifica y expande sus exportaciones. Para lograrlo, es esencial reducir las brechas de infraestructura, mejorar la calidad de la educación y fortalecer las instituciones. Estos pasos son clave para impulsar un desarrollo económico sostenible.

Colombia enfrenta importantes desigualdades sociales y geográficas, incluidas las relacionadas con el capital humano. Para reducir la pobreza y promover una

prosperidad más equitativa en todas las regiones, es fundamental mejorar la eficiencia y la inclusión del mercado laboral, reformar los sistemas de seguridad social y de transferencias fiscales entre gobiernos, y fortalecer la capacidad de los gobiernos locales para asegurar un acceso generalizado a servicios públicos de calidad.

6.2.3.2 Entorno Tecnológico

En los últimos años, Colombia ha logrado un notable crecimiento en el desarrollo tecnológico.

Estudios y publicaciones, como los de Datacrédito Experian, destacan que en los últimos 5 años el sector tecnológico del país ha aumentado su valor 7.3 veces, generando más de 150,000 empleos y alcanzando el 2.94% del PIB, frente al 0.40% registrado en 2010.

Este avance ha sido impulsado por varios factores clave:

Mayor adopción de diversas tecnologías.

Promoción de la innovación y la transformación digital en distintos sectores.

Programas de apoyo crediticio y beneficios tributarios impulsados por Minciencias y la banca nacional.

El inesperado impulso de la pandemia en diferentes sectores económicos.

6.2.3.3 Entorno Político

La política en Colombia ha estado marcada históricamente por un predominante bipartidismo. El país es uno de los pocos en Hispanoamérica donde los dos partidos tradicionales, el Liberal y el Conservador, mantuvieron su hegemonía durante el siglo

XX y siguen teniendo relevancia en el siglo XXI. Debido a esto, Colombia nunca ha sido gobernada por una mayoría de izquierda en las dos principales instituciones del país: la Casa de Nariño y el Congreso, donde el poder ha oscilado entre el centro y la derecha.

La historia política del país también ha estado marcada por el radicalismo, que ha desencadenado numerosos conflictos armados internos y guerras civiles, incluida la separación de Panamá. A principios del siglo XX, después de la Guerra de los Mil Días, los ideales socialistas comenzaron a ganar fuerza, principalmente en el ala radical del Partido Liberal, lo que llevó a la creación del Partido Comunista Colombiano y otras agrupaciones de izquierda. Sin embargo, estos partidos siempre se mantuvieron como fuerzas minoritarias.

6.2.3.4 Entorno Ambiental

Gracias a su biodiversidad, Colombia alberga una gran variedad de plantas y árboles según sus climas y regiones. En tierras cálidas y húmedas crecen árboles altos de follaje perenne, abundan las enredaderas leñosas y las epífitas (plantas que crecen sobre otras).

Las regiones más húmedas, como la costa del Pacífico, el Chocó, la Amazonía y las vertientes bajas de las cordilleras, cuentan con una vegetación abundante y diversa. Allí se encuentran árboles maderables como guadua, pino, cedro, caoba, roble y nogal, utilizados para la fabricación de muebles.

También crecen plantas medicinales y alimenticias como la quina, zarzaparrilla e ipecacuana, además de especies útiles para textiles y productos industriales, como la palma de cumare, jipijapa, caucho y balso.

6.2.3.5 Entorno Cultural

Colombia es un país multiétnico y pluricultural donde coexisten su pasado precolombino, la herencia colonial y la modernidad. Actualmente, conviven 87 pueblos indígenas que hablan 65 lenguas de 13 familias lingüísticas distintas.

La diversidad cultural del país tiene raíces en avanzadas culturas precolombinas, como los Muisca y Tayrona, conocidos por su cerámica y orfebrería en oro. Estas tradiciones se pueden apreciar en parques arqueológicos y en el Museo del Oro en Bogotá.

Las fiestas y festivales celebran esta diversidad cultural a lo largo del año. Destacan la Fiesta de las Flores de Medellín en agosto, los Carnavales de Barranquilla en febrero y la Feria de Manizales en enero. Además, eventos como el Festival Internacional de Cine, el Hay Festival de Cartagena y la Feria Internacional del Libro de Bogotá reflejan la vibrante escena cultural del país.

6.3 El Producto

6.3.1 Portafolio de Productos

Es el fruto de Averrhoa Carambola, una planta de la familia de las Oxalidáceas.



6.3.2 Generalidades y/o características del producto a exportar

La fruta que se va a exportar cuenta con una cantidad de beneficios para la salud.

Satisfacen tu paladar con un sabor especial y refrescante.

Contiene potasio, calcio y fósforo, que fortalecen los huesos y previenen enfermedades óseas como la osteoporosis.

Contiene vitamina C, que fortalece las defensas del cuerpo contra infecciones y resfriados.

Su pulpa es jugosa, crocante, de color amarillo claro y de sabor ácido.

Toda la fruta es comestible, incluida su piel.

Se procesa también en encurtidos, salsas, vino y jaleas.

Al cortarla en rodajas, tiene forma de estrella de cinco puntas.

El zumo del carambolo sirve para quitar manchas, incluso el óxido

6.4 El Mercado Proveedor

El proveedor primordial Tropical Fruits & More de Cali, valle del cauca, encargado de poner a disposición mi producto de carambola de estrella a exportar para llevarlo a una tendencia de mercado, teniendo en cuenta que existen otras

organizaciones empresariales en Colombia que cultivan y venden este tipo de fruta tropical, algunas de ellas son:

Zag Trading Company: Es una compañía ubicada en Pereira, Colombia.

Ofrecemos una variedad de productos interesante, por ejemplo: Banano, Piña, Kiwi, Carambolo.

Sinergia International MYP: Es una empresa especializada en la comercialización de productos alimenticios de alta calidad en Colombia Cundinamarca Bogota D.C. Cuentan con un talento humano altamente capacitado en nuestras diferentes áreas de servicio, comprometidos con la satisfacción de sus necesidades y preferencias, garantizando una alta calidad en productos y servicios

Colombian fruit group: Es una empresa comercializadora y exportadora de fruta orgánica y convencional de mango tommy, Guayaba roja, Maracuyá, granadilla, carambolo, pitahaya en Colombia, Bogotá D.C.

Comercializadora Albadán: Es una empresa que nace en el corazón de Colombia Cundinamarca, Bogota D.C., logrando importantes alianzas a nivel mundial para ofrecer una amplia gama de Productos alimenticios, Farmacéuticos, aseo y desinfección. En general. Contamos con los mejores Proveedores en todo el mundo para brindar a nuestros clientes la más alta calidad en el mercado.

Colombia es uno de los países más biodiversos del mundo, y gracias a la fertilidad de sus suelos, las condiciones climáticas, y los distintos pisos térmicos es posible el cultivo y producción de cientos de alimentos. El país cuenta con frutos, flores

y hortalizas que son altamente demandados en distintas zonas del mundo, donde no es posible el cultivo de ciertos alimentos en zonas como Asia, Europa y Oceanía.

De acuerdo con la obra llamada El carambolo (Averrhoa carambola). Los departamentos en donde se cultiva y podemos encontrar esta fruta son: Valle del Cauca, Córdoba, Antioquia, Quindío, Tolima, Meta, algunos municipios de la zona Caribe. Si bien es una amplia distribución en todo el país, este fruto amarillo no se cultiva en grandes extensiones de tierra, sino al contrario, en pequeñas y medianas siembras.

A diferencia de otros frutos que para sacar cosecha necesitan sembrarse en épocas específicas del año, el carambolo puede cosecharse en gran parte del año. Como lo explica el instituto de Formación en Manipulación de Alimentos, Foman, este “fruto tiene potencial para ser transformado agroindustrialmente en la elaboración de jaleas, vinos, pulpas, mermeladas y néctares”.

El carambolo puede ser encontrado comercialmente en cadenas de supermercados de grandes superficies, la mayoría de plazas de mercado en las principales ciudades del país, e importantes municipios, y algunos centros de comercio de frutas, hortalizas y carnes.

6.5 El Mercado Potencial Objetivo

Se Realiza una segmentación de mercado donde ayuda a identificar el mercado objetivo como en este caso lo es Miami- Estados Unidos el cual permite conocer sus culturas, comportamientos, tendencias, población, sus intereses y necesidades.

6.5.1 La Población Objetivo

Población total: 340.1 millones

Origen étnico y cultural: Personas de origen asiático, latino y caribeño

Lengua oficial: El inglés es el idioma oficial de Estados Unidos, Miami

Moneda local: El dólar estadounidense es la moneda oficial de Estados Unidos.

Teniendo en cuenta que Estados Unidos es una potencia mundial económica y agrícola, principalmente, la fruta tropical de carambolo de estrella está dirigida a toda la población de Miami- Estados Unidos de todas las edades incluyendo aquellas con diabetes, hipertensión, embarazadas, así como deportistas. Es una fruta que ayuda a incrementar las defensas del cuerpo y está indicada para individuos con estrés, con un nivel de ingresos mensuales familiares iguales o superior al salario mínimo legal, esta fruta la puedes encontrar en supermercados donde haya todo tipo de fruta, verduras y grano, también en un punto de comercio colombiano o consideradas frutas exóticas que les pueden interesar a los residentes de Miami y a los extranjeros que lleguen a la ciudad.

6.5.2 Tendencias y comportamiento del consumo en el país de destino

Estados Unidos, como uno de los mercados líderes en el sector agrícola mundial, anticipa cambios y tendencias clave. Marcado por la competencia internacional, las proyecciones para 2024 revelan un aumento en las importaciones de productos agrícolas y un debilitamiento en la producción de hortalizas

Con un valor de importaciones récord de 200 mil millones de dólares proyectado para 2024, superando a los 195.4 mil millones del año pasado, el USDA espera que las importaciones agrícolas en Estados Unidos Continúen creciendo a una tasa anual promedio de 0.8% hasta 2033.

En este apartado, estarán destacando las frutas y hortalizas, pronosticando un incremento anual del 2.1% durante la década.

Se calcula que la participación de la producción nacional en el mercado se verá disminuida del 32% en 2022 al 30% en 2033, lo que resultará también en una reducción del 11% en el valor de las hortalizas durante este periodo.

La carambola, o fruta estrella, se está volviendo cada vez más importante para la producción de Florida- Miami. En este momento, se encuentra actualmente en su temporada alta en EE. UU. Y es conocida por ser una guarnición. Ostlund argumenta que si bien esta es la percepción tradicional de la fruta, se ha transformado en una categoría versátil; ya que es usada para todo, desde un plato de acompañamiento hasta un ingrediente en una ensalada fresca.

6.5.3 Requisitos del consumidor del País de destino

Calidad y frescura:

Los consumidores de estados unidos buscan frutas fresas y de buena calidad para consumir, con su apariencia atractiva y un sabor dulce, cítrico y jugoso

Variedades y tamaños:

Los consumidores prefieren más variedades de carambola que sean dulce, ácidos, jugosos, y que estén disponibles en diferentes tamaños para satisfacer su necesidad

Precio:

Los consumidores buscan frutas a precios asequibles y razonables y que se pueda ofrecer un buen valor por el dinero

Conciencia sobre la salud y el medio ambiente:

Los consumidores están cada vez más conscientes de sobre cómo cuidarse y ellos buscan frutas que sean cultivadas de maneras sostenible y sin mucho químico para que sean saludables para consumirlos

6.6 El Mercado Competidor

El mercado competidor está formado por empresas que han incrementado sus conocimientos sobre las regulaciones de calidad para estas frutas y se han esforzado por cumplir con todas las exigencias para las exportaciones.

El mercado de frutas exóticas está en crecimiento, especialmente en Europa, donde ha aumentado el interés por sus propiedades nutricionales y características únicas. Además, estas frutas permiten la elaboración de diversos productos derivados,

como mermeladas, postres, aceites y shampoo, lo que amplía su potencial comercial y genera nuevas oportunidades de negocio. La dificultad para producir estas frutas en muchos países reduce la competencia, otorgando a Colombia una ventaja competitiva en el mercado.

6.6.1 Países exportadores del producto

Los principales países productores y exportadores de carambola, en orden de importancia, son Malasia, Indonesia, Brasil, Tailandia, Filipinas, Israel, México y Australia. Sin embargo, existe poca información estadística disponible sobre los volúmenes y valores de exportación de esta fruta, especialmente en el mercado de Estados Unidos.

6.6.2 Procedencia del producto en el país de destino

Los principales países exportadores de carambola hacia Estados Unidos son México y Guatemala. Además, el propio Estados Unidos produce esta fruta en algunas regiones, como Florida y Hawái.

Cabe mencionar que, por razones fitosanitarias, el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) ha impuesto restricciones a la importación de carambola desde ciertos países, como Malasia.

6.6.3 Los precios internacionales del producto

Los precios internacionales de la carambola pueden variar según la región, la temporada y la calidad del producto.

El precio minorista de la carambola en Guinea Ecuatorial oscila entre US \$2.34 y US \$3.54 por kilogramo, o entre US \$1.52 y US \$1.60 por libra.

