

**Estudio de factibilidad de una exportación de Aguacate Hass desde Cali- Colombia
hacia Barcelona - España**

María Camila García Dosman

**Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez”
Programa Tecnología en Gestión de Comercio Exterior**

Santiago de Cali

2025

**Estudio de factibilidad de una exportación de Aguacate Hass desde Cali - Colombia
hacia Barcelona – España**

María Camila García Dosman

**Trabajo de grado para optar al título de Tecnóloga en Gestión de Comercio
Exterior**

Tutor

Harrinson Sánchez Sevillano

**Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez”
Programa Tecnología en Gestión de Comercio Exterior**

Santiago de Cali

2025

Índice

Tabla de contenido

1.	El planteamiento del problema	12
1.1.	Antecedentes	12
1.2.	Formulación del problema	13
1.3.	Sistematización del problema	13
2.	Objetivos de investigación	14
2.1.	Objetivo general.....	14
2.2.	Objetivos específicos.....	14
3.	Justificación de la investigación	15
3.1.	Justificación teórica	15
3.2.	Justificación practica	16
3.3.	Justificación metodológica.....	17
4.	Marcos referenciales	18
4.1.	Marco teórico	18
4.2.	El marco conceptual	21
4.3.	Marco contextual	25
4.4.	Marco legal	29
4.5.	Marco temporal.....	31

5.	Diseño metodológico del proyecto	32
5.1.	Clase o tipo de investigación	35
5.2.	Método de investigación	36
5.3.	Técnicas de investigación y recolección de la información.....	37
	Población	38
	Proceso de exportación	39
	Proceso de exportación	43
	43
6.	Estudio de Mercado	44
6.1.	Análisis del Sector	44
6.1.1	El sector exportador colombiano	44
6.1.2	El mercado del producto en el exterior	45
6.1.3	Análisis DOFA	46
6.2.	Inteligencia de Mercados	47
6.2.1	Posibles mercados para exportación del producto.....	47
6.2.2	El país seleccionado (España).....	73
6.2.3	El País de Origen (Colombia).....	79
6.2.3.1	Entorno Económico.....	80
6.2.3.2	Entorno Tecnológico.....	81
6.2.3.3	Entorno Político.....	81

6.2.3.4	Entorno Ambiental	82
6.2.3.5	Entorno Cultural	82
6.3.	El Producto.....	83
6.3.1	Portafolio de Productos	84
6.3.2	Generalidades y/o características del producto a exportar	85
6.4.	El Mercado Proveedor.....	87
6.5.	El Mercado Potencial Objetivo.....	87
6.5.1	La Población Objetivo.....	88
6.5.2	Tendencias y comportamiento del consumo en el país de destino	89
6.5.3	Requisitos del consumidor del País de destino	91
6.6.	El Mercado Competidor	92
6.6.1	Países exportadores del producto	93
6.6.2	Procedencia del producto en el país de destino	94
6.6.3	Los precios internacionales del producto	95
6.7.	El Canal de Distribución	95
6.9	Estrategias de Mercadeo y Ventas	96
7.	El estudio técnico.....	97
7.1	Localización del proyecto	97
7.1.1	Macro localización	97
7.1.2	Micro localización	98

7.1.3	La planta física.....	99
7.2	Aspectos técnicos del producto	100
7.2.1	Ficha técnica del producto	100
7.2.2	Capacidad de producción o comercialización por unidad de tiempo	101
7.2.3	Unidad de embarque y etiquetado para la exportación	102
7.3	La unidad empresarial exportadora	106
7.3.1	Tipo de Sociedad	107
7.3.2	Razón Social	107
7.3.3	Misión y Visión Empresarial	108
7.3.4	Principios y Valores	108
7.3.5	Políticas de Empresa	109
7.3.6	Organigrama Empresarial	110
7.3.7	Las Necesidades de Personal	111
7.3.8	Perfiles y Funciones del Personal	111
7.4	Aspectos Legales	118
8.	Plan exportador	123
8.1	Régimen de exportación	123
8.2	Tramites del proceso exportador.....	123
8.2.1	Posición arancelaria	125
8.2.2	Permisos previos y/o vistos buenos	126

8.2.3	Términos de negociación	129
8.2.4	Agente de Carga y/o Tipo de Transporte	131
8.2.5	Medio de Pago	132
8.2.6	El Contrato de Exportación	133
8.3	El Proceso General de una Exportación	134
9.	El estudio económico y financiero.....	135
9.1	inversiones preliminares.....	135
9.1.1	los gastos preoperativos.....	135
9.1.2	las inversiones fijas.....	136
9.1.3	el capital de trabajo.....	137
9.1.4	la composición del capital	138
9.2	el balance general de constitución	139
9.3	la producción y los costos operacionales	140
9.3.1	la producción exportable	140
9.3.2	los costos de producción	140
9.3.2.1	costos directos.....	140
9.3.2.2	costos de personal	141
9.3.2.3	gastos generales de producción	142
9.4	los gastos generales	142
9.4.1	la distribución de los gastos comunes	142

9.4.2	los gastos de administración	142
9.4.2.1	gastos de personal y su proyección	143
9.4.2.2	gastos generales de administración y su proyección	144
9.4.3	Los gastos de comercialización y ventas.....	145
9.4.3.1	Gastos de personal y su proyección.....	145
9.4.3.2	Gastos generales de comercialización y ventas	145
9.4.3.3	Los gastos del proceso exportador	146
9.5	los ingresos y su proyección	147
9.6	El estado de resultados y su proyección.....	148
9.7	El flujo neto de efectivo	149
9.8	El valor presente neto y la tasa interna de retorno	150
10.	Conclusiones	151
11.	Recomendaciones	153
12.	Bibliografía	154

Dedicatoria

Dedico este trabajo de grado con profunda gratitud a Dios, por darme la fortaleza, la salud y la sabiduría necesarias para culminar esta etapa tan importante de mi vida.

A mis familiares, por su amor incondicional, su apoyo constante y por enseñarme el valor del esfuerzo y la perseverancia, quienes me acompañaron con palabras de aliento, paciencia y comprensión a lo largo de este camino.

Finalmente, dedico este logro a mí mismo, por no rendirme, por cada noche de estudio y por cada paso que me acercó a esta meta. Este logro es también una promesa de seguir construyendo sueños con disciplina y pasión y así llegar a la meta “Ser profesional”.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a los profesores de Intenalco Educación Superior, quienes con su vocación, dedicación y compromiso me acompañaron a lo largo de este proceso formativo.

Gracias por compartir su conocimiento con paciencia y claridad, por motivarme a dar lo mejor de mí y por cultivar en mí un sentido crítico y profesional frente al comercio exterior y los procesos de exportación.

Agradezco especialmente a quienes hicieron parte directa de la orientación de este trabajo de grado. Sus observaciones, correcciones y sugerencias fueron fundamentales para enriquecer este proyecto y convertirlo en una experiencia de aprendizaje valiosa.

Cada clase, cada consejo y cada reto académico dejaron una huella profunda en mi formación profesional y personal. Gracias por ser ejemplo de entrega, responsabilidad y pasión por la enseñanza.

Introducción

El presente trabajo busca analizar la factibilidad que tiene exportar aguacate Hass desde Cali (Colombia) hacia Barcelona (España). Para esto se permite explorar aspectos relacionados con la normatividad vigente del campo de las exportaciones y el comercio exterior, analizar el comportamiento y la demanda de este producto y considerar estrategias comerciales que favorezcan su posicionamiento. Con la información obtenida y analizada en el presente trabajo es posible asegurar que España es un aliado estratégico para Colombia dada su capacidad de infraestructura y su apertura hacia los productos del comercio internacional. Adicionalmente, Colombia dispone de distintas ventajas que le permiten producir aguacates de calidad, por tener dentro del territorio nacional suelos adecuados para el cultivo de este aguacate, tecnologías y personas que aportan a la calidad de este producto en todas sus fases de producción, situación que impacta positivamente en la economía nacional y en la progresiva apertura de los mercados internacionales a productos de procedencia colombiana.

El desarrollo de este estudio no solo pretende demostrar la viabilidad de una operación exportadora específica, sino también resaltar el potencial del Valle del Cauca como región exportadora, y fomentar la generación de empleo, el crecimiento del agro colombiano y el fortalecimiento de las relaciones comerciales con Europa.

1. El planteamiento del problema

1.1. Antecedentes

Se estudia la posibilidad de exportar aguacate hass a Barcelona – España, por lo tanto es necesario conocer cuál es el proceso y procedimientos de exportación.

En los últimos años el consumo de aguacate a nivel mundial ha registrado un crecimiento constante, es así, que los principales mercados hacia donde se exporta aguacate, demuestran aumentos en la demanda hasta por cifras porcentuales de tres números, destacando Holanda que tuvo un aumento de 284 %, España, que se disparó 141%, Hong Kong, con una dinámica de 113 %, además de Japón y Canadá con crecimientos de 46 y 45%, respectivamente. Colombia tiene las condiciones óptimas para la producción y exportación de aguacate y que las relaciones internacionales Colombia-España son sostenible. A pesar de que es relativamente nuevo en las exportaciones de aguacate (2017) su crecimiento porcentual a través de los años ha demostrado la capacidad que tiene el sector para suplir la demanda. Colombia ha estado en la búsqueda de la diversificación de productos que permitan abandonar la dependencia que tiene el país del sector de los hidrocarburos.

El aguacate posee gran cantidad de nutrientes y bondades para el cuerpo humano, lo cual lo posiciona como una de las frutas más apetecidas en Europa. El problema que se aborda en este estudio es determinar si la rentabilidad esperada de la exportación de aguacate tipo Hass alcanzará y superará la expectativa.

Por lo anteriormente planteado, el presente trabajo consiste en elaborar un estudio de factibilidad para la exportación de aguacate hass desde la ciudad de Cali, Colombia, hacia la ciudad de Barcelona – España

SINTOMAS	CAUSAS	PRONOSTICO	CONTROL DE PRONOSTICO
Disminución de ventas	Desconocimiento de las nuevas tecnologías	Dar a conocer la empresa en un sector geográfico más amplio	Realizar planeación de procesos adecuados según necesidades
Poca calidad del producto	Falta de interés por incursionar en las ventas online	Incremento en las ventas	Crear estrategias que permitan realizar un manejo adecuado de la información
Falta de conocimiento de herramientas tecnológicas	No tener confianza en las nuevas tecnologías	Mayor cantidad de clientes	Implementar estrategias de mercadeo que conlleven a un nivel de competitividad ideal
	No tener asesoramiento de profesionales	Generación de empleo en el sector	

1.2. Formulación del problema

¿Qué aspectos se deben de tener en cuenta para la realización de un estudio de viabilidad para la exportación de aguacate hass desde Cali – Colombia hacia Barcelona - España?

1.3. Sistematización del problema

¿Cuál es el estudio de mercado necesario para la identificación de la demanda potencial y estrategias de envío y comercialización del producto en el mercado internacional?

¿Cuál es la infraestructura técnica y los procesos logísticos que ayudaría a la exportación de aguacate hass desde Cali – Colombia hacia Barcelona – España?

¿Cuál deberá ser la estructura administrativa, organizacional y legal para la exportación de aguacate hass desde Cali – Colombia hacia Barcelona – España?

¿De qué manera se favorecerá al medio ambiente con las exportaciones de aguacate hass desde Cali – Colombia hacia Barcelona – España?

¿Cuál serán los costos y gastos necesarios para la exportación de aguacate hass desde Cali – Colombia hacia Barcelona – España?

2. Objetivos de investigación

2.1. Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de aguacate hass desde Santiago de Cali (Colombia) hacia Barcelona (España) detectando la viabilidad económica y la capacidad de exportación.

2.2. Objetivos específicos

- Proponer un estudio de mercado para saber qué tan factible es exportar aguacate hass desde Santiago de Cali (Colombia) hacia Barcelona (España) detectando la viabilidad económica y la capacidad de exportación.
- Identificar la infraestructura técnica que se tienen para la comercialización en el sector vegetal, que ayuden en la exportación de aguacate.
- Diseñar una estructura administrativa, organizacional y legal para la exportación de aguacate hass.
- Estimar que presupuesto será necesario para la exportación de aguacate.

- Analizar de qué manera se beneficia el medio ambiente con las exportaciones de aguacate hass al mercado de Barcelona (España).