El rango de precios minoristas de la carambola, en Unidad de Valor Real (COP), está entre 2,207.27 COP por kilogramo y 1,001.03 COP por libra, con un valor aproximado de 11,036.36 COP por 5 libras.

El precio minorista de la carambola en México varía entre US \$2.40 y US \$3.08 por kilogramo, o entre US \$1.09 y US \$1.40 por libra.

Los precios internacionales de la carambola presentan variaciones significativas dependiendo de la región, la temporada y la calidad del producto. Estas diferencias resaltan la influencia de factores como la disponibilidad local, los costos de producción y las condiciones del mercado en cada país.

6.7 El Canal de Distribución

El canal de distribución de la carambola implica la participación de intermediarios entre el productor y consumidor final.

El proceso tiene las siguientes etapas:

Productor (agricultor): Cultiva y cosecha la carambola.

Intermediario local: Compran la fruta directamente a los agricultores para agrupar grandes volúmenes.

Mayoristas: Adquieren grandes cantidades de carambola para distribuirlas a diferentes mercados.

Minoristas (Supermercados, Fruterías o Tiendas): Venden la fruta al consumidor final.

Consumidor Final: Compra la carambola para consumo personal.



6.9 Estrategias de Mercadeo y Ventas

La exportación de carambola puede ser una oportunidad rentable, especialmente para mercados con alta demanda de frutas exóticas. El éxito de la exportación depende de calidad, presentación y una estrategia de mercado bien definida, se tiene presente en destacar las características únicas de la fruta para

diferenciarnos de la competencia, ser partícipes en eventos relacionados con la industria de productos frescos y saludables, realizar análisis de costos dentro del mercado Estadounidense y Colombiano, la idea es posicionar la fruta en el mercado y en la mente del consumidor, también encontramos otros factores de estrategias como:

Aumentar los puntos de venta.

Precios al por mayor para facilitar la venta.

Uso de transporte refrigerado para conservar la frescura para que el consumidor encuentre una fruta en buenas condiciones.

Analizar países con alta demanda de frutas tropicales.

Evaluar otros exportadores sus precios, calidad y formas de distribución.

Selección de empaques ecológicos que protejan la fruta para reducir el impacto ambiental eso lo hace llamativo para el consumidor al manejar una sostenibilidad.

7. El Estudio Técnico

7.1 Localización del Proyecto

La localización del proyecto se refiere a la elección de la ubicación más adecuada para el negocio, aquella que le brinde mayores ventajas competitivas y favorezca su óptimo desempeño. Esto implica seleccionar un lugar que cumpla con los requisitos del proyecto, contribuya a la reducción de costos de inversión y operación durante su período productivo, y permita alcanzar una posición estratégica en el mercado. Como resultado, se busca maximizar la rentabilidad del capital y minimizar el costo unitario. La determinación de la localización óptima se basará en el análisis de factores que evalúen tanto el entorno macroeconómico como el microeconómico del sector en el que se establecerá la empresa.

7.1.1 Macro Localización

La macro localización es el estudio que permite determinar la zona geográfica más adecuada para la instalación del proyecto. Su objetivo es identificar la región que brinde las mejores condiciones para su desarrollo y operación.

Colombia, situada en el extremo noroccidental de América del Sur, es un país reconocido por su riqueza cultural, biodiversidad y desarrollo económico. Limita al norte

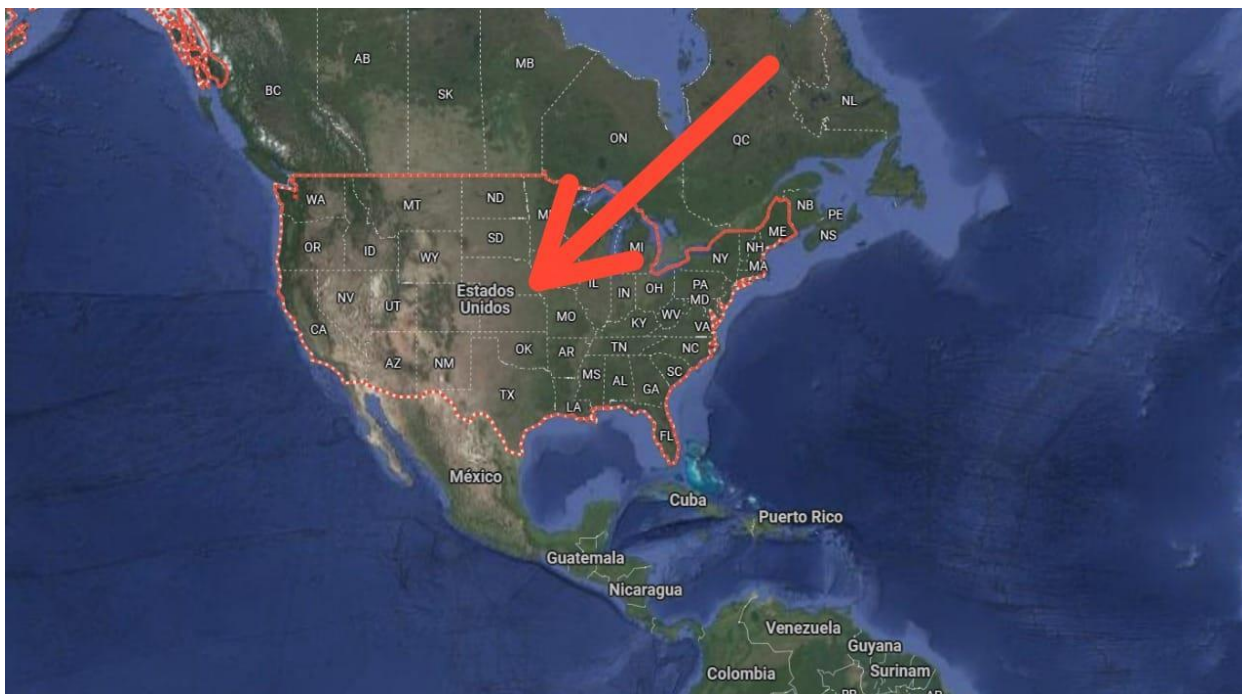
con el mar Caribe, al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador, y al oeste con Panamá y el océano Pacífico. Su posición estratégica lo convierte en un punto clave para el comercio internacional.

Colombia es uno de los países más biodiversos del mundo, con una geografía que incluye montañas, llanuras, selvas, ríos y costas en dos océanos. Su territorio está atravesado por la cordillera de los Andes, que da origen a diversos pisos térmicos y ecosistemas. Además, alberga parte de la selva amazónica y el segundo mayor número de especies de aves en el mundo.



Los Estados Unidos de América (EE.UU.) es un país ubicado en América del Norte, compuesto por 50 estados y varios territorios. Con una extensión de aproximadamente 9.8 millones de km², es el tercer país más grande del mundo, después de Rusia y Canadá. Su población supera los 330 millones de habitantes, lo que lo convierte en el tercer país más poblado.

Estados Unidos es una nación de influencia global en economía, cultura y tecnología. Su diversidad, innovación y liderazgo lo convierten en un referente mundial en diferentes aspectos, desde los negocios hasta el entretenimiento y la educación.



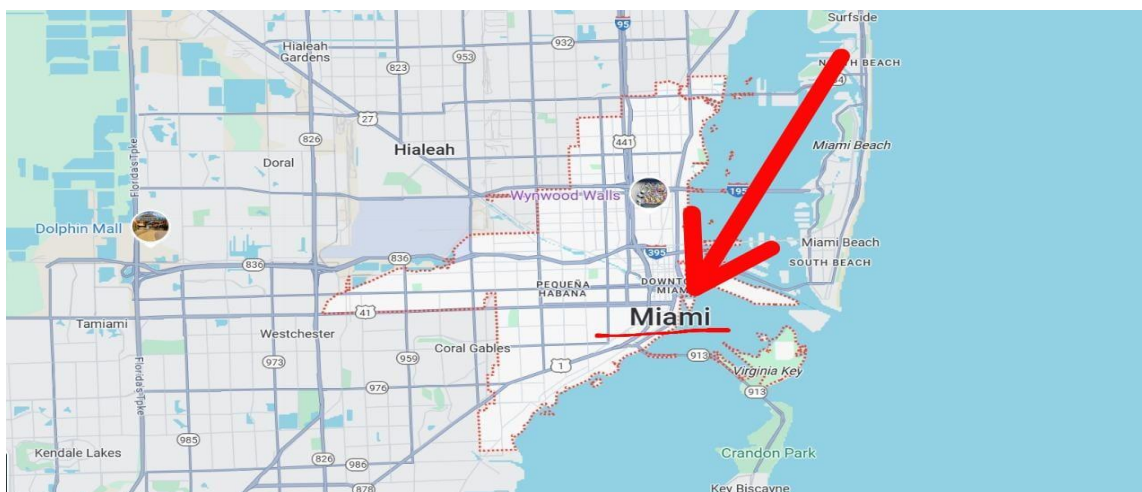
7.1.2 Micro Localización

La micro localización hace referencia a la ubicación exacta dentro de una ciudad donde operará el negocio, considerando factores como accesibilidad, infraestructura y entorno comercial.

La empresa CARAMBOLA JT S.A.S está ubicada en Calle 5 #23-30, Barrio Miraflores, Cali, Valle del Cauca, un sector estratégico que facilita su operatividad y proyección en el mercado.

espectaculares playas y su posición estratégica en el comercio internacional, se ha consolidado como un epicentro clave tanto para el turismo como para los negocios.

Una ciudad llena de oportunidades, combinando negocios, turismo y cultura en un solo lugar. Su diversidad y crecimiento la convierten en una de las ciudades más importantes de Estados Unidos y un punto clave para América Latina.



7.1.3 La Planta Física



7.2 Aspectos Técnicos del Producto

7.2.1 Ficha Técnica del Producto

FICHA TÉCNICA	
	
Nombre comercial del producto	Carambolo, carambola
Nombre científico	Averrhoa carambola
Grupo al que pertenece	Oxalidaceae
Origen	La carambola es una fruta originaria y propia de indonesia y Malasia. Su cultivo se ha extendido a otros países tropicales de Asia y América
Uso gastronómico	Acompaña platos dulces y saladas mermeladas, compotas y pure. Adorno de cocteles, jugos y gelatinas .
Características organolépticas	Sabor: Frutos dulces y frutos agrios Olor: Dulce Textura: Crujiente en su exterior y pulposa en su interior donde podemos encontrar semillas marrones y planas. Tamaño: Pequeño Visual: Cascara color claro oscuro Pulpa: Color amarillo y dorado. Aporta vitamina C y A Buena para dietas Fuente de potasio
Otros usos	favorece el tránsito intestinal y ayuda a prevenir el estreñimiento y el cáncer colorrectal.
Variedad	Color verde Sabor acido Color verde claro Sabor suave
Generalidades	Es una fruta con una baya de de 8 a 15 cm de longitud, de color amarillo, que presenta entre 3 y 5 costillas bien marcadas, con forma ovoide o elipsoidal y de seccion transversal estrellada. La cascara es lisa y cerácea. Su pulpa es jugosa, crocante, de color amarillo claro y de sabor acido, posee pocas semillas.
Requisitos generales	Estar enteras Estar sanas Estar limpias Estar exentas de humedad, de cualquier olor o sabor extraño Ser de consistencia firme Tener un aspecto fresco
Temperatura	La temperatura ideal para almacenar carambolas es entre 5 y 10°C (41-50°F). La humedad relativa debe estar entre 85 y 95%.
Vida útil	21 días si se mantiene en refrigeración.

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

El proveedor tiene una capacidad de producción de 2,400 kg/mes, equivalente a 240 cajas de 10 kg. Un contenedor Reefer de 20' tiene capacidad para 10 pallets, por lo que la carga mensual utilizará solo el 50% del espacio disponible.

Para garantizar un flujo de exportación eficiente, exportar 10 pallets cada cuatro meses. Esto optimiza costos y asegura entregas constantes al mercado de Miami, EE.UU.

7.2.3 Unidad de Empaque y Etiquetado para la Exportación

Etiquetado:

El empaque y etiquetado surge como una necesidad de proteger la carambola e identificar la fruta y conocer sus propiedades.



Las carambolas se suelen envolver en papel o con protecciones de plástico mullido (mallas) que protegen los ángulos de ponerse marrones.



EMBALAJE: Las cajas para exportación de la carambola están hechas de cartón corrugado debido a su resistencia y capacidad de protección durante el transporte.

Ecológico y reciclable

Resistente a cambios de temperatura

Resistente a la humedad: Con recubrimiento especial para refrigeración.



Caja de 10 kg (20 lb)

Dimensiones: 50 cm × 40 cm × 25 cm

Capacidad: 10 kg (50 carambolas por caja).

Peso neto: 10kg (solo carambola).

Peso bruto: 11 kg (caja + fruta).

Total de cajas: 480

PALLETS: Para la exportación de carambola a Estados Unidos, lo más común es el pallet estándar americano.



Dimensiones: 1.22 m × 1.02 m (48" × 40")

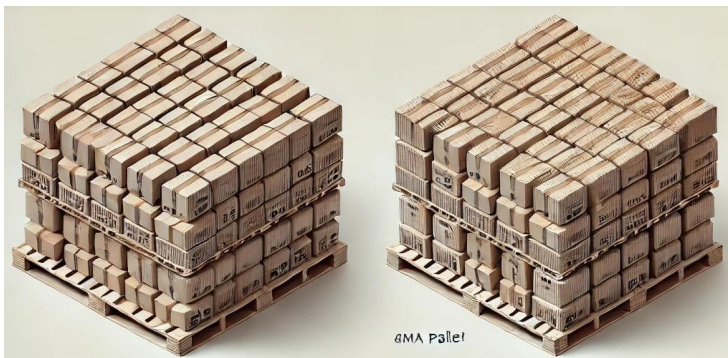
Altura estándar: 14.5 cm – 16.5 cm

Capacidad de carga: Hasta 1,500 kg (3,300 lb)

Peso del palet vacío: 15 - 20 kg (según el tipo de madera)

(No se va a tener en cuenta el contenedor refrigerado ya que va a ser enviado vía aérea)

Se necesitan 10 pallets para 480 cajas, cada uno con 4 niveles de 12 cajas.



7.3 La unidad Empresarial Exportadora

7.3.1 Tipo de Sociedad

El tipo de sociedad que se escogió para nuestro trabajo de grado es la Sociedad por acciones simplificadas S.A.S. Porque puede ser la estructura empresarial adecuada en cuanto a la flexibilidad en la estructura de capital porque permite a los socios invertir en la empresa de manera flexible, lo que puede ser beneficioso para nuestra empresa de exportación que requiere invertir en infraestructura, tecnología y marketing. Teniendo en cuenta que hay unos debidos pasos para registrar la empresa desde la cámara de comercio de Cali como:

PASO 1: Define la forma de constitución (seleccionar persona jurídica)
CARAMBOLA JT S.A.S a partir de allí se deben de llenar unos datos como lo es el nombre completo, NIT, domicilio social, objeto social y datos de los socios.

PASO 2: Define la actividad económica código CIIU (Para nuestro caso aplicaría la 0121 como código CIIU)

PASO 3: Verifica la homonimia que consiste en indagar si el nombre escogido para identificar la razón social del negocio o empresa ante el Registro Mercantil no ha sido inscrito antes, debido a que la CCB no puede registrar un nombre que ya esté inscrito. (opción registro mercantil) (opción ciudadano) en cuanto a la empresa de CARAMBOLA JT S.A.S No se encuentra inscrito el nombre de la razón social antes de este el cual siendo así ya puede ser utilizado sin ningún riesgo.

PASO 4: Requisitos a tener en cuenta al inicio de la actividad económica
(Opción Cali) (Opción persona jurídica)

PASO 5: Requisitos que se deben cumplir durante la ejecución de la actividad económica

PASO 6: Si eres responsable de IVA (Para nuestro caso la exportación de carambola de estrella de Colombia a Estados Unidos no es responsable del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en Colombia)

PASO 7: Después de registrarse en cámara de comercio: Los comerciantes del municipio de Cali, quedarán automáticamente inscritos en el RIT de la Alcaldía (Registro de Identificación Tributaria), después del registro en Cámara. Para los otros municipios de nuestra jurisdicción (Jamundí, Yumbo, Vijes, La Cumbre y Dagua), los empresarios deben inscribirse ante el ICA, teniendo en cuenta los parámetros de la legislación municipal, después de su registro en Cámara de Comercio.

7.3.2 Razón Social

La empresa se denomina CARAMBOLA JT S.A.S, La cual será la encargada de la comercialización para el consumo de esta fruta en otro país



CÓDIGO CIU: 0121 CULTIVO DE FRUTAS TROPICALES Y SUBTROPICALES

<i>Sección A Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca</i>			
División			
Seleccionar	Divisiones	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	01	Agricultura, ganadería, caza y actividades de servicios conexas	Ver Nota
Grupo			
Seleccionar	Grupo	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	012	Cultivos agrícolas permanentes	Ver Nota
Clase			
Seleccionar	Clase SHD	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	0121	Cultivo de frutas tropicales y subtropicales	Ver Nota

7.3.3 Misión y Visión Empresarial

Misión: Somos una empresa que se dedica a la comercialización de fruta tropical con un sabor particular permitiéndonos satisfacer las necesidades y gustos de nuestros clientes contribuyendo con el desarrollo económico.

Visión: Nuestra visión para el año 2030 es llegar a ser reconocida como una de las empresas de alto impacto de calidad en la comercialización de fruta tropical y sostenibilidad estando comprometidos con el medio ambiente y las comunidades dentro del desarrollo económico para abarcar mercados internacionales.

7.3.4 Principios y Valores

Principios

El cumplimiento de las reglas y normas que se manejan dentro de la empresa por parte de todo el equipo personal de carambola JT S.AS para tener un trabajo bien organizado y con dedicación.

Ser proactivos y emprendedores en busca de la excelencia, la innovación y comercialización

El trabajo en equipo y la colaboración es importante para fomentar la comunicación abierta entre trabajadores, nuestros clientes y proveedores.

Valores

Responsabilidad: Asumir las consecuencias de las acciones y contribuir positivamente a la sociedad cumpliendo con todos los negocios y actividades que se lleven a cabo en la empresa permitiendo así que nuestros clientes y proveedores nos tengan confianza a la hora adquirir el producto.

Trabajo en equipo: Promovemos la colaboración de nuestros trabajadores, aportando lo mejor de cada uno y asumiendo responsabilidades para un objetivo común.

Honestidad: trabajamos con la verdad y respetamos las normas que nos implanta la ley, promoviendo un trabajo donde no exista la envidia y la mentira.

Calidad en el producto: es fundamental para el buen funcionamiento de la empresa.

Seguridad: se garantiza la protección y el buen manejo del personal y clientes que estén en la empresa determinando un buen funcionamiento y estabilidad, obteniendo un clima laboral positivo en el que no hay ningún tipo de discriminación

7.3.5 Políticas de Empresa

Cumplimiento de la normativa legal vigente aplicable a la actividad de la empresa.

garantizar la sostenibilidad, conservación y protección del Medio Ambiente

Promover y promocionar la mejora continua de las condiciones de trabajo para conseguir un elevado nivel de seguridad, salud y bienestar físico, mental y social de los trabajadores.

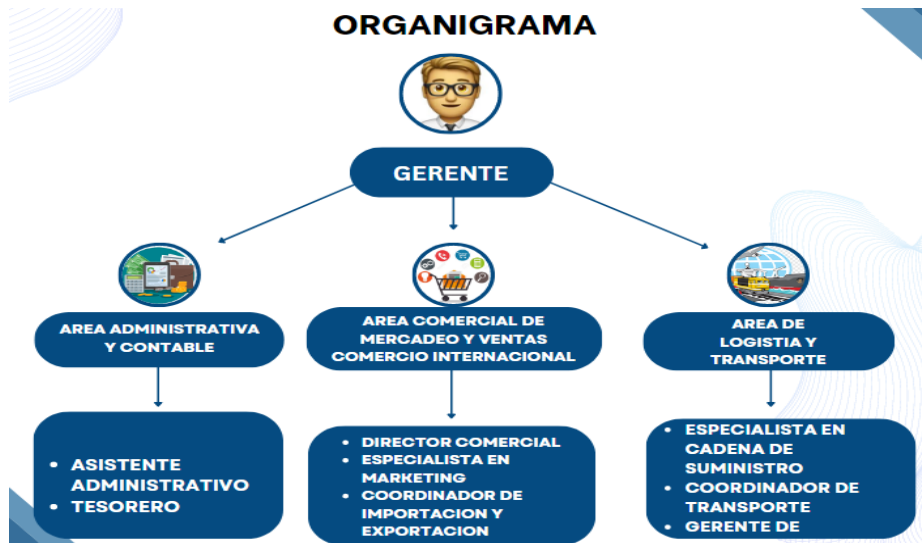
Los trabajadores deberán asistir a un curso de capacitación al momento de obtener su contratación.

En las facturas de contado serán pagadas en el momento de la entrega del producto, y la factura de crédito, se entregará copia de la misma con la firma de recibido del cliente.

Realizar nuestro trabajo con el mayor respeto y ética.

Fomentar valores a nuestros empleados para el mejoramiento de las relaciones laborales dentro de la empresa.

7.3.6 Organigrama Empresarial



7.3.7 Las Necesidades de Personal

Las necesidades del personal en la empresa se dan cuando se busca contratar un personal donde sea el más adecuado para cada posición, ya que esto implica un proceso de selección un poco estricto, esta necesidad surge desde el inicio de la empresa y se transforma constantemente ya que siempre se busca la mejora continua de los trabajadores

Por medio de la necesidad del personal se identifica lo que necesita la empresa en el caso de CARAMBOLA JT S.A.S conformado por un total de 8 vacantes

- 1 Asistente administrativo
- 1 Tesorero
- 1 Director comercial
- 1 Especialista en marketing
- 1 Coordinador de importaciones y exportaciones

- 1 Especialista en cadena de suministro
- 1 Coordinador de transporte
- 1 Gerente de logística

7.3.8 Perfiles y Funciones del Personal

	PERFIL DEL CARGO	CÓDIGO	JT - 25
		VERSIÓN	0
		FECHA APROBACIÓN	2025-03-27
		PÁGINA	1 de 8

CARAMBOLA JT S.A.S	MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES
I IDENTIFICACION	
Nombre del cargo:	Asistente administrativo
Dependencia:	Area administrativa y contable
No. de cargos	Uno (1)
Cargo del jefe Inmediato:	Gerente general
II. OBJETIVO PRINCIPAL	
Es la persona encargada de realizar tareas de apoyo administrativo, organizando y gestionando documentos, agendas, comunicándose con clientes y proveedores, y apoyando en tareas contables y de recursos humanos.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Organizar, clasificar, archivar y controlar la documentación de la empresa. ✓ Preparar informes, correspondencia y otros documentos. ✓ Realizar tareas como la facturación y gestión de pagos ✓ Apoyo en tareas de recursos humanos ✓ Redactar correos electrónicos y comunicaciones internas. ✓ Mantener una comunicación efectiva con el proveedor ✓ Conocimientos básicos de contabilidad. ✓ Capacidad para trabajar en equipo. ✓ Realizar el mantenimiento de la base de datos de la empresa. ✓ Gestionar el soporte técnico para el correcto funcionamiento de los recursos tecnológicos. 	
REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Carreras Técnico, tecnológico profesional en contabilidad.	Dos (2) años de experiencia
Salario \$1.800.000	Edad Personas entre 20 a 40 años, Responsable

	PERFIL DEL CARGO	CÓDIGO	JT - 25
		VERSIÓN	0
		FECHA APROBACIÓN	2025-03-27
		PÁGINA	2 de 8

CARAMBOLA JT S.A. S	MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES
I IDENTIFICACION	
Nombre del cargo:	Tesorero
Dependencia:	Área administrativa y contable
No. de cargos	Uno (1)
Cargo del jefe Inmediato:	Gerente general
II. OBJETIVO PRINCIPAL	
<p>Es la persona encargada de supervisar la gestión de las finanzas de la empresa, planifica, dirige, controlar y organiza las actividades relacionadas con las inversiones y los fondos de la empresa, supervisando las entradas y salidas de dinero.</p>	
DESCRIPCION DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestión de efectivo porque es aquella que supervisa el flujo de efectivo, administra las cuentas bancarias y realiza proyecciones ✓ Gestión de activos permite administrar los activos de la empresa como lo son las inversiones ✓ Planificación financiera elabora presupuestos y participa en la elaboración de estrategias financieras ✓ Informes financieros prepara informes y estados financieros para presentarlos a los dueños de la empresa. ✓ Optimización de la posición de caja maximiza la rentabilidad y minimiza los costos ✓ Identificar y evaluar los riesgos financieros que puedan afectar a la tesorería y la empresa ✓ Proyecciones de flujo de efectivo y presupuestos ✓ Participar en la elaboración de las estrategias financieras de la empresa, aportando conocimientos y experiencia. ✓ Control de pagos y cobros ✓ Tener en cuenta la liquidez de la caja. 	
REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Carreras Técnico, tecnológico profesional en contabilidad.	Dos (2) años de experiencia
Salario \$1.623.500	Edad Personas entre 23 a 35 años. Responsable