3. Justificación de la investigación

3.1. Justificación teórica

Si bien Colombia ha sido un productor histórico de aguacate, las exportaciones de la variedad hass crecieron de forma acelerada. Actualmente el país ocupa el quinto lugar en los envíos de productos agrícolas del país al exterior solo superados por el café, banano, flores y la palma de aceite. Esto quiere decir que hoy en día es uno de los productos más importantes que se exportan a otros países, por lo tanto es de suma importancia hacer este estudio de factibilidad para poder determinar qué tan viable es enviar este producto a Barcelona (España).

Tomaremos como referencia aspectos teóricos planteados por Michael Porter, donde analiza y clasifica cinco fuentes de presión competitivas, es un modelo estratégico que establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria y así desarrollar una estrategia de negocio.

La Teoría del comercio internacional creada por David Ricardo, nos indica Krugman (2006) “un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien si el coste de oportunidad (los recursos que podrían haberse destinado a producir otros bienes) en la producción de este bien en términos de otros bienes es inferior en este país de lo que es en otros países”. Según la percepción de David Ricardo los países deberían especializarse únicamente en la producción y exportación de aquellos productos en los que utilicen menos recursos o costes relativamente bajos. Al tiempo que los países se especializan en estos productos, en lo que sean más eficientes, importarán el resto de productos en los que no tengan este tipo de ventajas y en consecuencia no son eficientes.

Igualmente, la mezcla de mercadotecnia, también llamadas las 4p's del marketing o Marketing Mix difundida por Philip Kotler, representan los cuatro pilares básicos de

cualquier estrategia de marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción. Cuando las 4 están en equilibrio, tienden a influir y a conquistar al público.

La Teoría del comercio internacional creada por David Ricardo, nos indica Krugman (2006) “un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien si el coste de oportunidad (los recursos que podrían haberse destinado a producir otros bienes) en la producción de este bien en términos de otros bienes es inferior en este país de lo que es en otros países”

Su aplicación práctica en el contexto empresarial consiste en especializarse en la producción y exportación de productos en los que se utilicen menos recursos (Mayorga & Martínez, 2008)

La Teoría del valor del trabajo por Adam Smith es, sin duda, la primera teórico consistente del desarrollo económico, en su obra el tema fundamental de las causas de la riqueza de las naciones. Implícitamente, se reconoce la diversidad de situaciones con respecto a la riqueza y la pobreza.

3.2. Justificación practica

A lo largo de la tecnología en comercio exterior la cual estoy cursando actualmente en Intenalco educación superior, he podido adentrarme en áreas como metodología de la investigación, Procesos de importación, procesos de exportación, legislación aduanera, régimen cambiario, acuerdos y tratados comerciales, lo que me ha permitido enfatizar temas que son de suma importancia para el trabajo en curso, entre otras. Se pretende aplicar los conocimientos adquiridos en estas áreas a un proceso concreto como lo es el establecimiento de una organización empresarial que gestione un proceso exportador y genere empleo, además de intensificar los cultivos de Aguacate Hass en el Valle del Cauca.

La presente investigación se puede llevar a la práctica y se puede realizar porque existe la necesidad concreta y por lo tanto el mercado para este producto. Las exportaciones de aguacate Hass al exterior tienen como fin seguir satisfaciendo su gran demanda en países extranjeros como lo es en este caso España, se debe tener en cuenta un proceso exportador ajustándose a unos requisitos de tipo legal y aplicando varias herramientas para desarrollarlos, para así contribuir al país y en especial al departamento del Valle del Cauca

3.3. Justificación metodológica

La investigación se fundamentó con fuentes de información secundaria, ya que la base principal de la información requerida para los diversos estudios que se requiere se encontrara en documentos de Procolombia, el DANE, Banco de la República, Bancoldex, etc. Para lograr el cumplimiento de los objetivos de estudio, se acude a técnicas de investigación como la inteligencia de mercados, además se consultará datos históricos de la exportación de aguacate Hass teniendo en cuenta el departamento del Valle del Cauca y los aportes que dan a la economía nacional, también se analizaran los datos de las exportaciones a los mercados internacionales.

El proceso de inteligencia de mercado, se determinó por medio de la página de PROCOLOMBIA donde brindan la información de los productos que se están demandando en los países del mundo, lo cual se compara con los productos que puede proveer Colombia. Llevado a cabo el análisis respectivo de las posibilidades de encontrar un proveedor adecuado, capacidad instalada y de producción, así como el precio que se manejara de acuerdo con los volúmenes requeridos, y que cumplan con los estándares de calidad exigidos por el cliente. Observando lo anterior se tomará la decisión, si es factible realizar la exportación de aguacate Hass

4. Marcos referenciales

4.1. Marco teórico

La Teoría del comercio internacional creada por David Ricardo, nos indica Krugman (2006) “un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien si el coste de oportunidad (los recursos que podrían haberse destinado a producir otros bienes) en la producción de este bien en términos de otros bienes es inferior en este país de lo que es en otros países”. Según la percepción de David Ricardo los países deberían especializarse únicamente en la producción y exportación de aquellos productos en los que utilicen menos recursos o costes relativamente bajos. Al tiempo que los países se especializan en estos productos, en lo que sean más eficientes, importarán el resto de productos en los que no tengan este tipo de ventajas y en consecuencia no son eficientes. Al realizar este procedimiento, aunque un país no cuente con una ventaja absoluta, puede entonces lograr encontrar una ventaja comparativa, ya sea por facilidades tecnológicas, más habilidades en cuanto a su producción, más fuentes de recursos o mejores condiciones climáticas, entre otras, así finalmente participar en el mercado internacional.

Su aplicación práctica en el contexto empresarial consiste en especializarse en la producción y exportación de productos en los que se utilicen menos recursos (Mayorga & Martínez, 2008)

Para la realización del presente trabajo de investigación el conocimiento de la teoría de David Ricardo ha contribuido para entender que los países deberían especializarse en lo que sean más eficientes y luego intercambiar esos productos, pues en ese casos se beneficiarán las personas en ambos países.

La Teoría del valor del trabajo por Adam Smith s, sin duda, la primer teórico consistente del desarrollo económico, en su obra el tema fundamental de las causas de la riqueza de las naciones. Implícitamente, se reconoce la diversidad de situaciones con respecto a la riqueza y la

pobreza. Las condiciones de libertad económica, el orden natural que preside la actividad social, la propensión a la propiedad, a la empresa y al intercambio de las personas y la neutralidad de las leyes positivas y del Estado con respecto al proceso económico, son indispensables para el crecimiento, entendido como el aumento de la riqueza y, más específicamente, del ingreso real por habitante.

Su aplicación práctica en el contexto empresarial consiste en el libre comercio y creía que éste podía ser mutuamente beneficioso y lo justificaba por medio de un concepto: la ventaja absoluta. “Es la máxima de todo jefe de familia prudente nunca intentar tratar de producir en casa lo que le costaría más producir que comprar y que ese mismo principio debía aplicarse a las naciones”. (Dos-Santos, González, & Rodríguez, 2009)

Para la realización del presente trabajo de investigación el conocimiento de la teoría de Adam Smith ha contribuido para entender que desde el principio de los tiempos el hombre intercambia los elementos que produce con otros hombres. Igualmente lo hicieron las pequeñas economías feudales, los grandes imperio y hoy en día los Estados-Nación. Esto es dado que el autoabastecimiento eficiente es muy difícil de alcanzar, y no lleva al bienestar general de un país. Por lo tanto, es necesario mantener esta relación entre naciones, donde cada una salga beneficiada.

Tomaremos como referencia aspectos teóricos planteados por Michael Porter, donde analiza y clasifica cinco fuentes de presión competitivas, es un modelo estratégico que establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria y así desarrollar una estrategia de negocio.

Michael Porter es conocido por sus teorías sobre estrategia competitiva y ventaja empresarial. Desarrolló varios conceptos clave como:

1. **Estrategias Genéricas** – Porter identificó tres estrategias para que una empresa sea competitiva:
 - **Liderazgo en costos** (ser el productor más eficiente).
 - **Diferenciación** (ofrecer algo único).
 - **Enfoque** (especializarse en un nicho de mercado).
2. **Las Cinco Fuerzas de Porter** – Un modelo para analizar la competencia de una industria:
 - Rivalidad entre competidores existentes.
 - Amenaza de nuevos entrantes.
 - Poder de negociación de los proveedores.
 - Poder de negociación de los clientes.
 - Amenaza de productos sustitutos.
3. **Cadena de Valor** – Un análisis que desglosa las actividades de una empresa para identificar ventajas competitivas y mejorar la eficiencia.
4. **Estrategia y Ventaja Competitiva** – Porter enfatiza que la estrategia debe centrarse en ser único, no en ser el mejor, y en crear valor sostenible.
5. **El Enfoque en la Rentabilidad a Largo Plazo** – Porter advierte contra estrategias de corto plazo y destaca la importancia de construir una ventaja competitiva duradera.

Igualmente, la mezcla de mercadotecnia, también llamadas las 4p's del marketing o Marketing Mix difundida por Philip Kotler, representan los cuatro pilares básicos de cualquier estrategia de marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción. Cuando las 4 están en equilibrio, tienden a influir y a conquistar al público.

4.2. El marco conceptual

Para el desarrollo de esta investigación, se detallan los conceptos fundamentales que se encontraran en el transcurso de este proyecto, están estrechamente relacionados con el proceso de exportación de Aguacate Hass desde Santiago de Cali hacia Barcelona, con la finalidad de proporcionar una comprensión clara de este proceso.

Mercancías. Para entender mejor el propósito del presente trabajo es necesario comprender mejor que es la “mercancía”.

Una mercancía es una cosa mueble que se constituye como objeto de trato o venta. El concepto suele aplicarse a los bienes económicos que son susceptibles de compra o venta.

Las mercancías, por lo tanto, son intercambiables por otras cosas. Esto implica que puede establecerse algún tipo de equivalencia entre distintas mercancías. Las mercancías son intercambiables mediante el trueque (se entrega una mercancía y se recibe otra distinta) o a través del dinero (se entrega un cierto monto de dinero que equivale a la mercancía). (Porto & Merino, Definicion.de, 2011)

Bienes. Para entender mejor el propósito del presente trabajo es necesario comprender mejor que es un “bien”.

Se refieren a cualquier cosa, tangible o intangible, que sea útil para el hombre y le satisfaga, directa o indirectamente, algún deseo o necesidad individual o colectiva, o que contribuya al bienestar de los individuos. Desde el punto de vista económico, se estaría hablando de los bienes como objetos inmateriales y materiales susceptibles de tener un valor. (Porto & Gardey, Definicion.de, 2008)

Servicios. Stanton, Etzel y Walker, definen los **servicios** "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes

satisfacción de deseos o necesidades" mientras que para Richard L. Sandhusen, "los **servicios** son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo" y según Lamb, Hair y McDaniel, "un **servicio** es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente" (Thompson, 2006)

En este sentido, el enfoque de un servicio es la satisfacción de necesidades

Comercio exterior. El comercio exterior representa el intercambio entre un país y otro, con el fin de que las naciones involucradas puedan cubrir sus necesidades de mercado tanto externas como internas.

Es por esta misma razón que si algún país cuenta con exceso de producción de un bien, encuentra beneficios vendiendo en el exterior a países que lo necesitan.

Aunque, conforme avanza la sociedad, los procesos se hacen más complejos, por lo que el comercio exterior actual no sólo funciona en cuanto a las necesidades de un país. Pues también algunos países al lograr la especialización en la producción de ciertos productos gracias a la adopción de tecnología avanzada, tienen la capacidad de distribuirlos a aquellos países que les resulta difícil o costoso producirlos en su propio territorio. (Mones, Comercio y aduanas , 2021)

Balanza de pagos. La Balanza de pagos constituye una importante fuente de información sobre el desempeño de los países frente a la economía internacional, al ser un registro sistemático de la actividad económica que ha tenido lugar durante un determinado periodo tiempo entre los agentes de una economía y el resto del mundo.