	PERFIL DEL CARGO	CÓDIGO	JT - 25
		VERSIÓN	0
		FECHA APROBACIÓN	2025-03-27
		PÁGINA	3 de 8

CARAMBOLA JT S.A.S	MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES
I IDENTIFICACION	
Nombre del cargo:	Director comercial
Dependencia:	Area comercial o de mercadeo y ventas comercio internacional
No. de cargos	Uno (1)
Cargo del jefe Inmediato:	Gerente general
II. OBJETIVO PRINCIPAL	
Es la persona encargada de planificar, dirigir y supervisar las actividades comerciales para alcanzar los objetivos de ventas, maximizar la rentabilidad y garantizar el crecimiento sostenible de la empresa	
DESCRIPCION DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fijar y cumplir los objetivos ✓ Capacidad para transmitir conceptos clave ✓ Motivar a los comerciales ✓ Establecer una buena relación con tu equipo de trabajo ✓ Conocer bien el mercado para planificar y organizar las ventas. ✓ Establecer política de los productos y servicios en colaboración con el marketing. ✓ Localizar problemas y resolverlos. ✓ Representar a la empresa. ✓ Participa en la negociación de contratos con clientes y proveedores. ✓ Asegurarse de que la estrategia comercial se implemente correctamente y que los objetivos de venta se cumplan. 	
REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Carrejas Técnico, tecnológico profesional en Marketing y Comercio internacional	Dos (2) años de experiencia
Salario \$2.800.000	Edad Personas entre 25 y 40 años, Responsable

	PERFIL DEL CARGO	CÓDIGO	JT - 25
		VERSIÓN	0
		FECHA APROBACIÓN	2025-03-27
		PÁGINA	4 de 8

E

CARAMBOLA JT S.A.S	MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES
I IDENTIFICACION	
Nombre del cargo:	Especialista en marketing
Dependencia:	Area comercial o de mercadeo y ventas comercio internacional
No. de cargos	Uno (1)
Cargo del jefe Inmediato:	Gerente general
II. OBJETIVO PRINCIPAL	
Es la persona encargada de desarrollar e implementar estrategias para promocionar productos y servicios teniendo en cuenta el análisis del mercado, identifica oportunidades y mejora la imagen, con el objetivo de aumentar las ventas y el crecimiento de la empresa.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollar la identidad de marca. ✓ Recopilar y analizar datos. ✓ Desarrollar la estrategia general de marketing. ✓ Supervisar y coordinar todas las actividades de marketing. ✓ Colaborar con todo el equipo comercial en la toma de decisiones estratégicas. ✓ Evaluar y mejorar constantemente las acciones de marketing. ✓ Investigar las necesidades del mercado y las tendencias del sector. ✓ Desarrollar estrategias de precios. ✓ Supervisar el ciclo de vida del producto. ✓ Analizar el rendimiento del producto en el mercado. 	
REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Carreras Técnico, tecnológico profesional en Marketing y Comercio internacional	Dos (2) años de experiencia
Salario \$1.900.000	Edad Personas entre 25 y 45 años, Responsable

	PERFIL DEL CARGO	CÓDIGO	JT - 25
		VERSIÓN	0
		FECHA APROBACIÓN	2025-03-27
		PÁGINA	5 de 8

T

CARAMBOLA JT S.A.S	MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES
I IDENTIFICACION	
Nombre del cargo:	Coordinador de importaciones y exportaciones
Dependencia:	Area comercial o de mercadeo y ventas comercio internacional
No. de cargos	Uno (1)
Cargo del jefe Inmediato:	Gerente general
II. OBJETIVO PRINCIPAL	
Es la persona encargada de gestionar el movimiento de mercancías a través de fronteras, coordinando con proveedores, transportistas y aduanas, asegurando el cumplimiento normativo y la optimización de los procesos	
DESCRIPCION DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asesorar en la preparación de ofertas y precios para los proveedores internacionales. ✓ Formar parte de la negociación de contratos con el proveedor y realizar los pedidos necesarios. ✓ Coordinar con el resto de departamentos que formen parte del proceso productivo. ✓ Asesorar, o coordinar, las operaciones logísticas que surjan con cada intercambio. ✓ Elaboración, registro y seguimiento de la documentación necesaria para las importaciones y exportaciones, incluyendo facturas, cartas de crédito y manifiestos. ✓ Coordinación y seguimiento de los trámites aduaneros, incluyendo el despacho de aduana tanto para importaciones como para exportaciones. ✓ Asegurar el cumplimiento de las regulaciones y leyes aduaneras, así como de otros requisitos legales relacionados con el comercio internacional. ✓ Controlar y seguir el estado de las importaciones y exportaciones, desde la elaboración del pedido hasta la entrega en destino. ✓ Elaborar informes detallados sobre las operaciones de importación y exportación, incluyendo información sobre costos, plazos y cumplimiento de metas. ✓ Explorar nuevos mercados y proveedores internacionales para optimizar la cadena de suministro. 	
REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Cameras Técnico, tecnológico profesional en Marketing y Comercio internacional	Dos (2) años de experiencia
Salario \$2.700.000	Edad Personas entre 22 y 50 años, Responsable

	PERFIL DEL CARGO	CÓDIGO	JT - 25
		VERSIÓN	0
		FECHA APROBACIÓN	2025-03-27
		PÁGINA	6 de 8

✚

CARAMBOLA JT S.A.S	MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES
I IDENTIFICACION	
Nombre del cargo:	Especialista en cadena de suministro
Dependencia:	Área de logística y transporte
No. de cargos	Uno (1)
Cargo del jefe Inmediato:	Gerente general
II. OBJETIVO PRINCIPAL	
Es la persona encargada optimizar el flujo de bienes y servicios, analizando datos, identificando áreas de mejora y proponiendo estrategias para aumentar la eficiencia y reducir costos.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Garantizar que las entregas se realicen rápidas y seguras. ✓ Coordinar las operaciones diarias de logística e inventarios. ✓ Identificar áreas de oportunidad y de problemáticas a partir del análisis de datos para realizar informes de seguimiento y comunicar hallazgos. ✓ Planificar proyectos de optimización de la cadena de suministro. ✓ Realiza la selección de proveedores, negocia contratos, controla el cumplimiento de las condiciones y asegura la calidad. ✓ Colabora en la planificación de la producción, considerando la demanda del mercado y la disponibilidad de recursos ✓ Analizar los procesos de la cadena de suministro para identificar áreas de mejora ✓ Trabaja en equipo con otros departamentos, se comunica con proveedores y clientes y mantiene una comunicación fluida para asegurar la eficiencia del proceso. ✓ Identifica y resuelve problemas que puedan afectar a la cadena de suministro ✓ Asegurar el cumplimiento de las normativas legales y de la empresa relacionadas con la cadena de suministro y las normativas de transporte 	
REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Carreras Técnico, tecnológico profesional en Logística y Transporte	Dos (2) años de experiencia
Salario \$1.900.000	Edad Personas entre 24 y 50 años, Responsable

	PERFIL DEL CARGO	CÓDIGO	JT - 25
		VERSIÓN	0
		FECHA APROBACIÓN	2025-03-27
		PÁGINA	7 de 8

CARAMBOLA JT S.A.S		MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES	
I IDENTIFICACION			
Nombre del cargo:		Coordinador de transporte	
Dependencia:		Area de logística y transporte	
No. de cargos		Uno (1)	
Cargo del jefe Inmediato:		Gerente general	
II. OBJETIVO PRINCIPAL			
Es la persona encargada de planificar, coordina y supervisar la logística de transporte, asegurando la entrega oportuna y eficiente del producto, gestionando rutas, transportistas y cumpliendo con regulaciones.			
DESCRIPCION DE FUNCIONES ESENCIALES			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar y coordinar las rutas de transporte para asegurar entregas eficientes. ✓ Coordinar la contratación de transportistas y proveedores de servicios logísticos. ✓ Realizar el seguimiento de los envíos y mantener actualizada la información de los clientes. ✓ Asegurar el embalaje adecuado al producto y el cumplimiento de los requisitos de transporte. ✓ Realizar y ejecutar diferentes planes de transporte ✓ Implementar nuevos procesos con el fin de mejorar la logística de transportes ✓ Controlar diferentes programas de registro de transportes y seguridad ✓ Informar y gestionar procesos de importación y exportación ✓ Realizar informes detallados sobre el proceso logístico y de transporte ✓ Controlar los gastos de transporte 			
REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA			
Estudios		Experiencia	
Carreras Técnico, tecnológico profesional en Logística y Transporte		Dos (2) años de experiencia	
Salario \$2.700.000		Edad Personas entre 25 y 50 años, Responsable	

	PERFIL DEL CARGO	CÓDIGO	JT - 25
		VERSIÓN	0
		FECHA APROBACIÓN	2025-03-27
		PÁGINA	8 de 8

CARAMBOLA JT S.A.S	MANUAL ESPECIFICO DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS LABORALES
I IDENTIFICACION	
Nombre del cargo:	Gerente de logística
Dependencia:	Area de logística y transporte
No. de cargos	Uno (1)
Cargo del jefe Inmediato:	Gerente general
II. OBJETIVO PRINCIPAL	
Es la persona encargada de realizar tareas de apoyo en la gestión de la cadena de suministro, incluyendo la recepción, almacenamiento y envío de mercancías, así como el control de inventarios y la gestión de documentación.	
DESCRIPCION DE FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestionar operaciones de flujo de productos y materiales. ✓ Supervisar equipos de trabajo dentro del área logística. ✓ Utilizar herramientas tecnológicas ✓ Controlar las operaciones de transporte y distribución. ✓ Mantener las relaciones con los vendedores y proveedores ✓ Llevar un registro de la calidad, la cantidad, los plazos de entrega, los costes de transporte y la eficiencia ✓ Resolver cualquier problema o queja que surja. ✓ Supervisar, asesorar y formar al personal. ✓ Cumplir objetivos de costes, productividad y puntualidad ✓ Cumplir las leyes, los reglamentos y los requisitos. 	
REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA	
Estudios	Experiencia
Carreras Técnico, tecnológico profesional en Logística y Transporte	Dos (2) años de experiencia
Salario \$2.800.000	Edad Personas entre 25 y 40 años, Responsable

8. El Plan Exportador

8.1 Régimen de Exportación

Exportación definitiva: En Colombia, la exportación definitiva está regulada por la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales), y es el proceso más común para vender productos (como frutas) al exterior de forma legal y permanente cumpliendo con todos los requisitos legales y tributarios para salir del territorio nacional.

8.2 Trámites del Proceso Exportador

Lo que se debe de hacer para exportar carambola de estrella en Colombia como fruta fresca son:

- Registrarse ante el ICA: Ya que este registro permite al exportador tener los certificados fitosanitarios.

 REPUBLICA DE COLOMBIA MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO ICA SUBGERENCIA DE PROTECCION VEGETAL DIRECCION TECNICA DE INOCUIDAD E INSUMOS AGRICOLAS	
DE ACUERDO CON LOS DECRETOS Y RESOLUCIONES VIGENTES SE CONCEDE EL REGISTRO DE VENTA N° 12566 DESDE 22/06/2021 CON VIGENCIA INDEFINIDA A: SOCIEDAD AGRICOLA MANARIA S.A.S. BIC NIT No. 901361164-6	
PARA VENDER EN EL TERRITORIO NACIONAL EL PRODUCTO DENOMINADO: AGROHUMICOL	
CON UNA COMPOSICIÓN GARANTIZADA DE:	
POTASIO SOLUBLE EN AGUA (K ₂ O).....	37.5 g/L
CARBONO DEL EXTRACTO HÚMICO TOTAL (CEHT).....	79 g/L
CARBONO DE ÁCIDOS HÚMICOS (CAH).....	60 g/L
CARBONO DE ÁCIDOS FÚLVICOS (CAF).....	19 g/L
SODIO (Na).....	0.56 g/L
SÓLIDOS INSOLUBLES.....	40 g/L
pH.....	11
DENSIDAD.....	1.13 g/cm ³
FUENTES: LEONARDITA E HIDRÓXIDO DE POTASIO. ADITIVOS: AGUA.	
PRODUCIDO Y DISTRIBUIDO POR: AGRÍCOLA MANARIA SAS BIC. Dirección: Finca Manaria vereda Centro Apure, Concepción Santander, Colombia. Teléfonos: 321 2240000 - 320 3245555. remequi@yahoo.com	
USO ESPECÍFICO: ACONDICIONADOR ORGÁNICO HÚMICO DE SUELOS PARA APLICACIÓN SEGUN RECOMENDACIONES DE UN INGENIERO AGRÓNOMO CON BASE EN ANÁLISIS DE SUELO. O DEL TEJIDO FOLIAR	
TIPO DE FORMULACIÓN: CONCENTRADO SOLUBLE	
EMPAQUE O ENVASE FRASCO PLÁSTICO POR 1 LITRO DE CONTENIDO NETO. BIDÓN PLÁSTICO POR 1 GALÓN Y 20 LITROS DE CONTENIDO NETO.	
 HERBERT JOAQUIN MATHEUS GOMEZ Subgerente de Protección Vegetal (E)	

- Una persona natural debe incluir el RUT, en actividad económica como razón social
- Trámites aduaneros como el VUCE, clasificar el producto con la posición arancelaria, contratar una agencia de aduana para que guíe todo el proceso
- En él envío tenemos la planificación logística de transporte desde el lugar de origen al país destino y asegurarme que la carambola cumpla con todos los requisitos de transporte
- Obtener el registro del predio para la producción y comercialización de la fruta ante el ICA
- Solicitar el certificado fitosanitario ya que esta depende de las exigencias del país destino de la fruta, si este no lo requiere puede solicitarse de manera voluntaria
- Certificado de inspección sanitaria es expedido por la autoridad sanitaria del puerto de salida

invima Registro de Usuarios
INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA

[Facebook] [Twitter] [LinkedIn]

Información del Usuario

Nombre Usuario*	<input type="text"/>
Campo*	<input type="text"/>
Tipo de Identificación*	Definición Tipo...
Número de Identificación*	<input type="text"/>

Información de Perfil

Apellido*	<input type="text"/>
Correo*	<input type="text"/>
Confirmación*	<input type="text"/>
Profesión*	<input type="text"/>
Responsable*	<input type="text"/>

Para la clave se requieren mínimo 8 caracteres y máximo 50. No debe contener caracteres especiales, tenga al menos mayúsculas y minúsculas, dígitos y una tilde y no contenga caracteres especiales. En caso de olvido de clave existe el botón password para obtener una nueva clave.

Información Nacional

El código "00" es una persona jurídica. El impuesto depende de que el campo nombre

Nombre o Razón Social*	<input type="text"/>
Identificación*	<input type="text"/>
Nacionalidad*	País de Origen SI OTRO, OTRA <input type="text"/>
Requisitos Legales (Principales de Comercio Exterior)*	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO

8.2.1 Posición Arancelaria

Capítulo – Partida arancelaria – Subpartida arancelaria – Posición arancelaria

La nomenclatura para este producto es 0810.90.90.90 - Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías. Las demás frutas u otros frutos, frescos.

CAPÍTULO 08

Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías

0810

Las demás frutas u otros frutos, frescos.

DIAN - MUISCA - ARANCEL		Perfil de la mercancía					
Consultas Arancel							
General		DATOS GENERALES					
Por medidas	Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
Por código de nomenclatura	ARIAN	0810.90.90.90			12-jul-2007	...	
Estructura nomenclatura	Descripción	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías Las demás frutas u otros frutos, frescos. - Los demás: - - Los demás - - - Los demás			12-jul-2007	...	
Índice alfabético arancelario	Unidad física	kg - Kilogramo			12-jul-2007	...	
Reglas generales de la nomenclatura							
▶ Por texto							

8.2.2 Permisos Previos y/o Vistos Buenos

País de origen (Colombia)

Procedimiento de vistos buenos

-Certificado fitosanitario - Instituto Colombiano Agropecuario

El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia emite el Certificado Fitosanitario que asegura que las carambolas están libres de plagas o enfermedades que puedan afectar la agricultura en EE.UU. El certificado debe ser emitido previo al embarque y puede requerir inspección de los cultivos antes de la exportación.

-Registro ante el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA)

El INVIMA es la autoridad encargada de certificar que los productos alimenticios sean seguros para el consumo y estén libres de contaminantes.

El productor o emparador debe estar registrado ante INVIMA para exportar productos alimenticios a EE.UU.

País destino (EE. UU)

- Cumplimiento de las Normas de la FDA

FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos de EE.UU.): La FDA establece que los productos alimenticios importados deben cumplir con los estándares de seguridad alimentaria. El importador en EE.UU. debe estar registrado con la FDA.

-Permisos del Servicio de Inspección y Cuarentena Animal y Vegetal (APHIS)

APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service) es parte del Departamento de Agricultura de EE.UU. y establece los requisitos fitosanitarios para la importación de productos agrícolas. En algunos casos, se debe obtener permiso específico de APHIS para exportar frutas como la carambola.

-Cumplimiento con la Ley de Inocuidad Alimentaria (FSMA)

La FSMA (Food Safety Modernization Act) regula la seguridad alimentaria de los productos importados a EE.UU.

Los exportadores deben cumplir con las normativas de control de riesgos, que incluyen buenas prácticas de manufactura, almacenamiento y transporte, para garantizar que las frutas no estén contaminadas.

8.2.3 Términos de Negociación

Los Incoterms son un conjunto de normas internacionales diseñadas para facilitar el entendimiento en las operaciones de compraventa internacional. Estas reglas

establecen las responsabilidades de vendedor y comprador en cuanto a las gestiones necesarias para que un producto llegue a su destino, así como el reparto de los costes y riesgos asociados al transporte.

La empresa utilizará el término de negociación EXW (Ex Works - en fábrica), lo que implica que el vendedor cumple con su obligación de entrega al poner la mercancía a disposición del comprador en sus propias instalaciones o en otro lugar convenido (fábrica, almacén, etc.). A partir de ese momento, el comprador asume todos los costes y riesgos relacionados con el transporte y la exportación de la mercancía.



OBLIGACIONES DEL VENDEDOR	OBLIGACIONES DEL COMPRADOR
<ul style="list-style-type: none"> ● El vendedor debe suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa, así como cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir el contrato. ● El vendedor debe prestar al comprador la ayuda precisa para obtener cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial necesaria para exportar la mercancía. ● El vendedor debe poner la mercancía a disposición del comprador en el lugar de entrega convenido sin cargar el vehículo receptor en la fecha acordada.. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pagar el precio según lo previsto en el contrato de compraventa. ● Obtener las licencias de exportación e importación o cualquier autorización oficial y llevar a cabo los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías. ● Recibir la entrega de la mercancía cuando haya sido entregada.

8.2.4 Agente de Carga y/o Tipo de Transporte

El tipo de transporte será vía aérea, ya que este transporte es también muy utilizado en el comercio internacional porque nos brinda una rapidez, seguridad y capacidad para acceder a distintos países y como producto perecedero nos conservaría la calidad de nuestra fruta.

No presentamos cotización Internacional debido a que el término de negociación es EXW dónde como vendedor se pone nuestro producto con empaque, embalaje y se le dice al comprador cuando estaría lista la carga para que el programe la llevada de la mercancía a partir de allí el cumpliría con todos los costos logísticos de aduana y los trámites de exportación.

8.2.5 Medio de Pago

Crédito 90 días: Es una modalidad de pago en la que el comprador recibe los bienes o servicios de un proveedor y tiene un plazo de 90 días desde la fecha de factura para realizar el pago. Esto significa que los proveedores reciben el pago de sus productos o servicios dentro de ese período.

8.2.6 El Contrato de Exportación

CONTRATO DE EXPORTACIÓN

Este contrato de EXPORTACIÓN se celebra por una parte la empresa CARAMBOLA JT S.A.S. representada en este acto por Tatiana Collazos Giraldo por la otra la empresa NATIONAL PRODUCE MIAMI GARDEN Representada por Sebastián Rojas López a quienes en lo sucesivo se les denominará "El vendedor" y "El comprador" respectivamente de acuerdo con las siguientes declaraciones y cláusulas:

DECLARACIONES DECLARA "EL VENDEDOR"

- I. Que es una sociedad legalmente constituida de conformidad con las leyes de la República de Colombia según consta en la escritura octubre 15 de 1984.
- II. Que dentro del objeto social se encuentran entre otras actividades la comercialización, importación y exportaciones de Inversiones CARAMBOLA JT S.A.S.

- III. Que cuenta con la capacidad, conocimientos, experiencia y personal adecuado para realizar las actividades a que se refiere la declaración que antecede.
- IV. Que la señorita Sandra Pérez, Gerente financiero, es su legítimo representante y en consecuencia se encuentra debidamente facultado para suscribir el presente instrumento y obligar a su representada en los términos del mismo.
- V. Que tiene su domicilio en calle 5 #23-30 mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

DECLARA EL COMPRADOR:

- I. Que es una empresa constituida de acuerdo con las leyes de Estados Unidos y que se dedica entre otras actividades a la comercialización e importación de los productos a que refiere la declaración de "El vendedor"
- II. Que conoce las características y especificaciones de los productos objeto del presente contrato.
- III. Que el Señor Sebastián Rojas Lopez, Gerente es su legítimo representante y está facultado para suscribir este contrato.

- IV. Que tiene su domicilio en 2151 NW 13TH AVE SUITE 3 #33, MIAMI FL 33142 mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar

AMBAS PARTES DECLARAN:

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

CLÁUSULAS.

PRIMERA.

- OBJETO DEL CONTRATO.

Por medio de este instrumento "El vendedor" se obliga a vender y "El comprador " a adquirir 4.800 kg CARAMBOLA DE ESTRELLA, en perfectas condiciones

SEGUNDA.

- PRECIO.

El precio de los productos objeto de éste contrato que "El comprador" se compromete a pagar será la cantidad de 11.462 EXW .Ambas partes se comprometen a renegociar el precio antes pactado, cuando éste sea afectado por variaciones en el mercado internacional o por condiciones económicas, políticas y sociales extremas en el país de origen o en el de destino, en perjuicio de las partes.

TERCERA.

- FORMA DE PAGO.

"El comprador" se obliga a pagar a "el vendedor" el precio pactado en la cláusula anterior, mediante Carta de crédito 90 días, de los siguientes documentos: Factura detallada, Formato de Entrega, Copia de envío. De conformidad con lo pactado en el párrafo anterior, "El comprador", se compromete a realizar las gestiones correspondientes, a fin de que se realicen los trámites necesarios para su cancelación en las condiciones señaladas. Los gastos que se originen por la apertura y manejo de la carta de crédito o sistema de pago convenido serán por cuenta del comprador".

CUARTA.

- ENVASE Y EMBALAJE DE LAS MERCANCÍAS.

" El vendedor" se obliga a entregar las mercancías objeto de este contrato, en el lugar señalado en la cláusula segunda, cumpliendo con las especificaciones siguientes: Carambola de estrella, empacadas de a 240 en cajas.

QUINTA.

- FECHA DE ENTREGA.

"El vendedor se obliga a entregar las mercancías a que se refiere este contrato dentro de los 20 días, contados a partir de la fecha de confirmación por escrito del pedido y convenido el sistema de pago previsto en la cláusula tercera.

SEXTA.

- PATENTES Y MARCAS.

"El vendedor" declara y " El comprador" reconoce que los productos objeto de este contrato se encuentran debidamente registrados al amparo de la patente carambola de estrella. Así mismo "El comprador " se compromete a notificar al "Vendedor", tan pronto tenga conocimiento, de cualquier violación o uso indebido de dicha patente o marca, a fin de que "el vendedor" pueda ejercer los derechos que legalmente le correspondan.

SÉPTIMA.

- VIGENCIA DEL CONTRATO.

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

OCTAVA.

- RESCISIÓN POR INCUMPLIMIENTO.

Ambas partes podrán rescindir este contrato en caso de que una de ellas incumpla sus obligaciones y se abstenga de tomar medidas necesarias para reparar el incumplimiento dentro de los 15 días siguientes al aviso, notificación o requerimiento que la otra parte le haga en el sentido de que proceda a reparar el

incumplimiento de que se trate, la parte que ejercite su derecho a la rescisión deberá dar aviso a la otra, cumplido el término a que se refiere el inciso anterior.

NOVENA.

- INSOLVENCIA.

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

DÉCIMA.

- SUBSISTENCIA DE LAS OBLIGACIONES.

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

DÉCIMA-PRIMERA.

- CESIÓN DE DERECHOS Y OBLIGACIONES.

Ninguna de las partes podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos ni las obligaciones derivadas de este contrato, salvo acuerdo establecido por escrito previamente.

DÉCIMA-SEGUNDA.

- LÍMITE DE LA RESPONSABILIDAD CONTRACTUAL.

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

DÉCIMA -TERCERA

- LEGISLACIÓN APLICABLE.

En todo lo convenido y en lo que se encuentre expresamente previsto, éste contrato se regirá por las leyes vigentes en la República de Colombia, particularmente lo dispuesto en la "Convención de Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías" y, en su defecto, por los usos y prácticas comerciales reconocidas por éstas.

DÉCIMA-CUARTA.

- ARBITRAJE.

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

Se firma este contrato en la ciudad de Cali a los 09 días del mes de Mayo de, 2025

VENDEDOR

COMPRADOR

CARAMBOLA JT S.A.S

NATIONAL PRODUCE MIAMI GARDEN

Tatiana Collazos

Sebastián Rojas

c/c 1106 513 446

c/c 1114350468

FIRMADO DIGITALMENTE

FIRMADO DIGITALMENTE

8.2 El Proceso General de una Exportación



Documentos:

Documento de transporte

Factura comercial

Lista de empaque

Vistos buenos

Certificado de Origen

Carta de responsabilidad

Declaraciones de exportación

Declaración de cambio (para reintegro de divisas)

Pólizas

Factura de flete

Política de gestión de residuos: Establecer mecanismos para reducir, reciclar y disponer adecuadamente los residuos generados por la empresa.

Política de educación ambiental: Se busca fomentar la conciencia ambiental en la población promoviendo practicas sostenibles.

Políticas de producción sostenible: Estas políticas buscan promover practicas productivas que minimicen el impacto ambiental y social.

Uso eficiente de recursos: Implementar medidas para usar de manera eficiente el agua y la energía

Uso de energías renovables: Implementar el uso de energía 100% renovable en las operaciones para reducir la huella de carbono.

Salud y seguridad laboral: Garantizar un ambiente de trabajo seguro y saludable para todos los empleados.