La balanza de pagos es un registro estadístico de las transacciones realizadas entre residentes y no residentes dentro de un periodo determinado de tiempo, por lo general un año. Las

transacciones comprenden bienes, servicios y transferencias, además de los cambios en los activos y pasivos financieros. Se puede entender la balanza de pagos como una cuenta T en la que cada transacción debe generar cambios tanto en el débito como en el crédito, los créditos se registran con signo positivo y los débitos con signo negativo. (Solano, 2006)

Importación. La importación es el traslado de bienes y servicios del extranjero. Primordialmente esta actividad depende de dos agentes, el que requiere el producto o servicio y el que lo brinda o lo fabrica. A estas dos partes se les conoce formalmente como importador y exportador, cuando se habla de importación, necesariamente se tiene que entender qué es exportación, son dos conceptos que siempre van de la mano:

El importador se entiende que es el agente que compra los productos o servicios producidos en otro país.

El exportador es aquel que vende al exterior sus servicios o los productos que fabrica.

En otros términos, la importación consiste en el ingreso legal de mercancías de un país origen al país importador, principalmente para satisfacer el consumo que a veces no se puede abastecer con los propios recursos del país. (Mones, Comercio y aduanas, 2020)

Exportación. La exportación es la salida de bienes y servicios del territorio nacional o de una zona franca cumpliendo todos los requisitos de la ley en uso por los países involucrados y que produce como contrapartida un ingreso de divisas. Existen dos clases de bienes exportables: Tradicionales y No Tradicionales.

Las exportaciones no tradicionales están constituidas por productos nuevos en el ámbito exportable, que presentan un comportamiento muy dinámico; son aquellas que cambian su importancia en la economía por su crecimiento como producto de venta internacional; además, por lo general, los bienes no tradicionales llevan un alto valor agregado en su proceso productivo. Por

su parte, las exportaciones tradicionales son constituidas por bienes que no sufren una transformación importante de su esencia durante su proceso productivo. (Icesi, 2008)

Arancel de aduanas. Es el conjunto de derechos que gravan la importación o exportación de las mercaderías con relación a un territorio aduanero determinado. Se trata de un instrumento que permite a los interesados determinar el costo de ingresar a un mercado, puesto que la normativa de la OMC (organización mundial del comercio) pretende que la regulación del comercio internacional de mercancías se efectúe solo mediante el arancel de aduanas, de manera que cualquier barrera u obstáculo al comercio que se quiera imponer se pueda, como ha ocurrido con la obligación que en este sentido se ha impuesto en el Acuerdo Sobre la Agricultura para aquellos países o territorios aduaneros que han intentado proteger su sector agrícola utilizando otro tipo de barreras. Ello, para dotar de transparencia al comercio internacional, pues es claro que tanto los derechos ad valorem como los específicos permiten calcular con certeza el costo para obtener la libre circulación de mercancía en un territorio aduanero. (Younes & Carrero, 2009)

Territorio aduanero nacional. Se entiende el ámbito geográfico dentro del cual, las disposiciones aduaneras de la República son aplicables. Comprende la tierra firme insular del país, sus aguas jurisdiccionales y el espacio atmosférico que a ambas cubre. Por aguas jurisdiccionales se entienden las aguas interiores y las aguas limítrofes o fronterizas y su mar territorial. Integran también el territorio aduanero nacional los enclaves de la Aduana de la República que se establezcan en territorio extranjero. No integran el territorio aduanero nacional, las zonas francas, puertos francos y otros exclaves aduaneros establecidos o a establecerse en el territorio nacional. (finanzas, 2021)

4.3. Marco contextual

Interno:

En Colombia a nivel regional, el departamento del Tolima se consolida a nivel nacional como el que registra actualmente la mayor área sembrada y producción de aguacate del país. No obstante, a nivel de rendimiento por hectárea el departamento líder es el Bolívar. Sin embargo, la empresa se instalara en el Valle del Cauca ya que aparte de estar constituida principalmente por caleños también el Valle del Cauca cuenta con 45 pisos térmicos básicamente, pues es muy apetecido para el aguacate hass porque está en el trópico. Debido a esto El Valle se ha convertido en epicentro para exportar aguacate hass a Estados Unidos, Europa y América Latina.



Hidrografía

La red hidrográfica del Valle del cauca se compone de numerosas corrientes conformadas en dos vertientes, la del Pacífico y la del Magdalena, a través del río Cauca. Entre los ríos de la primera están el Naya, Yurumanquí, Anchicayá, Dagua, Casambre, Calima, Dovio, Vueltos y Garrapatos. En el río Cauca desembocan, entre los más importantes, el Desbaratado, Frailes, Nima, Amaima, Zabaletos, Sonso, Tuluá, Bugalagrande, Guadalajara, La Vieja, Timba y Cali.



Cultura

La cultura del Valle del Cauca es el resultado de una larga historia, muchos cambios y una especial mezcla entre las razas y costumbres de los indígenas prehispánicos, los esclavos africanos, los colonos españoles y los inmigrantes de otros departamentos de *Colombia*.

Desde los tiempos de la colonia, se formó una identidad propia entre los habitantes del territorio, sin importar sus orígenes. El *Valle del Cauca* ha tomado costumbres propias de otros departamentos, traídas por los inmigrantes antioqueños, tolimenses y nariñenses que han compartido sus tradiciones hasta hacerlas parte de la gastronomía vallecaucana.

La Salsa es la representación cultural más notoria de esta región. Allí se vive una verdadera pasión por la Salsa, que brota desde que aprenden a caminar. ¡No en vano, Cali es conocida como la Capital Mundial de la Salsa.



Cultivo de aguacate hass en el valle del cauca

El cultivo de aguacate Hass es una de las apuestas en su estrategia de reactivación económica del campo vallecaucano. Para ello, a través de la Secretaría de Ambiente, Agricultura y Pesca se inició un ciclo de visitas a proyectos exitosos de este cultivo.

La Tulia, en Bolívar, donde se concentra la mayor producción de aguacate Hass en el departamento, se podrá conocer la experiencia que se desarrolla. Son más de 6.000 plazas con cultivo de aguacate Hass y más de 800 empleos formales en la zona.

El Gobierno del Valle busca replicar estas experiencias, fomentar la asociatividad entre productores campesinos y darle un impulso a la economía local.

El Valle del Cauca se ha convertido en epicentro para exportar aguacate hass a Estados Unidos, Europa y América Latina.

Actualmente el departamento cuenta con 1800 hectáreas de siembra de aguacate hass en los municipios de Roldanillo, Bolívar, Trujillo, El Cairo, Versalles y el Águila lo que ha permitido la venta al mercado extranjero de la fruta, las primeras ventas que se hicieron a diferentes países salieron del norte del Valle del Cauca. Se hizo de una finca del municipio de Bolívar que cumplía todas las normas de tecnificación que exigían los Estados Unidos, aquí está Pacific Fruits que es otra comercializadora y también ha hecho varias exportaciones.

La Gobernación del Valle del Cauca, en coordinación con el Ministerio de Agricultura y el Instituto Colombiano Agropecuario, trabaja mediante entrega de insumos, herramientas y asistencia técnica con 45 asociaciones integradas por campesinos que se dedican al cultivo de la variedad, que se ha convertido en el negocio rentable en el campo colombiano, hasta el punto de que está siendo usada como sombrero para los cafetales, quitándole terreno al plátano.

Afortunadamente en el Valle del Cauca tiene 45 pisos términos básicamente para todos los cultivos pues es muy apetecido para el aguacate hass porque aquí estamos en el trópico, el aguacate necesita bastante sol, pero podemos producir todo el año.



Externo:

Colombia es actualmente el primer proveedor de aguacate en Europa. El aguacate está posicionado como uno de los principales jalonadores de la canasta agroexportadora, gracias al sabor, calidad y sostenibilidad, que día a día siembran los productores nacionales y que apoyan los inversionistas extranjeros. España y Colombia están unidas por un tratado de libre comercio, el cual permite a ambos estados la importación y exportación de sus productos sin muchas trabas. En definitiva, las relaciones de comercio exterior entre estos dos países se mantienen fuertes y saludables. Esto contribuye a la internacionalización de productos, algo que permite garantizar el crecimiento de ambos países, los cuales están muy unidos tanto por la historia como por el comercio.



4.4. Marco legal

Normatividad vigente en Comercio Exterior colombiano

El Comercio Exterior en Colombia, tiene como marco legal principal a la Constitución Nacional. Las potestades y deberes de todos los actores del Comercio Exterior en Colombia se ciñen al texto de los siguientes artículos de la Constitución Nacional, en general: (legiscomex, 2024)

Leyes marco de comercio exterior

Ley 6 de 1971 – Ley marco de aduanas: por la cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno para modificar los aranceles, tarifas y demás disposiciones concernientes al régimen de aduanas.

Dec.2666 de 1984: por el cual se revisa parcialmente la legislación aduanera.

Dec.1909 de 1992: por el cual se modifica parcialmente la legislación aduanera.

Dec.2685 de 1999 – Régimen de Aduanas 1999: por el cual se modifica la legislación aduanera.

Dec.1232 de 2001: por el cual se modifica parcialmente el Dec. 2685 de 1999 y se dictan otras disposiciones.

Ley 67 de 1979 - Sociedades de comercialización internacionales: Por la cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el Presidente de la República, para fomentar las exportaciones a través de las Sociedades de Comercialización Internacional, y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior.

Ley 48 de 1983 – Ley marco. Criterios generales que orientan las regulaciones sobre comercio exterior (El artículo 27 de la ley 7 de 1991 la deroga en “lo pertinente”): Por la cual se expiden normas generales a las cuales debe sujetarse el gobierno nacional para regular aspectos del comercio exterior colombiano.

Ley 7 de 1991 – Criterios generales para la regulación del comercio exterior. Creación del Ministerio de Comercio Exterior, del Banco de Comercio Exterior y del Fondo de Modernización Económica: 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 – Criterios generales para las regulaciones sobre cambios internacionales, inversión extranjera y comercio internacional del café: Por la cual se dictan normas generales a las que deberá sujetarse el Gobierno Nacional para regular los cambios internacionales y se adoptan medidas complementarias.

Ley 790 de 2002: por la cual se expiden disposiciones para adelantar el programa de renovación de la administración pública y se otorgan unas facultades extraordinarias al Presidente de la República.

Ley 1014 de 2006 De fomento a la cultura del emprendimiento.

Artículo 4°. Fusión del Ministerio de Comercio Exterior y el Ministerio de Desarrollo Económico. Fusióñese el Ministerio de Comercio Exterior y el Ministerio de Desarrollo Económico y confórmese el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Los objetivos y funciones del Ministerio de Desarrollo y Comercio serán las establecidas para los ministerios fusionados.

4.5. Marco temporal

Esta investigación va comprendida en un periodo de tiempo de 4 años, que se extienden desde agosto de 2021 donde se desarrolló el ante proyecto del análisis y se presentó en Junio de 2022 para darle continuación y fin como proyecto de grado para el año 2025.

5. Diseño metodológico del proyecto

La realización de los objetivos planteados al inicio del presente trabajo se hará mediante los estudios de viabilidad pertinentes, con el fin de establecer si el proyecto puede ser ejecutado posteriormente.

Para la evaluación de un proyecto, es necesario realizar varios estudios de viabilidad: de Mercado, Técnico, Organizacional, Legal, Financiero, Económico, los análisis de Riesgo y la evaluación de los Impactos sociales y ambientales.

De acuerdo con Landaure, citado por ESAN (2017) "A través de ciertos indicadores y con la información procesada en el estudio de viabilidad es posible determinar si un proyecto es viable o no, y en caso de que lo sea qué tan viable es, cuáles son sus fortalezas y debilidades" (ESAN, 2017)

De acuerdo con los objetivos específicos planteados en el capítulo 2 (dos) del presente trabajo, los aspectos investigativos deben enfocarse hacia los siguientes estudios descritos a continuación.

Estudio de Mercados: el comercio internacional se ha concentrado principalmente en el aguacate Hass, dado sus características físicas, mayor resistencia durante el transporte y la preferencia de los consumidores sobre otros aguacates. México es el mayor exportador global de aguacate y, además, el mayor productor, con una participación del 31% (cifras FAO 2019), seguido por República Dominicana (9%), Colombia (7%), Perú (7%) e Indonesia (6%).

Actualmente nuestro país (Colombia) exporta el 8% de su producción de aguacate y, tal como lo mencionamos, el comercio internacional tiene una preferencia por la variedad Hass, además de ser un tipo de producto que soporta las condiciones logísticas de exportación. Por esta razón, aunque Colombia sea el tercer país en producción de dicha fruta, no necesariamente ocupa

esta misma posición en las exportaciones. Así mismo, aunque Europa sigue siendo el principal destino de nuestras exportaciones, el país avanza en la diversificación de mercados (bancolombia, 2021)

Al desarrollar el estudio de mercado se realiza la selección del país de España ya que en él se aloja bastante potencial para comercializar el producto, para ello se tuvo en cuenta una serie de variables económicas, comerciales, políticas y logísticas que lo hace aún más atractivo, pues nos ofrece condiciones y oportunidades para realizar la exportación.

Estudio Técnico: Consideraciones del empaque de productos frescos.

El diseño preliminar debe considerar:

- Prevención de daño mecánico. - Tamaño y forma. - Resistencia. - Ventilación. -

Materiales usados en su construcción. - Apariencia y etiquetado.

Los envases deben ser fáciles de manejar y estibar, no demasiado pesados y de dimensiones y formas apropiadas para adaptarse al vehículo de transporte. La resistencia de un envase es el reflejo directo de su tamaño, de su forma y de los materiales y técnicas usadas en su construcción. Debe probarse la capacidad del envase para soportar la estiba en condiciones de humedad y si se ha de transportar en vehículos abiertos, debe considerarse también la necesidad de materiales impermeables, o de introducir modificaciones en los vehículos mismos

. Requisitos generales.

Para su comercialización los frutos de aguacate deben estar sujetos a los requisitos y tolerancias permitidas, además, deben tener las siguientes características físicas:

- Estar en estado de madures fisiológica. - Fruto entero. - Forma característica de la variedad de aguacate. - Aspecto fresco y consistencia firme. - Fruto sano libre de ataques de insectos como barrenador y pasador del fruto y enfermedades (antracosis y cercosporiosis), que

causen demerito a la calidad interna del fruto. - Libre de humedad externa anormal, fisuras y daños mecánicos, producidos en la etapa de cosecha y pos cosecha (recolección, limpieza, selección, clasificación, adecuación, empaque almacenamiento y transporte). - Exento de olores y sabores extraños (provenientes de otros productos, empaques, recipientes, y agroquímicos, con los cuales haya estado en contacto). - Exento de materiales extraños (tierra, polvo, agroquímico y cuerpos extraños). - Fruto con pedúnculo, cuya longitud debe ser máxima de 5mm. (Uribe, 2008)

En cuanto a las técnicas de comercialización se detectó que el consumidor español tiene gran interés por productos saludables ya que involucran beneficios para su salud, y es por ello que se hace de este producto una presentación práctica y atractiva para su consumo. Esto hará que se incremente la preferencia por productos extranjeros de alta calidad por los que estén dispuestos a pagar.

DOCUMENTOS SOPORTES DE EXPORTACIÓN

Factura comercial / factura proforma / contrato compraventa Carta escrita por Expo o Impo Vistos buenos de Exportación (sellos)

Lista de Empaque Documentación

DIAN : Certificado Inspección Sanitaria Certificado de Exportación Sanitaria Certificado Fitosanitario Sellos y tratamientos térmicos Adhesivos códigos de seguridad

:

Análisis de los impactos sociales y ambientales: Para el desarrollo sostenible de este proyecto es vital la implementación de buenas prácticas agrícolas y la utilización de nuevas tecnologías amigables con el medio ambiente, como fuentes no convencionales de energía, sistemas de riego por goteo, uso de insumos de tipo orgánico, las buenas prácticas agrícolas

(Global GAP), favoreciendo al ecosistema, la calidad de vida de los trabajadores y de los consumidores del producto final.

Al ser un producto orgánico no genera desechos contaminantes, por lo que en este sentido tiene un impacto ambiental positivo. Por ser un producto orgánico impacta positivamente a sus consumidores ya que hace parte de la dieta balanceada, aportando a su calidad de vida.

(MARTÍNEZ & GÓMEZ, 2019)

Se analiza que el sector agrícola favorece a las exportaciones del sector aguacatero, ya que esta es una de las agroindustrias del país, convirtiendo a Colombia en uno de los potenciales productores de aguacate en el mundo.

Para recolectar datos. El desarrollo de la investigación estuvo basado en la recolección de información mediante análisis de contenido, entrevistas, archivos, recopilación de instituciones como ProColombia , Ministerio de Agricultura, libros, Sitios Web especializados, reportes de agencias y/o instituciones internacionales y nacionales. Para el caso de los Sitios Web se realizaron entrevistas a especialistas sobre el tema agroindustrial relacionado con la producción de aguacate y su comercio externo.

5.1. Clase o tipo de investigación

El presente trabajo se enmarca en un tipo de investigación descriptivo, con enfoques multimetódicos, 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 corte cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social vista desde una perspectiva externa y objetiva. Su intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar sus resultados a

poblaciones o situaciones amplias. Trabajan fundamentalmente con el número, el dato cuantificable.

Durante el proceso de cuantificación numérica, el instrumento de medición o de recolección de datos juega un papel central. Por lo que deben ser correctos, o que indiquen lo que interese medir con facilidad y eficiencia.

Esto así es de suma importancia en nuestra investigación porque con este enfoque obtenemos datos precisos y exactos en cuanto a las preguntas que se le hacen a la población y nos ayuda a la toma de decisiones para poder alcanzar el éxito.

Estudio descriptivo. Es un estudio de tipo descriptivo ya que la investigación descriptiva es el método científico que describe y observa el comportamiento de las personas sin afectar sobre él de ninguna manera.

Este estudio también es muy útil y a la vez es empleado por los investigadores de mercadeo para evaluar los hábitos de los clientes o las entidades la que con las cuales se desea asociar.

El estudio descriptivo sirve en la investigación para conocer el comportamiento en el mercado de ciertos productos ya que también vamos a comercializar diferentes marcas y así saber la preferencia de la población específica a la cual le ofrecemos el producto, también para realizar encuestas detalladas acerca de los precios de los productos de nuestra competencia y compararlos para saber cuál es el mejor precio que podemos ofrecer.

5.2. Método de investigación

Los métodos utilizados para este trabajo de investigación son:

Método inductivo. Para Francis Bacon el método inductivo intenta facilitar un instrumento para analizar las experiencias. Para lograrlo, es necesario recopilar una buena cantidad de casos concretos relacionados con el fenómeno estudiado, para una inducción posterior, observando las características o propiedades comunes entre ellos. Este procedimiento debe llevar las particularidades a una generalidad.

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

Método deductivo. Según Bacon, en el método deductivo, el pensamiento va de lo general a lo particular, haciendo uso de una serie de herramientas e instrumentos para conseguir los objetivos propuestos con el fin de llegar al punto o esclarecimiento requerido.

En este sentido, podemos exponer que es frecuente que se empleen resúmenes, pues son los documentos que permiten concentrarse de manera clara y concisa en lo esencial de la empresa que produzca y comercialice aguacate a nivel internacional. No obstante, se explicará en que afecta y como se implementa la información obtenida.

5.3. Técnicas de investigación y recolección de la información

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 a 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, fuentes de información en la web e investigaciones relacionadas con la producción y comercialización internacional del aguacate.

Fuentes primarias usadas en la investigación. Se obtuvo información sobre las empresas reales y sobre aquellos proyectos relacionados con la producción y comercialización internacional del aguacate. Igualmente se hicieron las encuestas con el fin de conocer el nivel de aceptación y la viabilidad de una empresa que produzca y comercialice aguacate.

Población

La población objetivo fue determinada teniendo en cuenta los principales países a los que Colombia exporta): Países Bajos, Reino Unido, España y Francia; En Europa y Asia el aguacate es una fruta exótica muy apetecida y se ha encontrado mejores posibilidades de comercialización con precios más competitivos (legiscomex.com)

Proceso de exportación

De acuerdo al Ministerio de Agricultura colombiano, el área sembrada con aguacate en Colombia es de 28.000 hectáreas, con una producción anual de 250.000 toneladas. La variedad Hass suma 10.500 hectáreas y 47.000 mil toneladas, el 38% del total de la producción.

Lo primero que se necesita para exportar aguacate Hass desde Colombia es contar con un comprador que esté dispuesto a cumplir con las condiciones de negociación acordes al flujo de caja de su unidad de negocio, que encaje con las condiciones operativo/productivas de la cadena de valor y que se cuente con el cumplimiento del perfil técnico del requerimiento de compra (% materia seca, % de aceite y libras de presión) como lo es Barcelona-España en este caso. Lo siguiente a tener asegurada una opción de compra sería contar con los predios de producción del fruto. Dichos predios deben de contar previamente con el cumplimiento de los requisitos según resolución No. 00000448 de 21/01/2016 del Instituto Colombiano Agropecuario – ICA, donde se especifican las condiciones de cumplimiento para que dicho predio esté inscrito ante el ICA como “predio exportador” y que posteriormente dicho predio pueda ser inscrito en el sistema SISPA que permita estar disponible al momento de solicitar la exportación. Lo anterior exigirá que la finca cuente con un profesional con matrícula que pueda ser inscrito en el mismo sistema como responsable de la asistencia técnica.

Lo contemplado en la resolución anteriormente mencionada, contempla condiciones de operativas y de infraestructura como:

Entregar de manera trimestral informes fitosanitarios, estados fenológicos del cultivo, reportes de volúmenes de producción y de monitoreo de plagas en los formatos que se definan debidamente firmados.

Responder por la implementación de los “Planes de manejo fitosanitario para plagas de control oficial” que elabore el ICA según la especie o especies registradas en el predio.

Record de registros de visita del asistente técnico, con observaciones y recomendaciones, fechadas y firmadas *.

Record de registros de labores realizadas en el cultivo, fechadas y firmadas.

Registro de monitoreo de moscas de las frutas, fechados y firmados

Registro de capacitaciones al personal.

Reportes de fruta para exportación: constancia fitosanitaria firmada por el A.T., para predios con registro.

Lotes o **áreas claramente definidas**, destinadas a la producción técnica comercial de las diferentes especies y variedades.

Área de **acopio** temporal del producto cosechado.

Área para manejo de **residuos de cosecha**.

Área destinada al **almacenamiento de insumos agrícolas**.

Área de **dosificación y preparación** de insumos agrícolas.

Área de **almacenamiento de quipos de trabajo**, utensilios y herramientas.

Unidad sanitaria y sistema de lavamanos.

Una vez se cuente con el predio que cumpla las condiciones, el exportador deberá contar con su asignación de resolución como “Exportador de frutos frescos” que está contemplado en la misma resolución en los capítulos III y IV en complemento de la RESOLUCIÓN No. 001806 (7 SET. 2004) de la misma entidad.

Desde el punto de vista operativo y aduanero, el desarrollo de dicha exportación no deberá estar por fuera del esquema establecido por DIAN en su Decreto 1165 de 2019 artículos 343, 346-363. Para hacerlo más visible, se presenta a continuación un esquema que grafica la

operación de acuerdo a lo establecido en la Resolución 344 del 21 de junio del 2011 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, creó la figura del “exportador autorizado”.