Ética y transparencia: Implementar políticas anticorrupción y de transparencia en todas las operaciones.

Seguridad del producto: Garantizar que el producto sea seguro para los consumidores.

Las políticas de responsabilidad social y ambiental son importantes en el trabajo de exportación de carambola de estrella en el cual se demuestra el compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible y para obtener una imagen positiva frente al mercado internacional. Se tiene en cuenta lo siguiente:

- La selección del proveedor en la cual cumpla con los estándares de responsabilidad social y ambiental
- Implementar prácticas que regulen el impacto ambiental, como el uso de energías renovables, el reciclaje y la gestión responsable de residuos.
- La manipulación de embalajes eco-amigables y mejorar la logística reduciendo las emisiones de carbono.
- Se tiene presente la certificación ISO 14001 que se enfoca en controlar el impacto de la empresa en el medio ambiente.

9. El Estudio Económico y Financiero

9.1.1 Los Gastos Pre Operativos

<i>CARAMBOLA JT SA.S</i>	
PRESUPUESTO DE GASTOS PREOPERATIVOS	
CONCEPTO O DETALLE DEL GASTO	VALOR PRESUPUESTADO
Estudio de Factibilidad	1.000.000
Gastos Notariales	500.000
Gastos de Registro en Cámara de Comercio.	1.250.000
Honorarios Asesorías Profesionales	3.000.000
Gastos de Instalación y Montaje (adecuación)	0
Publicidad de Impacto	0
Otros Gastos Legales: Uso del Suelo, Sayco y acinpro, Bomberos, Permisos, Licencias, etc.	1.800.000
Gastos de selección del personal	0
Capacitaciones y Cursos de Inducción a Personal	500.000
Gastos de Papelería	200.000
Gastos de transportes y diligencias	450.000
Diversos e Imprevistos	800.000
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	9.500.000
<i>CARAMBOLA JT SA.S</i>	
AMORTIZACION DEL GASTO PRE OPERATIVO - DIFERIDO	
Total del Gasto Diferido	9.500.000
Período de Amortizacion en Años (Periodo de Evaluación)	5
Total Amortizacion por cada Año del Periodo de Evaluación	1.900.000
Total Amortizacion por mes o Amortización Mensual	158.333

9.1.2 Las Inversiones Fijas

CARAMBOLA JT SA.S			
PRESUPUESTO DE INVERSIONES FIJAS			
1. EQUIPO DE OFICINA, DE COMPUTO Y MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCION DEL ACTIVO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador de Mesa	3	1.750.000	5.250.000
Computador Portatil	6	1.900.000	11.400.000
Escritorios	8	350.000	2.800.000
Sillas para Computador	0	0	0
Sillas para Escritorio	8	100.000	800.000
Mesas para Computador	0	0	0
Impresora	2	1.000.000	2.000.000
Fotocopiadora	0	0	0
Aire Acondicionado	0	0	0
Mesa de Juntas	1	650.000	650.000
Sillas para mesa de juntas	8	100.000	800.000
Telefonos	3	1.300.000	3.900.000
Estanterías	0	0	0
Archivador	3	300.000	900.000
Vitrinas	0	0	0
Otros activos fijos depreciables			0
			0
			0
			0
			0
TOTAL EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y OTROS			28.500.000
CARAMBOLA JT SA.S			
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			
Total Equipo de Oficina, Computo y Muebles y Enseres		28.500.000	
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea Recta)		5	
Valor del Gasto por Depreciación Anual		5.700.000	
Valor del Gasto por Depreciación Mensual		475.000	

9.1.3 El Capital de Trabajo

<i>CARAMBOLA JT SA.S</i>			
PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO			
TIPO DE GASTO	VALOR MENSUAL	MESES A FINANCIAR	VALOR TOTAL
Honorarios Profesionales	1.300.000	3	3.900.000
Servicios publicos	700.000	3	2.100.000
Arrendamientos	1.200.000	3	3.600.000
Servicios de vigilancia	0	0	0
Copias, fotocopias	200.000	3	600.000
Servicio de cafeteria y casino	150.000	3	450.000
Servicios temporales	450.000	3	1.350.000
Servicio generales: Aseo y varios	150.000	3	450.000
Servicio de telefonia e internet	150.000	3	450.000
Gastos Legales	250.000	3	750.000
Mantenimiento y Reparaciones	250.000	3	750.000
Papelería y utiles de oficina	150.000	3	450.000
Transportes y Fletes	2.800.000	3	8.400.000
Diversos y otros gastos generales	700.000	3	2.100.000
Nómina	18.223.500	3	54.670.500
Compra de Inventarios	25.000.000	3	75.000.000
TOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO			155.020.500

9.1.4 La Composición del Capital

CARAMBOLA JT SA.S

TOTAL INVERSIONES PRELIMINARES - CAPITAL SEMILLA	
Total de los Gastos Pre Operativos	9.500.000
Total de las inversiones Fijas	28.500.000
Total del Capital de Trabajo	155.020.500
TOTAL DE LAS INVERSIONES PRELIMINARES	193.020.500

CARAMBOLA JT SA.S

COMPOSICION DEL CAPITAL - SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFICADA			
Concepto	No Acciones	Vr. Nominal	Vr. Total
Capital Autorizado	386.041	1.000	386.041.000
Capital Suscrito	289.531	1.000	289.530.750
Capital Suscrito Por Cobrar	96.510	1.000	96.510.250
Capital Suscrito y Pagado	193.021	1.000	193.020.500

9.2 El Balance General de Constitución

<i>CARAMBOLA JT SA.S</i>		
BALANCE GENERAL DE CONSTITUCION O DE APERTURA		
Fecha: 2025-05-22		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
DISPONIBLE		
Caja		155.020.500
INVENTARIOS		
Inventario de Producto		
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE		155.020.500
ACTIVO NO CORRIENTE		
ACTIVO FIJO		
Equipo de Oficina y Otros Activos		28.500.000
DIFERIDOS		
CARGOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos		9.500.000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		38.000.000
TOTAL DEL ACTIVO		193.020.500
PASIVO Y PATRIMONIO		
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aporte de los Inversionistas		193.020.500
TOTAL DEL PATRIMONIO		193.020.500
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		193.020.500

9.3.1 La Producción Exportable

CARAMBOLA JT SA.S

PROYECCION VOLUMEN DE PRODUCCION COMERCIALIZABLE CON EL EXTERIOR							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (KGRS)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
CARAMBOLA DE ESTRELLA	4.800	3	14.400	15.120	15.876	16.829	17.838
TASA DE CREMIENTO O DE VARIACION ANUAL DE LA PRODUCCION EXPORTABLE				5,00%	5,00%	6,00%	6,00%

9.3.2.1 Costos Directos

CARAMBOLA JT SA.S

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
CARAMBOLA DE ESTRELLA	4.800	3	143.578.361	158.528.817	175.036.026	195.102.682	217.469.838
COSTO UNITARIO			9.971	10.485	11.025	11.594	12.191
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			5,16%	5,16%	5,16%	5,16%	5,16%

9.3.2.2 Costos de Personal

CARAMBOLA JT SA.S

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

CARAMBOLA JT SA.S

NOMINA DE PERSONAL ÁREA DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
Gerente de logística	2.600.000	200.000	2.800.000	611.240	663.000	4.074.240	48.890.880
Coordinador de transporte	2.500.000	200.000	2.700.000	589.410	637.500	3.926.910	47.122.920
Especialista en cadena de suministro	1.700.000	200.000	1.900.000	414.770	433.500	2.748.270	32.979.240
			0	0	0	0	0
TOTAL	6.800.000	600.000	7.400.000	1.615.420	1.734.000	10.749.420	128.993.040

CARAMBOLA JT SA.S

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 DIECISIETE AÑOS.

Año 2025	9,50%
Año 2024	12,07%
Año 2023	16,00%
Año 2022	10,07%
Año 2021	3,50%
Año 2020	6,00%
Año 2019	6,00%
Año 2018	5,90%
Año 2017	7,00%
Año 2016	7,00%
Año 2015	4,60%
Año 2014	4,50%
Año 2013	4,02%
Año 2012	5,81%
Año 2011	4,00%
Año 2010	3,64%
Año 2009	7,67%
TOTAL SUMATORIA	117,28%
TOTAL PROMEDIO	6,90%

CARAMBOLA JT SA.S

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

DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nomina Administración	59.302.111	63.393.259	67.766.648	72.441.749	77.439.377
Nómina Area Comercial	128.993.040	137.892.042	147.404.971	157.574.180	168.444.944
Area de Logística	128.993.040	137.892.042	147.404.971	157.574.180	168.444.944
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	317.288.191	339.177.343	362.576.589	387.590.108	414.329.266

9.3.2.3 Gastos Generales de Producción

<i>CARAMBOLA JT S.A.S</i>							
PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL ÁREA DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	ÁREA DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	1.300.000	33,00%	5.148.000	5.413.379	5.692.439	5.985.884	6.294.457
Servicios publicos	700.000	33,00%	2.772.000	2.914.897	3.065.160	3.223.168	3.389.323
Arrendamientos	1.200.000	33,00%	4.752.000	4.996.966	5.254.559	5.525.432	5.810.268
Servicios de vigilancia	0	0,00%	0	0	0	0	0
Copias, fotocopias	200.000	30,00%	720.000	757.116	796.145	837.187	880.344
Servicio de cafetería y casino	150.000	30,00%	540.000	567.837	597.109	627.890	660.258
Servicios temporales	450.000	33,00%	1.782.000	1.873.862	1.970.460	2.072.037	2.178.850
Servicio generales: Aseo y varios	150.000	33,00%	594.000	624.621	656.820	690.679	726.283
Servicio de telefonía e internet	150.000	40,00%	720.000	757.116	796.145	837.187	880.344
Gastos Legales	250.000	33,00%	990.000	1.041.035	1.094.700	1.151.132	1.210.472
Mantenimiento y Reparaciones	250.000	33,00%	990.000	1.041.035	1.094.700	1.151.132	1.210.472
Outsourcing conatable	1.400.000	33,00%	5.544.000	5.829.793	6.130.319	6.446.337	6.778.646
Papelería y útiles de oficina	150.000	30,00%	540.000	567.837	597.109	627.890	660.258
Transportes y Fletes	2.800.000	55,00%	18.480.000	19.432.644	20.434.397	21.487.790	22.595.486
Depreciación de Activos	475.000	20,00%	1.140.000	1.140.000	1.140.000	1.140.000	1.140.000
Amortización Diferidos	158.333	33,00%	627.000	627.000	627.000	627.000	627.000
Diversos y otros gastos generales	700.000	33,00%	2.772.000	2.914.897	3.065.160	3.223.168	3.389.323
TOTAL DEL GASTO	10.483.333		48.111.000	50.500.033	53.012.221	55.653.912	58.431.783

9.4 Los Gastos Generales

9.4.1 La Distribución de los Gastos Comunes

INDICADOR DE PROYECCION DEL GASTO. PROMEDIO DEL INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DE LOS ULTIMOS CATORCE 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	7,18%
2025	
SUMATORIA	72,17%
PROMEDIO	5,16%

CARAMBOLA JT S.A.S

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS GASTOS GENERALES COMUNES A LAS AREAS EMPRESARIALES

DETALLE O TIPO DE GASTO DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	ÁREA ADMINISTRATIVA Y CONTABLE	ÁREA COMERCIAL O DE MERCADEO Y VENTAS COMERCIO INTERNACIONAL	ÁREA DE LOGÍSTICA Y TRANSPORTE	TOTAL PORCENTAJE
Honorarios Profesionales	1.300.000	35,00%	33,00%	32,00%	100,00%
Servicios publicos	700.000	35,00%	33,00%	32,00%	100,00%
Arrendamientos	1.200.000	35,00%	33,00%	32,00%	100,00%
Servicios de vigilancia	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Copias, fotocopias	200.000	50,00%	30,00%	20,00%	100,00%
Servicio de cafeteria y casino	150.000	40,00%	30,00%	30,00%	100,00%
Servicios temporales	450.000	35,00%	33,00%	32,00%	100,00%
Servicio generales: Aseo y varios	150.000	35,00%	33,00%	32,00%	100,00%
Servicio de telefonia e internet	150.000	40,00%	40,00%	20,00%	100,00%
Gastos Legales	250.000	35,00%	33,00%	32,00%	100,00%
Mantenimiento y Reparaciones	250.000	35,00%	33,00%	32,00%	100,00%
Outsourcing contable	1.400.000	34,00%	33,00%	33,00%	100,00%
Papelería y utiles de oficina	150.000	50,00%	30,00%	20,00%	100,00%
Transportes y Fletes	2.800.000	20,00%	55,00%	25,00%	100,00%
Depreciación de Activos	475.000	60,00%	20,00%	20,00%	100,00%
Amortización Diferidos	158.333	35,00%	33,00%	32,00%	100,00%
Diversos y otros gastos generales	700.000	35,00%	33,00%	32,00%	100,00%
TOTAL PRESUPUESTO MES	10.483.333				