1. Solicitud de autorización de embarque (SAE)	2. Aceptación de la SAE	3. Traslado al lugar de embarque o zona franca con planilla de traslado	4. Ingreso a zona primaria aduanera o zona franca
El declarante: ante la administración de aduanas con jurisdicción en el lugar donde se encuentre la mercancía.	La DIAN: previa verificación de las causales para no aceptar la SAE. Vigencia: 1 mes.	El declarante, exportador, transportador o responsable del depósito: dentro del término de vigencia de la SAE.	El puerto, el transportador o el usuario operador de zona franca: al momento de ingreso de la mercancía.
8. Certificación de embarque	7. Embarque	6. Autorización de embarque	5. Inspección aduanera
El transportador: dentro de las 24 horas siguientes al embarque. Si la DIAN reporta inconsistencias, estas	Dentro del término de vigencia de la SAE.	La DIAN: cuando así lo determine por sistema o previa inspección documental, física o no intrusiva, si	La DIAN según el análisis de riesgo o a solicitud del declarante. Puede ser documental, física o no intrusiva. Se suspende

deben ser corregidas por el transportador dentro las 24 horas siguientes.		se establece conformidad entre lo declarado y lo inspeccionado.	el término de vigencia de la SAE. Debe realizarse en forma continua y concluirse a más tardar el día siguiente en que se ordenó su práctica.
9. Declaración de exportación definitiva			

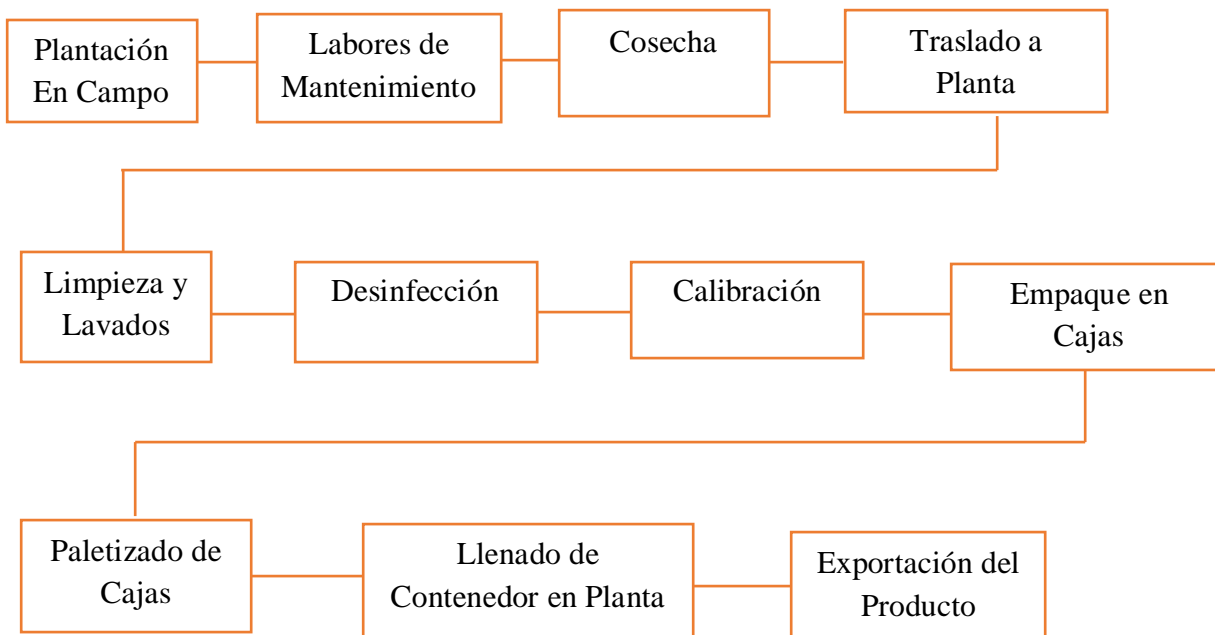
Este esquema se deberá ejecutar en paralelo al conjunto de actividades propias al marco operativo (y no necesariamente normativo) que contiene la ejecución minuciosa de una exportación como lo puede ser la inscripción y reserva con la naviera, solicitud de retiro de la unidad de contenedor en cumplimiento con las disposiciones de refrigeración, nivel de ventilación, medidores termoestáticos y/o mecanismos de dosificación de dióxido de carbono; así como también la negociación de tarifas y condiciones de servicio de la agencia de aduana (agente aduanal o broker de aduana), además de las condiciones del transportista carretero con la ruta planta – puerto, finalmente las citas de ingreso, inspección de verificación / calificación y cargue a buque que tendrán la mercancía según condiciones de entrega FOB puerto de origen o CIF puerto de destino (Incoterms, 2020). La entrega de documentos como: factura comercial, lista de empaque, BL, certificado de origen (o EUR1) y certificado fitosanitario deberán ser entre otros despachados a destino para que el importador tenga acceso a la disposición de la mercancía.

La exportación podrá considerarse como finalizada una vez el cliente en el exterior (es decir por fuera del territorio aduanero colombiano) haya notificado haber recibido la carga, y se hayan cumplido con los protocolos de homologación y cumplimiento de normas en destino para

que el comprador pueda disponer de la carga y se inicie una comercialización a cliente final del producto. Eso permitiría el cumplimiento o la confirmación final del pago del comprador para sí junto con el DEX participar al banco en el momento de la monetización de divisas de una forma de declaración de cambio para que las cuentas “venta y pago” queden “ok” ante saldos de la autoridad aduanera. (internacional)

Proceso de exportación

El presente trabajo se da gracias a la oportunidad de negocio que vemos con este producto en el exterior, específicamente en Barcelona (España). El aguacate es un producto clave en la producción colombiana, es uno de los más exportados en este país por su sabor y los nutrientes que aporta, debido a esto y a su gran demanda en Europa vemos factible realizar esta operación y esta es la razón principal por la cual lo elegimos. Nuestro objetivo es realizar un estudio de factibilidad desde Santiago de Cali (Colombia) hacia Barcelona (España).



6. Estudio de Mercado

6.1. Análisis del Sector

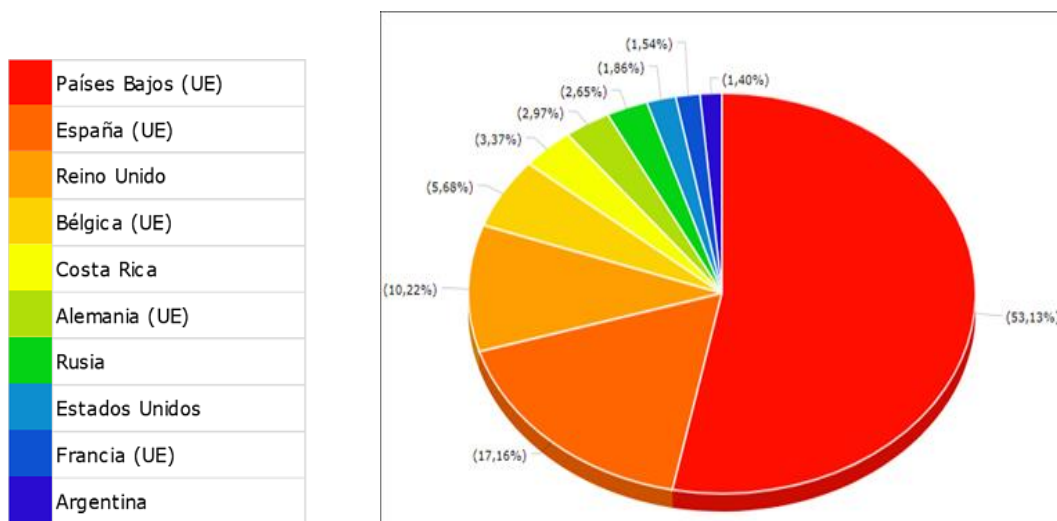
6.1.1 El sector exportador colombiano

Hay que destacar que el mercado del aguacate y en especial el aguacate hass, ha tenido un crecimiento positivo durante los últimos años en muchas partes del mundo, y fue por esto que en el 2020 el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) mediante el Decreto 1085 del 2020 desdobló la subpartida arancelaria 0804.40.00.00 correspondiente a aguacates (paltas), dejando la subpartida arancelaria 08004.40.00.10 para la variedad hass y la subpartida 0804.40.00.90 para las demás variedades. Basado en cifras de la Corporación de Productores y Exportadores de Aguacate Hass de Colombia (Corpohass), el jefe de la cartera de Comercio, Industria y Turismo, dijo que las exportaciones de este tipo de fruto el año pasado aumentaron en un 20,8%, con un total de 114.533 toneladas exportadas, frente a las 138.315 toneladas vendidas al mercado externo en 2023.

Para la producción agrícola del país, el aguacate de variedad hass ha sido uno de los protagonistas, ya que, según las estadísticas del Sistema de Inteligencia Comercial de Legiscomex, Colombia exportó para enero del 2025 un aproximado de 6.532 toneladas de Aguacate Hass, por el hecho de que tuvimos la actuación del Super Bowl

Para muchos países este producto se ha vuelto esencial para el consumo dentro de la canasta familiar o para este tipo de eventos que incentivan mucho su consumo.

Principales países destinos de las exportaciones del aguacate variedad hass en participación 2024-2025



6.1.2 El mercado del producto en el exterior

El aguacate Hass colombiano continúa siendo un gran éxito en los mercados internacionales. Con un volumen superior a las 120.000 toneladas, superando los US\$250 millones, consolidando a Colombia como uno de los principales exportadores mundiales, manteniendo su posición como tercer exportador global después de México y Perú.

Colombia sigue expandiendo su presencia en mercados clave como Estados Unidos, Europa (en especial España, Países Bajos , y Reino Unido.), y países de Asia como China y Japón , donde el aguacate Hass colombiano ha sido muy bien recibido. La industria aguacatera en Colombia ha experimentado un significativo crecimiento en La producción de aguacate Hass aumentado gracias a la adopción de tecnologías que se han podido implementar.

En España, el aguacate es un producto muy demandado , impulsado por la creciente tendencia hacia dietas más saludables y eventos deportivos especialmente. España continúa

siendo uno de los principales importadores del aguacate Hass. Ahora nos preguntamos porque España importa aguacate colombiano si ellos también los producen, esto se debe a que la temporada de cosecha es limitada, por lo que el aguacate escasea y recurren a la importación del mismo.

Además, el aguacate Hass colombiano ha encontrado un lugar cada vez más importante por sus propiedades nutricionales y su versatilidad, las exportaciones colombianas siguen siendo competitivas en cuanto a calidad, lo que mantiene su presencia en el mercado europeo.

En un futuro, se espera que el mercado del aguacate Hass en Colombia siga creciendo por el aumento de la demanda internacional, tanto en las inversiones en infraestructura, en técnicas de cultivo, expansión de mercados y que permitirá que siga consolidando a Colombia como un actor fundamental en la industria

6.1.3 Análisis DOFA

DEBILIDAD	OPORTUNIDAD	FORTALEZA	AMENAZA
❖ Ausencia de agricultores, con predios inscritos ante el ICA.	❖ La producción de aguacate Hass en Colombia se da durante los 11 meses del año.		❖ Volatilidad de la tasa de cambio
❖ la red vial para llegar a los puertos del pacifico	❖ Desarrollo económico de Colombia	❖	❖ Centralización de las importaciones de aguacate Hass Colombiano en más países.
❖ Altos gastos financieros	❖ Crecimiento del gremio aguacatero	❖ Contenedores con tecnología, para el transporte marítimo.	❖ las exigencias fitosanitarias del mercado Europeo
❖ Precio comparativo alto	Incremento en los ingresos del mercado	❖ Precios ofertados por el mercado internacional.	❖ Desastres naturales

❖ Falta de capital	Demanda en aumento	❖ Conocimientos técnicos	❖ Soborno y corrupción
--------------------	--------------------	--------------------------	------------------------

6.2. Inteligencia de Mercados

6.2.1 Posibles mercados para exportación del producto

Países bajos

Cultura

La cultura de los Países Bajos es una mezcla de tradición e innovación, con una fuerte influencia de la historia marítima, la arquitectura, el arte y el comercio. La sociedad neerlandesa es muy respetuosa con la diversidad, y se caracteriza por ser progresista, abierta y tolerante.

Bailes y Música Tradicional

En los Países Bajos, la música y el baile tradicional tienen una importancia menor en la vida diaria en comparación con otros aspectos culturales, pero todavía existen algunas formas tradicionales que reflejan la herencia cultural del país:

Baile tradicional neerlandés:

El "volkstanz" es una danza tradicional que se realiza en algunas zonas rurales del país. Este tipo de danza está vinculado a las festividades y celebraciones populares, y es similar a otras danzas folk de Europa del Norte.

Se caracteriza por pasos sencillos y movimientos circulares que suelen realizarse en pareja o en grupos pequeños. Las canciones que acompañan el baile suelen ser alegres y festivas.

Música folclórica:

En las zonas rurales, especialmente en los pueblos de Frisia y algunas regiones del sur, se puede encontrar la música folclórica tradicional. Esta música incluye instrumentos como la acordeón y el fiddle (violín), y los géneros suelen estar ligados a las festividades regionales.

Día del Rey (Koningsdag):

Durante el Día del Rey (27 de abril), los neerlandeses celebran con música, bailes y conciertos al aire libre. Es una fiesta nacional que incluye desfiles, actuaciones musicales y el tradicional "mercado de libres" donde las personas venden objetos usados.

Aunque no es un baile tradicional en sí, las festividades de este día incluyen mucha música en vivo y danzas de estilo moderno y festivo.

Ferias y Festividades Típicas

Los Países Bajos tienen muchas festividades y ferias a lo largo del año que celebran tanto la historia del país como sus tradiciones culturales. Algunas de las más destacadas incluyen:

Día del Rey (Koningsdag):

Es la fiesta nacional más importante del país, celebrada el 27 de abril en honor al cumpleaños del rey Guillermo Alejandro. Durante este día, los neerlandeses se visten con ropa naranja, el color nacional, y participan en desfiles, mercados callejeros, conciertos y otras actividades.

La ciudad de Ámsterdam es especialmente famosa por sus celebraciones, donde se realizan grandes fiestas al aire libre y los canales se llenan de barcos decorados.

Carnaval:

Carnaval es una fiesta de origen católico que se celebra en varias regiones de los Países Bajos, especialmente en el sur del país, en zonas como Limburgo. La fiesta tiene lugar entre febrero y marzo, antes del inicio de la Cuaresma.

Durante el carnaval, se realizan desfiles con carrozas decoradas, se baila y se cantan canciones alegres. La gente se viste con disfraces coloridos, y las ciudades y pueblos se llenan de música y danza. Es una de las festividades más animadas del país.

Costumbres y Tradiciones

La bicicleta:

Una de las costumbres más emblemáticas de los Países Bajos es el uso de la bicicleta. Los neerlandeses utilizan la bicicleta como medio de transporte principal. Las calles y carreteras están muy bien adaptadas para este tipo de vehículos, y las bicicletas son parte esencial de la vida cotidiana.

Moneda

- **Moneda:** Euro (€). Es la moneda oficial de los Países Bajos.
- **Cambio:** El valor del euro con respecto al peso colombiano varía, por lo que es importante seguir de cerca las fluctuaciones en el tipo de cambio.

Gastronomía

En los Países Bajos se consume una dieta basada principalmente en patatas, carne y pescado.

Aguacate: Su consumo ha ido en aumento debido al interés por productos saludables. Es muy común en ensaladas y como complemento en platos rápidos. Los Países Bajos importan aguacate de varios países, como México, Perú y España.

Religión

La mayoría de la población es cristiana, con una mayor presencia del protestantismo. También existe una significativa proporción de católicos y personas sin afiliación religiosa.

Política

Sistema político: Los Países Bajos son una monarquía constitucional, con un sistema parlamentario.

Gobierno: El país tiene un gobierno estable con políticas económicas y sociales progresistas.

Relación con Colombia: Como miembro de la Unión Europea, los Países Bajos tienen acuerdos comerciales favorables con países fuera de la UE, como Colombia. Las exportaciones de productos agrícolas, incluidos los aguacates, son comunes bajo acuerdos como el Tratado de Libre Comercio (TLC).

Población

Población: Aproximadamente 1,6 millones de personas.

Densidad poblacional: Es uno de los países más densamente poblados de Europa.

Demografía: Hay una población diversa, con una creciente comunidad extranjera, lo que incluye migrantes de diversas partes del mundo, incluidos los países de América Latina.

FORMULA DE LA MUESTRA EN POBLACION

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

- Donde:
- n = Tamaño de la muestra requerido.
- N = Tamaño de la población (número total de individuos en la población).
- Z = Valor z (dependiente del nivel de confianza, por ejemplo, para un nivel de confianza del 95%, $Z=1.96$).
- p = Proporción estimada de la característica de interés en la población (si no se tiene una estimación, se puede usar $p=0.5$ para maximizar el tamaño de la muestra).
- E = Margen de error tolerado (por ejemplo, 0.05 para un margen de error del 5%).

Vamos a usar la formula para determinar la muestra en la población de Barcelona – España

Tamaño de la población (N): Barcelona tiene aproximadamente 1.6 millones de habitantes (1,600,000).

Proporción estimada (p): Si no tenemos una estimación previa, usaremos 0.5, que es conservadora y maximiza el tamaño de la muestra.

Nivel de confianza (Z): Supongamos un nivel de confianza del 95%, lo que corresponde a un valor Z de 1.96.

Margen de error (E): Supongamos un margen de error del 5%, es decir, $E = 0.05$.

Sustituyendo los valores:

$$n = \frac{1,600,000 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}{(0.05)^2 \cdot (1,600,000-1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}$$

1. $Z^2 = 1.96^2 = 3.8416$

2. $P \cdot (1-p) = 0.5 \cdot 0.5 = 0.25$

3. El numerador es:

$$1,600,000 \cdot 3.8416 \cdot 0.25 = 1,600,000 \cdot 0.9604 = 1,536,640$$

4. El denominador es:

$$(0.05)^2 = 0.0025$$

$$0.0025 \cdot (1,600,000-1) = 0.0025 \cdot 1,599,999 = 3,999.9975$$

$$3.8416 \cdot 0.25 = 0.9604$$

$$0.0025 \cdot 1,599,999 + 3.8416 \cdot 0.25 = 3,999.9975 + 0.9604 = 4,000.9579$$

5.

$$n = \frac{1,536,640}{4,000.9579} = 384,16$$

por lo tanto, el tamaño de la muestra necesario para una población de 1.6 millones de personas en Barcelona, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, es aproximadamente 384 personas.

FORMULA DE LA POBLACION OBJETIVO

$$\text{Población Objetivo} = P \times S \times T$$

P = Población total de Barcelona. Según datos recientes, la población de Barcelona es aproximadamente 1.6 millones de habitantes (1,600,000).

S = El segmento de personas de entre 18 y 70 años, que representan el 3.37% de la población total de Barcelona

T = El tamaño de muestra que deseo obtener es de 500 personas

$$\text{Población Objetivo} = 1,600,000 \times 0.0337 \times 500$$

$$\text{Población Objetivo} = 1,600,000 \times 16.85 = 26,960,000$$

La fórmula Población Objetivo generalmente hace referencia a la población específica que se quiere estudiar en un determinado contexto. Es decir, esta fórmula se utiliza para calcular una subpoblación dentro de una población más grande, que está relacionada con una muestra o con un segmento particular de interés.

La fórmula del tamaño de la muestra es una fórmula utilizada para determinar cuántos individuos deben ser seleccionados en una muestra de una población para que los resultados de

la muestra sean representativos y fiables, dentro de un cierto nivel de confianza y con un margen de error determinado.

Hidrografía

Los Países Bajos tienen un extenso sistema fluvial, canales y lagos. Gran parte de su territorio está por debajo del nivel del mar, lo que requiere un avanzado sistema de gestión de aguas, como diques y bombas.

Tecnología

El país está a la vanguardia de la tecnología, especialmente en lo que respecta a la agricultura y la gestión del agua.

Innovación agrícola: Los Países Bajos son líderes en el uso de tecnología en la agricultura (como invernaderos y sistemas de irrigación inteligentes), lo que facilita la importación de productos agrícolas frescos como el aguacate, ya que tienen una infraestructura logística avanzada.

Ambiente

Los Países Bajos están muy comprometidos con la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático. La gestión del agua y la agricultura sostenible son áreas clave de interés.

Las prácticas agrícolas sostenibles son importantes, por lo que las certificaciones de comercio justo o sostenibilidad pueden mejorar las oportunidades de exportación de aguacate Hass.

Idioma

El idioma oficial es el neerlandés, pero la mayoría de la población habla inglés con fluidez, especialmente en las grandes ciudades y en el entorno de negocios.

Comercialización en inglés: Debido a la alta competencia y el enfoque internacional del país, el inglés es comúnmente utilizado en el comercio y la negociación de productos importados.

Exportación de Aguacate Hass en los Países Bajos

Los Países Bajos son un importante centro de distribución en Europa. Desde allí, el aguacate se distribuye a otros mercados europeos.

Demanda creciente: En los últimos años, la demanda de aguacate ha crecido significativamente debido a las tendencias de salud y bienestar, lo que ha aumentado el consumo de este producto en el país.

Importaciones: Los Países Bajos importan aguacate de varios países productores como México, Perú, y ahora también Colombia, especialmente en los últimos años gracias a acuerdos de libre comercio.

- España (País seleccionado)
- Reino unido

Cultura: La cultura del Reino Unido es muy rica y diversa, con influencias que provienen de su historia imperial y su rol como centro cultural y comercial mundial. A lo largo de los siglos, el Reino Unido ha sido hogar de una gran cantidad de comunidades y tradiciones, lo que ha dado lugar a una mezcla cultural única.

Diversidad cultural: El Reino Unido es un crisol de culturas, debido a su historia de colonización, comercio y migración. Hay una gran variedad de grupos étnicos y comunidades, lo que ha enriquecido sus costumbres, festividades y gastronomía.

Lengua: El inglés es el idioma principal, pero debido a la diversidad cultural, también se hablan otros idiomas como el galés (en Gales), el escocés (en Escocia) y el gaélico irlandés (en Irlanda del Norte).

Arte y literatura: El Reino Unido ha producido algunos de los más grandes escritores de la historia, como William Shakespeare, Charles Dickens y Jane Austen. Además, la música británica ha tenido una gran influencia global, con bandas y artistas como The Beatles, The Rolling Stones y Adele.

Bailes Tradicionales: Aunque la música y el baile no son la principal forma de entretenimiento en el Reino Unido, sí existen algunas danzas tradicionales que forman parte de la cultura, especialmente en las zonas rurales y durante festividades especiales.

1. **Morris dancing:**

Este es uno de los bailes más conocidos del Reino Unido. Es una danza tradicional inglesa que generalmente se realiza en grupos y se acompaña de música folklórica. Se caracteriza por el uso de palos, pañuelos o cascabeles. El Morris dancing se realiza en celebraciones como el May Day (el Día de Mayo) y otras festividades.

2. **Highland dancing:**

En Escocia, el Highland dancing es una parte importante de la cultura escocesa. Este baile se caracteriza por movimientos rápidos y dinámicos, y es especialmente popular durante el Festival de los Juegos de las Tierras Altas (Highland Games). Los bailarines visten el tradicional kilt escocés.

3. **Cotswold y Border morris:**

Estas son variantes del Morris dancing que se practican en las regiones de Cotswold y las fronteras de Inglaterra. En estas danzas, los participantes visten trajes coloridos y realizan movimientos rítmicos con herramientas como palos, sombreros y cascabeles.

4. **Ceilidh dancing:**

En Irlanda y Escocia, el Ceilidh es una danza tradicional que se realiza en pareja o en grupo. A menudo es acompañada de música celta y es popular en celebraciones comunitarias, como bodas y festivales locales.

Ferias y Festividades Típicas

Las ferias y festividades del Reino Unido son una parte esencial de la vida social y cultural, reflejando la diversidad de la sociedad británica.

1. **Notting Hill Carnival** (Londres):

El Carnaval de Notting Hill, celebrado cada año en el barrio de Notting Hill en Londres, es uno de los festivales más grandes de Europa y uno de los más importantes de la comunidad caribeña. Esta fiesta, que tiene lugar en agosto, es conocida por sus coloridos desfiles, música caribeña, trajes brillantes, danza y comida.

2. **Edinburgh Festival Fringe**:

El Festival Fringe de Edimburgo es el festival de arte más grande del mundo. Se celebra todos los años en agosto en la ciudad de Edimburgo, Escocia, y presenta cientos de actuaciones de teatro, danza, comedia, música y mucho más.

3. **Glastonbury Festival**:

Aunque más conocido por ser un festival de música, Glastonbury es también una celebración cultural que atrae a miles de personas cada año. Además de la música, el festival incluye artes visuales, danza y teatro.

4. **Guy Fawkes Night (Bonfire Night)**:

El 5 de noviembre, el Reino Unido celebra la Noche de Guy Fawkes, con grandes hogueras y espectáculos de fuegos artificiales. La festividad conmemora el fracaso de la conspiración de la pólvora de Guy Fawkes, quien intentó volar el Parlamento en 1605. Es una noche de celebraciones al aire libre, especialmente en las zonas rurales.

5. **Mardi Gras**:

Aunque es más conocido por su celebración en Nueva Orleans, el Reino Unido también celebra el Mardi Gras, particularmente en algunas áreas del norte de Inglaterra. Se trata de una fiesta colorida llena de música, disfraces y bailes.

6. **St. Patrick's Day:**

Aunque es una festividad irlandesa, St. Patrick's Day (17 de marzo) también se celebra con entusiasmo en el Reino Unido, especialmente en Inglaterra, donde las comunidades irlandesas tienen una gran influencia. Las ciudades celebran desfiles, música irlandesa, bailes y eventos culturales.