9.4.2 Los Gastos de Administración

<i>CARAMBOLA JT S.A.S</i>							
PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL AREA ADMINISTRATIVA, CONTABLE PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	% DE PRORRATA AREA ADMINISTRATIVA Y CONTABLE	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	1.300.000	35,00%	5.460.000	5.741.463	6.037.435	6.348.665	6.675.939
Servicios publicos	700.000	35,00%	2.940.000	3.091.557	3.250.927	3.418.512	3.594.736
Arrendamientos	1.200.000	35,00%	5.040.000	5.299.812	5.573.017	5.860.306	6.162.405
Servicios de vigilancia	0	0,00%	0	0	0	0	0
Copias, fotocopias	200.000	50,00%	1.200.000	1.261.860	1.326.909	1.395.311	1.467.239
Servicio de cafeteria y casino	150.000	40,00%	720.000	757.116	796.145	837.187	880.344
Servicios temporales	450.000	35,00%	1.890.000	1.987.430	2.089.881	2.197.615	2.310.902
Servicio generales: Aseo y varios	150.000	35,00%	630.000	662.477	696.627	732.538	770.301
Servicio de telefonía e internet	150.000	40,00%	720.000	757.116	796.145	837.187	880.344
Gastos Legales	250.000	35,00%	1.050.000	1.104.128	1.161.045	1.220.897	1.283.834
Mantenimiento y Reparaciones	250.000	35,00%	1.050.000	1.104.128	1.161.045	1.220.897	1.283.834
outsourcin contable	1.400.000	34,00%	5.712.000	6.006.454	6.316.086	6.641.681	6.984.059
Papelería y utiles de oficina	150.000	50,00%	900.000	946.395	995.182	1.046.483	1.100.429
Transportes y Fletes	2.800.000	20,00%	6.720.000	7.066.416	7.430.690	7.813.742	8.216.540
Depreciación de Activos	475.000	60,00%	3.420.000	3.420.000	3.420.000	3.420.000	3.420.000
Amortización Diferidos	158.333	35,00%	665.000	665.000	665.000	665.000	665.000
Diversos y otros gastos generales	700.000	35,00%	2.940.000	3.091.557	3.250.927	3.418.512	3.594.736
PRESUPUESTO MENSUAL	10.483.333		41.057.000	42.962.907	44.967.063	47.074.533	49.290.643

9.4.2.1 Gastos de Personal y su Proyección

<i>CARAMBOLA JT SA.S</i>							
NOMINA DE PERSONAL ÁREA ADMINISTRATIVA Y CONTABLE							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL 21,83%	CARGA PARAFISCAL 25,50%	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
Asistente administrativo	1.600.000	200.000	1.800.000	392.940	408.000	2.600.940	31.211.280
Tesorero	1.423.500	200.000	1.623.500	354.410	362.993	2.340.903	28.090.831
			0	0	0	0	0
TOTAL	3.023.500	400.000	3.423.500	747.350	770.993	4.941.843	59.302.111

CARAMBOLA JT SA.S

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO					
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nomina Administración	59.302.111	63.393.259	67.766.648	72.441.749	77.439.377
Nómina Area Comercial	128.993.040	137.892.042	147.404.971	157.574.180	168.444.944
Area de Logística	128.993.040	137.892.042	147.404.971	157.574.180	168.444.944
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	317.288.191	339.177.343	362.576.589	387.590.108	414.329.266

9.4.3.1 Gastos de Personal y su Proyección

CARAMBOLA JT SA.S

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO					
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nomina Administración	59.302.111	63.393.259	67.766.648	72.441.749	77.439.377
Nómina Area Comercial	128.993.040	137.892.042	147.404.971	157.574.180	168.444.944
Area de Logística	128.993.040	137.892.042	147.404.971	157.574.180	168.444.944
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	317.288.191	339.177.343	362.576.589	387.590.108	414.329.266

9.4.3.2 Gastos Generales de Comercialización y Ventas

<i>CARAMBOLA JT S.A.S</i>							
PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DE ÁREA COMERCIAL O DE MERCADEO Y VENTAS COMERCIO INTERNACIONAL PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	ÁREA COMERCIAL O DE MERCADEO Y VENTAS COMERCIO INTERNACIONAL	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	1.300.000	32,00%	4.992.000	5.249.338	5.519.941	5.804.494	6.103.716
Servicios publicos	700.000	32,00%	2.688.000	2.826.566	2.972.276	3.125.497	3.286.616
Arrendamientos	1.200.000	32,00%	4.608.000	4.845.542	5.095.330	5.357.994	5.634.199
Servicios de vigilancia	0	0,00%	0	0	0	0	0
Copias, fotocopias	200.000	20,00%	480.000	504.744	530.764	558.124	586.896
Servicio de cafeteria y casino	150.000	30,00%	540.000	567.837	597.109	627.890	660.258
Servicios temporales	450.000	32,00%	1.728.000	1.817.078	1.910.749	2.009.248	2.112.825
Servicio generales: Aseo y varios	150.000	32,00%	576.000	605.693	636.916	669.749	704.275
Servicio de telefonía e internet	150.000	20,00%	360.000	378.558	398.073	418.593	440.172
Gastos Legales	250.000	32,00%	960.000	1.009.488	1.061.527	1.116.249	1.173.791
Mantenimiento y Reparaciones	250.000	32,00%	960.000	1.009.488	1.061.527	1.116.249	1.173.791
Outsourcing Conatable	1.400.000	33,00%	5.544.000	5.829.793	6.130.319	6.446.337	6.778.646
Papelería y utiles de oficina	150.000	20,00%	360.000	378.558	398.073	418.593	440.172
Transportes y Fletes	2.800.000	25,00%	8.400.000	8.833.020	9.288.362	9.767.177	10.270.675
Depreciación de Activos	475.000	20,00%	1.140.000	1.140.000	1.140.000	1.140.000	1.140.000
Amortización Diferidos	158.333	32,00%	608.000	608.000	608.000	608.000	608.000
Diversos y otros gastos generales	700.000	32,00%	2.688.000	2.826.566	2.972.276	3.125.497	3.286.616
PRESUPUESTO MENSUAL	10.483.333		36.632.000	38.430.270	40.321.241	42.309.692	44.400.647

<i>CARAMBOLA JT SA.S</i>							
NOMINA DE PERSONAL ÁREA COMERCIAL O DE MERCADEO Y VENTAS COMERCIO INTERNACIONAL							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
Director comercial o jefe de ventas	2.600.000	200.000	2.800.000	611.240	663.000	4.074.240	48.890.880
Especialista en marketing	1.700.000	200.000	1.900.000	414.770	433.500	2.748.270	32.979.240
Coordinador de importaciones y exportaciones	2.500.000	200.000	2.700.000	589.410	637.500	3.926.910	47.122.920
			0	0	0	0	0
TOTAL	6.800.000	600.000	7.400.000	1.615.420	1.734.000	10.749.420	128.993.040

9.4.3.3 Los Gastos del Proceso Exportador

CARAMBOLA JT SA.S							
PROYECCION DE LOS COSTOS y/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
CARAMBOLA DE ESTRELLA	4.800	3	2.940.084	3.092.274	3.252.342	3.453.273	3.666.618
Gastos del Proceso Exportador (Costos de la Exportación)			204,17	204,52	204,86	205,20	205,55
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			0,1680%	0,1680%	0,1680%	0,1680%	0,1680%



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

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

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I	PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial	Averrhoa carambola	Campos Modificables		
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	0810.90.90.90	Campos con Formulas		
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	III	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	81090	DIVISA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL		DÓLAR AMERICANO
	IV	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	Kg	VALOR DE LA DIVISA A LA FECHA		VALOR TIPO DE CAMBIO
	V	TIPO DE EMPAQUE	Caja carton corrugado	TASA DE VARIACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO		
		VALOR POR UNIDAD COMERCIAL	2,34			
		DIMENSIONES DEL EMPAQUE m	10 cm x 6 cm			
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	VI	ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	Aeropuerto alfonso bonilla aragón	Septiembre 30 de 2024	4.164,21	
	VII	DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	Aeropuerto internacional de miami	Octubre 31 de 2024	4.413,46	5,9855%
	VIII	PESO TOTAL KG/TON	4.8	Noviembre 30 de 2024	4.419,59	0,1389%
	IX	UNIDAD DE CARGA	10 pallets	Diciembre 31 de 2024	4.409,15	-0,2362%
	X	UNIDADES COMERCIALES	4800	Enero 31 de 2025	4.170,01	-5,4237%
	XI	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	24 m ³	Febrero 28 de 2025	4.120,11	-1,1966%
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XII	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	Exw	Marzo 31 de 2025	4.192,57	1,7587%
	XIII	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	Crédito 90 días	Abril 30 de 2025	4.198,83	0,1493%
	XIV	TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	\$	VALOR TASA O TIPO DE CAMBIO PROMEDIO		TASA DE VARIACIÓN PROMEDIO DEL TIPO DE CAMBIO
			4.261	4.260,991250	4.260,991250	0,1680%

CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN	MARÍTIMO			AÉREO			TERRESTRE		TIEMPO (DÍAS)
	Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)	Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)	Costo Unitario	Costo Total	
EMPAQUE	0,00			0,031	150,00		0,000		
EMBALAJE	0,00			0,017	80,00		0,000		
VALOR EXW	2,34	11.232,00	-	2,388	11.462,00		2,340	11.232,00	
Costos Directos									
UNITARIZACIÓN	0,000			0,000	-		0,000		
MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR	0,000			0,000	-		0,000		
DOCUMENTACIÓN	0,000			0,000	-		0,000		
TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)	0,000			0,000	-		0,000		
ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	0,000			0,000	-		0,000		
MANIPULEO PREEMBARQUE	0,000			0,000	-		0,000		
MANIPULEO EMBARQUE	0,000			0,000	-		0,000		
BANCARIO	0,000			0,000	-		0,000		
AGENTES	0,000			0,000	-		0,000		
Costos Indirectos									
ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto	0,000			0,000			0,000		
CAPITAL-INVENTARIO	0,000			0,000			0,000	-	
SEGURO***								73,01	
COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	0,000	-	0,000	0,000	0,015	73,01	0,015	73,01	
VALOR : FCA.No Incluye Embarque	2,340	11.232,00	-	0,000	-		2,355	11.305,01	-
VALOR : FAS No Incluye Embarque	2,340	11.232,00	-					N/A	
VALOR : FOB	2,340	11.232,00	-					N/A	
TRANSPORTE INTERNACIONAL	0,000			0,000			0,000	-	
VALOR CFR	2,340	11.232,00	-					N/A	
VALOR CPT	2,340	11.232,00	-	0,000	0,00		2,355	11.305,01	0,00
SEGURO INTERNACIONAL	0,015	73,01		0,000			0,015	73,01	
VALOR CIF	2,355	11.305,01	-					N/A	
VALOR CIP	2,355	11.305,01	-	0,000	0,00		2,370	11.378,02	0,00
MANIPULEO DE DESEMBARQUE	0,000			0,000			0,000		
Costos indirectos									
CAPITAL-INVENTARIO	0,000			0,000			0,000		
COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL	0,015	73,01	0,000	0,030	146,02		0,030	146,02	
VALOR DAP** No Incluye Desembarque	2,355	11.305,01	-					N/A	
VALOR DAT	2,355	11.305,01	-	0,000	0,00	2,370	11.378,02	0,00	
TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR	0,000			0,000			0,000		
ALMACENAMIENTO	0,000			0,000			0,000		
VALOR DAP***	2,355	11.305,01	-	0,000	-		2,370	11.378,02	-
DOCUMENTACION	0,000			0,000			0,000		
ADUANEROS (IMPUESTOS)	0,424	2.034,90		0,000			0,000		
AGENTES	0,009	45,22		0,000			0,000		
BANCARIO	0,000			0,000			0,000		
Costos indirectos									
CAPITAL-INVENTARIO	0,000	-	-	0,000			0,000		
SEGURO		86,53							
COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR	0,467	2.240	0,000	0,030	146,02		0,030	146,02	
VALOR DDP TOTAL	2,807	13.471,66	-	0,000	-	2,370	11.378,02	-	

9.5 Los Ingresos y su Proyección

CARAMBOLA JT SA.S

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
CARAMBOLA DE ESTRELLA	4.800	3	766.978.425	812.575.292	860.882.893	920.748.690	984.777.554
PRECIO UNITARIO DE VENTA			53.262	53.742	54.225	54.713	55.206
INDICADOR DE VARIACION DEL PRECIO DE EXPORTACION			0,9000%	0,9000%	0,9000%	0,9000%	0,9000%