Costumbres y Tradiciones

1. **El té de las cinco:**

Una tradición muy británica es el **té de las cinco** o **afternoon tea**, que consiste en una merienda que se disfruta a media tarde. Se suele servir té acompañado de pequeños bocados, como sándwiches, pasteles y **scones** con crema y mermelada.

2. **La puntualidad:**

Los británicos valoran mucho la **puntualidad** y el cumplimiento de los horarios, ya sea en reuniones de negocios o eventos sociales. La puntualidad se considera una muestra de respeto y profesionalismo.

3. **La etiqueta en la mesa:**

Las comidas en el Reino Unido suelen ser formales, especialmente en el contexto laboral o en eventos especiales. Las reglas de etiqueta en la mesa son estrictas, como usar cubiertos en el orden correcto y no comenzar a comer hasta que todos los comensales estén servidos.

4. **El respeto a la privacidad:**

Los británicos son conocidos por su respeto a la privacidad y el espacio personal. Las personas tienden a ser reservadas y no suelen hablar de temas personales en público.

5. **El uso de la "queue" (cola):**

Formar una fila o **queue** es una costumbre profundamente arraigada en la cultura británica. Es considerado de mala educación saltarse la cola en cualquier lugar, desde una tienda hasta una estación de tren.

Moneda

Moneda oficial: Libra esterlina (£). Es la moneda utilizada en el Reino Unido y en algunos territorios británicos de ultramar.

Gastronomía

Consumo de aguacate: El aguacate se ha convertido en un alimento popular en el Reino Unido, especialmente entre los consumidores conscientes de la salud. Se utiliza en una variedad de platos, desde desayunos hasta cenas, y es común encontrarlo en menús de restaurantes y supermercados.

Religión

Diversidad religiosa: El Reino Unido es hogar de diversas religiones, incluyendo el cristianismo (principalmente anglicanismo y catolicismo), el islam, el hinduismo, el sijismo y el judaísmo, entre otras. Esta diversidad se refleja en las festividades y tradiciones del país.

Política

Sistema político: Monarquía constitucional con un sistema parlamentario. La Reina Isabel II es la monarca actual, y el Primer Ministro es el jefe de gobierno.

Relaciones comerciales: El Reino Unido es un miembro activo de organizaciones internacionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC) y mantiene acuerdos comerciales con diversos países, incluyendo Colombia.

Población

Demografía: Aproximadamente 67 millones de habitantes. Londres es la capital y una de las ciudades más grandes y diversas del mundo.

Hidrografía

Ríos principales: El río Támesis es el más largo y atraviesa Londres. Otros ríos importantes incluyen el Severn, el Trent y el Clyde.

Tecnología

Innovación: El Reino Unido es líder en sectores como la tecnología financiera (fintech), la biotecnología y la inteligencia artificial. Londres es un centro global para startups tecnológicas y empresas emergentes.

Medio Ambiente

Compromiso ecológico: El Reino Unido ha establecido metas ambiciosas para reducir las emisiones de carbono y promover la sostenibilidad. Se han implementado políticas para fomentar el uso de energías renovables y la eficiencia energética.

Idioma

Idioma oficial: Inglés. Es el idioma principal en el Reino Unido y se utiliza en todos los ámbitos oficiales y comerciales.

Exportación de Aguacate Hass en el Reino Unido

Importaciones: El Reino Unido es un importador significativo de aguacate, con proveedores principales como Chile, Sudáfrica, Perú, España, Países Bajos, Israel, Colombia, México, Kenia y otros. Las importaciones varían según la temporada y la disponibilidad de los productores.

Oportunidades: Dado el creciente consumo de aguacate en el Reino Unido y la preferencia por productos de alta calidad, existe una oportunidad para que Colombia, especialmente desde Cali, exporte aguacate Hass al mercado británico. Es esencial cumplir con los estándares de calidad y las regulaciones fitosanitarias del Reino Unido.

Consideraciones Adicionales

Regulaciones: Es crucial estar al tanto de las normativas fitosanitarias y de importación del Reino Unido para garantizar que el aguacate Hass cumpla con los estándares requeridos.

Competencia: El mercado británico es competitivo, con varios países exportadores establecidos. Diferenciarse mediante la calidad, certificaciones de sostenibilidad y estrategias de marketing efectivas será clave para el éxito en este mercado.

- Estados Unidos

Cultura en Estados Unidos

Estados Unidos es una nación rica en diversidad cultural debido a su historia de inmigración y la fusión de diferentes tradiciones. Cada región del país tiene sus propias costumbres y tradiciones, lo que hace que la cultura estadounidense sea muy variada.

Bailes Tradicionales

Los bailes tradicionales en Estados Unidos varían según las influencias culturales de los grupos que han formado el país. Aunque el país no tiene un estilo de baile nacional único, hay varios géneros y danzas populares que reflejan la rica herencia cultural del país.

1. Cumbia y Salsa (Influencia latina):

En áreas con una significativa población latina, como California, Texas y Florida, la **salsa** y la **cumbia** son muy populares. Estos bailes provienen de las culturas de América Latina, especialmente de Cuba, Puerto Rico y Colombia, y son frecuentemente bailados en festivales y fiestas.

2. Country y Square Dance (Influencia del sur y el oeste):

El **country dance** y el **square dance** son típicos de las zonas rurales y del sur de Estados Unidos. Estos bailes se realizan en círculos o cuadrados, y son acompañados por música country o bluegrass. A menudo se practican en festivales o reuniones sociales en pequeños pueblos.

3. Jazz y Blues (Influencia afroamericana):

El **jazz** es una forma de música y baile que se originó en Nueva Orleans, y tiene una profunda influencia afroamericana. Aunque es más conocido por su música, el jazz también tiene una gran conexión con la danza, especialmente en sus formas más improvisadas. También el **blues** tiene un rol importante en la cultura musical y de baile.

4. **Hip-hop y Breakdance (Cultura urbana):**

El **hip-hop** es un fenómeno cultural que comenzó en los barrios urbanos de Nueva York en los años 70. El **breakdance** (o b-boying) es una de las expresiones más populares de este género, y se ha expandido a nivel mundial, convirtiéndose en parte importante de la identidad cultural de muchas ciudades estadounidenses.

Ferias y Festividades Típicas

Estados Unidos celebra una amplia gama de festivales y ferias que reflejan su diversidad cultural, y muchos de ellos tienen una gran relevancia para el mercado social y comercial.

1. **Mardi Gras (Nueva Orleans):**

Mardi Gras es un festival tradicionalmente asociado con la ciudad de Nueva Orleans, Louisiana. Este evento, que se celebra antes del inicio de la Cuaresma, es conocido por sus desfiles, máscaras coloridas, disfraces extravagantes, música, y baile. Es una fiesta de origen francés con influencias africanas y caribeñas, reflejando la rica mezcla cultural de la región.

2. **Thanksgiving (Acción de Gracias):**

El **Día de Acción de Gracias** es una de las festividades más importantes de Estados Unidos, celebrada el cuarto jueves de noviembre. Aunque no es una festividad de baile, las reuniones familiares son clave en este día. Es una celebración que involucra comidas tradicionales como el pavo, el puré de papas y, por supuesto, el pastel de calabaza. Se marca como un día de dar gracias por las cosechas y bendiciones recibidas.

3. **4th of July (Día de la Independencia):**

El **4 de julio** es el Día de la Independencia de Estados Unidos. Esta fecha es celebrada con desfiles, fuegos artificiales, conciertos, barbacoas y eventos al aire libre. En muchas ciudades, también se realizan bailes y festivales en honor a los logros del país.

4. **Coachella (California):**

El **Coachella Valley Music and Arts Festival** en California es uno de los festivales más famosos del país, conocido por su mezcla de música pop, rock, electrónica y cultura artística. Atrae a miles de turistas nacionales e internacionales y es famoso por su ambiente de festival, en el que también se dan espectáculos de danza y arte.

5. **New York Fashion Week:**

Si bien es principalmente un evento para mostrar la moda, la **New York Fashion Week** (Semana de la Moda de Nueva York) es una de las principales festividades de la industria del entretenimiento y la moda. Los desfiles de moda y los eventos artísticos también están acompañados de música y bailes.

Costumbres y Tradiciones

Las costumbres y tradiciones en Estados Unidos son tan diversas como el país mismo, con influencias de los diferentes grupos étnicos y culturales. Algunas de las costumbres más comunes incluyen:

1. **El Día del Trabajo (Labor Day):**

El **Día del Trabajo**, celebrado el primer lunes de septiembre, es considerado el fin del verano en los EE. UU. y una de las festividades más populares. Muchas familias aprovechan este día para hacer parrilladas, ir a la playa y disfrutar de eventos al aire libre.

2. **Halloween:**

Halloween, celebrado el 31 de octubre, es una de las festividades más esperadas del año, especialmente entre los niños. Se caracteriza por el uso de disfraces, decoraciones espeluznantes y, por supuesto, el famoso "truco o trato". Además, muchas personas celebran Halloween con fiestas temáticas y bailes.

3. **Barbacoa y Picnic:**

En muchas partes de Estados Unidos, especialmente en el sur, la **barbacoa** (BBQ) es una costumbre común en reuniones familiares y festivas. Las personas se reúnen en patios traseros o parques para asar carnes, comer hamburguesas y perros calientes, y disfrutar de un ambiente relajado.

4. **Deportes como tradición social:**

Los **deportes** son una parte integral de la vida social de Estados Unidos. El **fútbol americano**, el **básquetbol**, el **béisbol** y el **hockey sobre hielo** son muy populares. La gente se reúne para ver partidos en casa o en estadios, y las festividades relacionadas con los deportes, como el Super Bowl, son celebraciones llenas de comida, bebida y baile.

Moneda

- **Moneda oficial:** Dólar estadounidense (USD).

Gastronomía

Consumo de aguacate: El aguacate se ha convertido en un alimento popular en Estados Unidos, especialmente entre los consumidores conscientes de la salud. Se utiliza en una variedad de platos, desde desayunos hasta cenas, y es común encontrarlo en menús de restaurantes y supermercados. Se estima que el consumo anual de aguacate en Estados Unidos podría acercarse a 1,500 millones de toneladas en el futuro cercano.

Religión

Diversidad religiosa: Estados Unidos es hogar de diversas religiones, incluyendo el cristianismo (principalmente protestantismo y catolicismo), el islam, el judaísmo, el hinduismo, el budismo y otras creencias. Esta diversidad se refleja en las festividades y tradiciones del país.

Política

Sistema político: República federal con un sistema presidencialista. El presidente es el jefe de estado y de gobierno, y el Congreso es bicameral, compuesto por el Senado y la Cámara de Representantes.

Relaciones comerciales: Estados Unidos es un actor clave en el comercio internacional y mantiene acuerdos comerciales con numerosos países, incluyendo Colombia. La relación comercial con México es especialmente significativa en el sector del aguacate.

Población

Demografía: Aproximadamente 331 millones de habitantes. Las principales ciudades incluyen Nueva York, Los Ángeles, Chicago y Houston.

Hidrografía

Ríos principales: El río Misisipi es el más largo y atraviesa el país de norte a sur. Otros ríos importantes incluyen el Misisuri, el Ohio y el Colorado.

Tecnología

Innovación: Estados Unidos es líder en sectores como la tecnología de la información, la biotecnología y la inteligencia artificial. Silicon Valley en California es reconocido como un centro global de innovación tecnológica.

Medio Ambiente

Compromiso ecológico: Estados Unidos ha establecido metas para reducir las emisiones de carbono y promover la sostenibilidad. Sin embargo, las políticas ambientales pueden variar según la administración gubernamental en el poder.

Idioma

Idioma oficial: No existe un idioma oficial a nivel federal, pero el inglés es el idioma predominante en la mayoría de los estados y en los asuntos gubernamentales.

Exportación de Aguacate Hass en Estados Unidos

Importaciones: México es el principal proveedor de aguacate Hass para Estados Unidos, representando aproximadamente el 83.3% de las importaciones en 2022.

Oportunidades para Colombia: Aunque México domina el mercado, otros países como Perú también han establecido una presencia significativa. Colombia ha comenzado a exportar aguacate Hass a Estados Unidos, y se espera que el consumo de aguacate en el país aumente en el futuro cercano.

Regulaciones: Es esencial cumplir con las normativas fitosanitarias y de importación de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) y el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) para garantizar la calidad y seguridad del aguacate Hass importado.