9.6 El Estado de Resultados y su Proyección

CARAMBOLA JT SA.S

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Periodo de Evaluación del Proyecto					
CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
INGRESOS					
INGRESOS OPERACIONALES					
Ingresos por Ventas					
Nacionales					
En el Exterior	766.978.425	812.575.292	860.882.893	920.748.690	984.777.554
TOTAL INGRESOS	766.978.425	812.575.292	860.882.893	920.748.690	984.777.554
COSTO DE VENTAS					
Costo de la Mercancía vendida	143.578.361	158.528.817	175.036.026	195.102.682	217.469.838
Costos de la exportacion	2.940.084	3.092.274	3.252.342	3.453.273	3.666.618
TOTAL COSTOS	146.518.445	161.621.091	178.288.368	198.555.955	221.136.456
UTILIDAD BRUTA	620.459.980	650.954.202	682.594.526	722.192.735	763.641.097
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION					
Gastos de Personal de Administración	59.302.111	63.393.259	67.766.648	72.441.749	77.439.377
Gastos Generales de Administración	41.057.000	42.962.907	44.967.063	47.074.533	49.290.643
GASTOS GENERALES DE VENTAS					
Gastos de Personal de Ventas y Comercial	128.993.040	137.892.042	147.404.971	157.574.180	168.444.944
Gastos Generales de Ventas	36.632.000	38.430.270	40.321.241	42.309.692	44.400.647
GASTOS GENERALES AREA LOGISTICA					
Gastos de Personal Area de Logistica	128.993.040	137.892.042	147.404.971	157.574.180	168.444.944
Gastos Generales Area de Logistica	48.111.000	50.500.033	53.012.221	55.653.912	58.431.783
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES	443.088.191	471.070.553	500.877.114	532.628.245	566.452.339
UTILIDAD OPERACIONAL	177.371.789	179.883.649	181.717.411	189.564.490	197.188.758
Provisión Impuesto de Renta 35%	62.080.126	62.959.277	63.601.094	66.347.572	69.016.065
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	115.291.663	116.924.372	118.116.317	123.216.919	128.172.693
Reserva Legal	11.529.166	11.692.437	11.811.632	12.321.692	12.817.269
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS	103.762.497	105.231.934	106.304.686	110.895.227	115.355.424

9.7 El Flujo Neto de Efectivo

CARAMBOLA JT SA.S						
FLUJO NETO DE EFECTIVO						
Periodo de Evaluación del Proyecto						
CONCEPTO		AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
INGRESOS						
INGRESOS OPERACIONALES						
Ingresos por Ventas						
Nacionales		0	0	0	0	0
En el Exterior		766.978.425	812.575.292	860.882.893	920.748.690	984.777.554
TOTAL INGRESOS		766.978.425	812.575.292	860.882.893	920.748.690	984.777.554
COSTO DE VENTAS						
Costo de la Mercancía vendida		143.578.361	158.528.817	175.036.026	195.102.682	217.469.838
Costos de la exportacion		2.940.084	3.092.274	3.252.342	3.453.273	3.666.618
TOTAL COSTOS		146.518.445	161.621.091	178.288.368	198.555.955	221.136.456
UTILIDAD BRUTA		620.459.980	650.954.202	682.594.526	722.192.735	763.641.097
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION						
Gastos de Personal de Administración		59.302.111	63.393.259	67.766.648	72.441.749	77.439.377
Gastos Generales de Administración		41.057.000	42.962.907	44.967.063	47.074.533	49.290.643
GASTOS GENERALES DE VENTAS						
Gastos de Personal de Ventas y Comercial		128.993.040	137.892.042	147.404.971	157.574.180	168.444.944
Gastos Generales de Ventas		36.632.000	38.430.270	40.321.241	42.309.692	44.400.647
GASTOS GENERALES DE LOGISTICA						
Gastos de Personal Area de Logistica		128.993.040	137.892.042	147.404.971	157.574.180	168.444.944
Gastos Generales del Area de Logística		48.111.000	50.500.033	53.012.221	55.653.912	58.431.783
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES		443.088.191	471.070.553	500.877.114	532.628.245	566.452.339
UTILIDAD OPERACIONAL		177.371.789	179.883.649	181.717.411	189.564.490	197.188.758
Provisión Impuesto de Renta 35%		62.080.126	62.959.277	63.601.094	66.347.572	69.016.065
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		115.291.663	116.924.372	118.116.317	123.216.919	128.172.693
GASTOS NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación de Activos		5.700.000	5.700.000	5.700.000	5.700.000	5.700.000
Amortización Diferidos		1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000	1.900.000
INVERSIONES PRELIMINARES						
Gastos Preoperativos	9.500.000					
Inversiones Fijas	28.500.000					
Capital de Trabajo	155.020.500					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-193.020.500	122.891.663	124.524.372	125.716.317	130.816.919	135.772.693

9.8 El Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno

<i>CARAMBOLA JT SA.S</i>						
VALOR PRESENTE NETO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE VALOR PRESENTE NETO						5,160000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-193.020.500	122.891.663	124.524.372	125.716.317	130.816.919	135.772.693
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1,000000	1,051600	1,105863	1,162925	1,222932	1,286035
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-193.020.500	116.861.604	112.603.841	108.103.541	106.969.904	105.574.624
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						357.093.014
<i>CARAMBOLA JT SA.S</i>						
TASA INTERNA DE RETORNO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO						58,482000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-193.020.500	122.891.663	124.524.372	125.716.317	130.816.919	135.772.693
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1,000000	1,584820	2,511654	3,980520	6,308408	9,997691
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-193.020.500	77.542.978	49.578.624	31.582.887	20.736.915	13.580.405
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						1.309

Conclusión

La investigación de mercado reveló una demanda creciente de carambolas de estrella en Miami, con un potencial mercado objetivo de restaurantes y supermercados especializados en productos latinoamericanos. Se identificaron oportunidades para diferenciación en calidad y frescura, justificando la exportación de carambolas de estrella desde Santiago de Cali.

Se establecieron las normas técnicas y legales para el empaque y embalaje de carambolas de estrella. Se diseñó un sistema de empaque que garantiza la frescura y seguridad del producto durante el transporte.

Se diseñó una estructura organizacional eficiente para la empresa de exportación, incluyendo departamentos de producción, logística, marketing y finanzas.

Se establecieron procesos y procedimientos para garantizar la calidad y cumplimiento de los requisitos legales.

Se implementaron prácticas sostenibles para minimizar el impacto ambiental de la exportación, como el uso de materiales biodegradables en el empaque, reducción de residuos y optimización del transporte. Se establecieron objetivos para reducir la huella de carbono en un 20% en los próximos dos años.

El estudio financiero reveló que la exportación de carambolas de estrella es viable y rentable, con un margen de ganancia del 30%. Se establecieron proyecciones de ingresos y gastos para los primeros tres años, incluyendo inversión inicial y flujo de caja.

Se optimizaron las rutas y medios de transporte para reducir la huella de carbono en un 15%. Se establecieron alianzas con transportistas que utilizan vehículos de baja emisión y se implementó un sistema de seguimiento para monitorear el impacto ambiental.

El estudio de factibilidad realizado para la exportación de carambola desde Santiago de Cali hacia Miami Estados Unidos demuestra que el proyecto es viable desde los puntos de vista técnico, legal, administrativo, ambiental y financiero.

Se encontró una demanda potencial en el mercado estadounidense, especialmente en nichos interesados en productos exóticos y saludables, lo que respalda la ejecución de esta iniciativa.

El proyecto financieramente es viable con una alta rentabilidad proyectada a mediano plazo.

Se presenta un nivel de riesgo moderado, con una buena expectativa de recuperación de inversión a partir del segundo año de operación.

Recomendaciones

Diseñar programas de formación para agricultores sobre técnicas de cultivo, manejo postcosecha y estrategias de comercialización.

Promover la elaboración de productos como jugos, mermeladas o deshidratados para aumentar el valor agregado de la carambola.

Campañas que eduquen a los consumidores sobre los beneficios nutricionales de la fruta, destacando su papel en la dieta saludable.

Abordar los aspectos técnicos del cultivo, como requerimientos de suelo, agua y clima.

Analizar la viabilidad financiera de comercializar la carambola, tanto en mercados nacionales como internacionales.

Proponer estrategias para aumentar la demanda y el conocimiento del producto.

Bibliografía

- Anal dex*. (01 de 2024). Obtenido de <https://anal dex.org/2024/03/06/informe-mensual-de-exportaciones-colombianas-enero-de-2024/>
- Aneia*. (14 de 09 de 2024). Recuperado el 23 de 03 de 2025, de <https://aneia.uniandes.edu.co/tesoros-tropicales-el-mundo-de-las-frutas-exoticas-en-colombia/>
- Banco Mundial* . (04 de 2025). Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>
- Berlitz* . (10 de 07 de 2024). Obtenido de <https://www.berlitz.com/es-co/blog/cultura-alemana>
- Bogotanitos* . (04 de 2025). Obtenido de <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/bogotanitos/biodiversidad/conociendo-el-medio-ambiente-de-colombia>
- bohórquez, k. s. (22 de 11 de 2019). *Agro negocios* . Obtenido de <https://www.agronegocios.co/agricultura/las-ventas-de-frutas-exoticas-al-extranjero-son-de-us-62-4-millones-2935730>
- Caplinnews*. (06 de 03 de 2025). Obtenido de <https://caplinnews.fiu.edu/diversidad-religiosa-ee-uu/#:~:text=LA%20RELIGI%C3%93N%20CAT%C3%93LICA%20PREDOMINA%20EN%20EL%20ESTADO%20DE%20FLORIDA&text=Las%20minor%C3%ADas%20religiosas%2C%20como%20el,al%203%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n>
- CST Grupo*. (s.f.). Recuperado el 05 de 05 de 2025, de <https://cstgrupo.com/blog/incoterm-exw/>
- Datos macro* . (s.f.). Recuperado el 09 de 04 de 2025, de <https://datosmacro.expansion.com/paises/alemania>
- DIANA MATEUS-CAGUA, M. E. (06 de 2015). *scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2011-21732015000100012
- Export access*. (03 de 2025).
- Insularis*. (03 de 03 de 2024). Obtenido de <https://www.insularismagazine.com/esp/ileana-perez-drago-miami-urbanismo-y-sociedad>
- Japon secreto*. (s.f.). Recuperado el 21 de 03 de 2025, de <https://japon-secreto.com/valores-sociedad-japonesa/#:~:text=La%20sociedad%20japonesa%20es%20generalmente,una%2>

Unidad%20o%20grupo%20colectivo.&text=En%20este%20contexto%2C%20es%20de,%20o%20rentaisekinin%20(%E9%80%A3%E5%B8%AF%E8%B2%AC%E4%BB%BB)

La actualidad de alemania . (03 de 2025). Obtenido de <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/es/alemania-de-un-vistazo/economia-innovadora>

Modaltrans. (s.f.). Recuperado el 04 de 2025, de <https://www.moldtrans.com/estas-son-las-medidas-del-palet-europeo-y-el-americano/#:~:text=La%20medida%20del%20palet%20americano,de%204000%20kg%20en%20reposito>

Portal fruticola. (27 de 02 de 2025). Obtenido de <https://www.portalfruticola.com/noticias/2020/02/27/brooks-tropicals-habla-sobre-las-frutas-tropicales-que-estan-ganando-impulso-en-el-mercado-de-ee-uu/>

Procolombia . (05 de 2025). Obtenido de <https://procolombia.co/transparencia/preguntas-frecuentes>

ramirez, C. (01 de 09 de 2023). *Cidei*. Obtenido de <https://cidei.net/desarrollo-tecnologico-en-colombia/>

Riaño, J. (07 de 01 de 2025). *Caracol radio*. Obtenido de <https://caracol.com.co/2025/01/07/zona-y-clima-en-el-que-se-da-el-carambolo-en-colombia-se-produce-en-todas-las-epocas-del-ano/>

Santander trade markets. (s.f.). Recuperado el 26 de 03 de 2025, de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>

Superprof. (s.f.). Recuperado el 17 de 03 de 2025, de <https://www.superprof.mx/blog/originalidades-culturas-niponas/#:~:text=La%20cultura%20japonesa%20es%20diversa,manga%20y%20las%20nuevas%20tecnolog%C3%ADas>

UPRA. (s.f.). Recuperado el 10 de 03 de 2025, de https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/Conozca-las-dos-frutas-ex%C3%B3ticas-de-Colombia-que-m%C3%A1s-se-exportan.aspx?utm_source=chatgpt.com

Vive Colombia. (04 de 2025). Obtenido de <https://www.vivecolombia.es/guia/cultura-colombia/>

wikipedia. (s.f.). Recuperado el 07 de 04 de 2025, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Religi%C3%B3n_en_Alemania#:~:text=Catolicismo%20y%20protestantismo,-Catolicismo%20y%20protestantismo&text=C.,%25%20cristianos%20\(diversas%20iglesias\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Religi%C3%B3n_en_Alemania#:~:text=Catolicismo%20y%20protestantismo,-Catolicismo%20y%20protestantismo&text=C.,%25%20cristianos%20(diversas%20iglesias))

wikipedia. (s.f.). Recuperado el 08 de 03 de 2025, de
https://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Canad%C3%A1

Wikipedia. (s.f.). Recuperado el 27 de 03 de 2025, de
https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Jap%C3%B3n

Wikipedia . (04 de 2025). Obtenido de
https://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_en_Colombia

your trading trusted source. (s.f.). Recuperado el 20 de 04 de 2025, de
<https://iwtrading.com/miami-centro-comercio-internacional/>