- Francia

Cultura

Francia es famosa por su rica herencia cultural que se refleja en la música, las artes, la gastronomía y las festividades. Aunque las influencias globales han modificado algunas de sus tradiciones, muchos aspectos de la cultura francesa siguen siendo una parte fundamental de la identidad nacional.

Bailes Tradicionales

El baile en Francia, aunque tradicionalmente asociado con la música folclórica, ha sido influenciado por las tendencias internacionales. Aquí te presento algunos de los bailes más representativos:

1. Bals Musette (Bailes de salón tradicionales)

El bal musette es un estilo de baile popular que surgió en el París de finales del siglo XIX y principios del XX. Se caracteriza por música de acordeón y es común en las ferias y eventos de la región de París. El baile incluye pasos sencillos y giros, y se baila en pareja, lo que lo hace muy accesible para todos.

2. Bailes Bretones (Bretaña)

En la región de Bretaña, el "**Fest-Noz**" es una celebración tradicional donde se bailan danzas celtas como el "**Gavotte**" y el "**An Dro**". Estas danzas se realizan en círculos y son acompañadas por música de gaitas y tambores.

3. Can-Can

Aunque el **can-can** no es estrictamente un "baile tradicional" como los anteriores, se asocia con la cultura francesa, especialmente en el contexto de los cabarets de París, como el famoso **Moulin Rouge**. El **can-can** es un baile lleno de energía que implica patadas altas y movimientos rápidos de piernas, popularizado en los espectáculos de la Belle Époque.

Ferías y Festividades Típicas

Francia es famosa por sus **ferias** y **festividades**, las cuales celebran tanto su historia como sus tradiciones locales. Algunas de las más representativas incluyen:

1. Fête de la Musique

Celebrada el **21 de junio**, la **Fête de la Musique** es una fiesta popular en la que los músicos de todo tipo se presentan en la calle, en plazas públicas y en parques de toda Francia. Es una celebración de la música en todas sus formas, desde la clásica hasta la electrónica, y refleja la pasión francesa por la música.

2. Carnaval de Niza

Uno de los carnavales más grandes y conocidos de Francia, el **Carnaval de Niza** se celebra en la ciudad de Niza, en la Costa Azul, cada febrero. Este carnaval es famoso por sus desfiles coloridos, carrozas adornadas con flores y máscaras tradicionales. A lo largo del evento, también se celebran bailes y conciertos en las calles.

3. Fête de la Bastille (14 de julio)

Esta festividad celebra la toma de la Bastilla, un evento clave en la Revolución Francesa. Es una de las festividades más importantes del país. Se celebran desfiles militares, fuegos artificiales, conciertos y bailes en las calles. En París, se realiza una fiesta en la **Place de la Bastille**, donde los parisinos bailan y celebran hasta la madrugada.

4. **Festival de Cannes**

Aunque principalmente es un festival de cine, el **Festival de Cannes** es uno de los eventos más importantes de Francia. Los asistentes no solo disfrutan de las películas, sino que también participan en exclusivas fiestas y bailes que acompañan la temporada cinematográfica. Es una festividad que reúne a artistas, cineastas y celebridades de todo el mundo.

5. **Fête des Vins (Fiesta del vino)**

Francia es famosa por su vino, y cada año se celebran numerosas **fiestas del vino** en todo el país. Algunas de las más famosas incluyen la **Fête des Vins de Bordeaux** y la **Fête des Vins de Beaujolais**, donde los viticultores presentan sus cosechas en un ambiente festivo con música, comida y bailes tradicionales.

Costumbres y Tradiciones

Las costumbres y tradiciones en Francia son una mezcla de lo antiguo y lo moderno, y cada región tiene sus propias particularidades. Algunas costumbres que forman parte de la vida diaria y de las celebraciones incluyen:

1. **Comidas y Etiqueta en la Mesa**

En Francia, la comida no es solo una necesidad, sino también un acto social importante. Las comidas suelen ser largas, especialmente en las cenas familiares o festivas. Los franceses son conocidos por su amor al pan, el queso y, por supuesto, el vino. El desayuno generalmente es simple, con croissants o pan con mermelada, mientras que el almuerzo y la cena son mucho más elaborados.

2. **La Hora del Aperitivo**

Es común en Francia que antes de una comida se celebre un **aperitivo**. Este es un momento social donde se sirven bebidas como vino, champán o cócteles, acompañados de

pequeños bocados como aperitivos salados. Es una forma de relajarse y compartir antes de una comida más formal.

3. La Cultura del Café

La **cultura del café** en Francia es muy importante, especialmente en ciudades como París. Es común que los franceses pasen tiempo en las terrazas de los cafés para disfrutar de una bebida caliente, conversar o simplemente observar a la gente. El café generalmente se sirve en una pequeña taza de espresso, y el café con leche (café au lait) es popular por la mañana.

Moneda: La moneda oficial de Francia es el euro (€).

Idioma: El idioma oficial es el francés.

Gastronomía

La gastronomía francesa es reconocida mundialmente por su diversidad y calidad. Aunque el aguacate no es originario de Francia, su consumo ha aumentado considerablemente en los últimos años, especialmente en preparaciones como ensaladas, sándwiches y guacamole. La tendencia hacia una alimentación más saludable y la influencia de la cocina internacional han impulsado esta demanda.

Religión: Francia es un estado laico, pero la mayoría de la población profesa el catolicismo.

Política: Francia es una república semipresidencialista con un sistema político estable.

Población: La población de Francia es de aproximadamente 67 millones de habitantes.

Hidrografía: Francia cuenta con una extensa red fluvial, siendo el río Loira el más largo del país.

Tecnología: Francia es un líder en innovación tecnológica, especialmente en sectores como la aeronáutica, la energía nuclear y las telecomunicaciones.

Aspectos ambientales: La producción de aguacate ha generado preocupaciones ambientales debido al alto consumo de agua y al uso de pesticidas en su cultivo. En Francia, existe un debate sobre el impacto ambiental de la importación de aguacates, especialmente en relación con la sostenibilidad y la huella de carbono asociada al transporte de estos productos desde países lejanos.

Oportunidades de exportación: Francia es el mayor importador de aguacates en Europa, y el mercado sigue creciendo, aunque aún no ha alcanzado todo su potencial. En 2023, las exportaciones de aguacate Hass a Francia aumentaron un 163%, pasando de 3 millones a 9,8 millones de dólares.

Consideraciones para la exportación desde Colombia: Colombia, al igual que otros países productores de aguacate, enfrenta desafíos relacionados con la sostenibilidad y el impacto ambiental de la producción. Es esencial que los exportadores colombianos consideren prácticas agrícolas sostenibles y transparentes para satisfacer las expectativas del mercado francés y europeo en general.

6.2.2 El país seleccionado (España)

España es un país cuyo territorio está situado, mayormente, en la Península Ibérica, en el extremo sudoccidental de Europa. Su extensión total es de 504.642 km² e incluye tanto el

territorio peninsular e islas adyacentes como los archipiélagos canario y balear, las ciudades de Ceuta y Melilla y las llamadas Plazas de Soberanía en el norte de África.

6.2.2.1 Entorno Económico

La moneda oficial de España es el euro. La economía de España es la 5º dentro de la Unión Europea y la décimo tercera del mundo. Históricamente, los sectores más desarrollados de la economía española fueron la agricultura, la ganadería y la pesca, sin embargo, a partir de la década del 50 comenzó un gran desarrollo industrial en rubros como la producción de alimentos, de bebidas, de automóviles, de textil y de metales.

Una de las actividades que más ingresos genera en España es el turismo, este país es el segundo territorio más visitado del mundo y recibe cada año más de 80 millones de visitantes.

6.2.2.2 Entorno Tecnológico

España es la quinta potencia tecnológica de Europa. Este país ocupa el quinto lugar en relación con las inversiones extranjeras en empresas de tecnología, con 672 millones de euros percibidos el año pasado según un informe de la empresa internacional de inversiones en compañías tecnológicas Atómico, con sede en Londres. Reino Unido se sitúa en primer lugar con 4530 millones de euros en 2017, le sigue Alemania con 2110 millones de euros, Francia en tercer puesto con 1770 millones de euros y Suecia ocupa la cuarta posición con 760 millones de euros. Según el informe publicado a finales de 2017, en España el número de desarrolladores fue creciendo en el último año hasta llegar a los 268149, muchos de ellos (104102 concretamente) trabajando en Madrid, la cuarta ciudad europea con más profesionales . En la capital inglesa hay 303594 desarrolladores, en París 181659 y en la ciudad rusa de Moscú 144488. También se

asegura en el estudio que la ciudad condal de Barcelona es la tercera ciudad favorita en Europa por los fundadores de pequeñas empresas incipientes por detrás de Berlín y Londres. Por lo tanto, podemos ver que España está en el pelotón de las ciudades europeas más competitivas tecnológicamente hablando, pero sin llegar a ser el líder en muchos aspectos.

6.2.2.3 Entorno Político

Análisis del Entorno Político de España para la Exportación de Aguacate Hass desde Colombia

En 2025 España es gobernada por una coalición encabezada por el PSOE y Unidas Podemos, lo que ha generado algunas tensiones internas sobre la política fiscal y social. Aunque el gobierno ha impulsado políticas para mejorar la sostenibilidad y el bienestar social, las diferencias sobre cuestiones como el salario mínimo y los impuestos podrían afectar la estabilidad económica a corto plazo. Sin embargo, el aguacate Hass, como parte de las exportaciones agrícolas, podría verse beneficiado por políticas que fomentan la agricultura sostenible y la diversificación de la dieta.

España mantiene acuerdos comerciales clave dentro de la Unión Europea (UE), lo que beneficia las exportaciones colombianas de aguacate Hass, debido al acceso preferencial que Colombia tiene a los mercados europeos gracias al Tratado de Libre Comercio entre la UE y Colombia. Esto ha permitido que el aguacate Hass colombiano compita de manera favorable en el mercado europeo, incluido el español. Sin embargo, cualquier cambio en las relaciones comerciales internacionales o nuevas políticas comerciales podrían generar riesgos en cuanto

En el contexto político actual, la tendencia hacia una alimentación más saludable y sostenible sigue en aumento en España, lo que favorece la demanda de aguacate Hass. El

aguacate, considerado un "superalimento", es especialmente popular entre los consumidores españoles.

Partido Socialista Obrero Español (PSOE): centroizquierda, partid socialdemócrata, segundo partido más antiguo.

Partido Popular (PP): centroderecha.

Vox: derecha, partido nacionalista español.

Podemos: Izquierda, contra las medidas de austeridad, partido nacido en 2014, cada vez más popular.

Ciudadanos (C's): centro a centroderecha, liberal.

Izquierda Republicana de Cataluña- Catalonia Yes (ERC-Catsi): centroizquierda, independistmo catalán.

Juntos por Cataluña (JxCat): centroderecha, independentismo catalán

Partido Nacionalista Vasco (PNV): centroderecha, nacionalismo vasco

Partido Animalista Contra El Maltrato Animal (PACM): partido de centroizquierda centrado en derechos animales y humanos, mediomambiente y justicia social.

Euskal Herria Bilduasque (EHB): izquierda, independentismo vasco.

Coalición Canaria (CC-PNC): centro a centroderecha, nacionalismo canario.

Forma de gobierno

Reino. Monarquía constitucional basada en una democracia parlamentaria.

El poder está muy descentralizado; las comunidades autónomas disponen de un alto nivel de autonomía legislativa, ejecutiva y fiscal (el País Vasco y Navarra tienen sus propios impuestos).

6.2.2.4 Entorno Ambiental

En 2025, el entorno ambiental en España presenta desafíos y oportunidades clave que influyen en las políticas, las industrias y el comportamiento de los consumidores. España es uno de los países de Europa más afectados por el cambio climático. Se enfrenta a temperaturas más altas y a una mayor frecuencia de eventos climáticos extremos, como olas de calor, sequías prolongadas e inundaciones. Estas condiciones afectan a la agricultura, especialmente en regiones como el sur de España y donde el agua escasea. Las sequías también han generado preocupación sobre el uso sostenible del agua para la agricultura y otras actividades económicas. La adaptación a estos fenómenos es clave para mantener la producción agrícola., Políticas de Sostenibilidad y Energías Renovables

6.2.2.5 Entorno Cultural

España tiene una cultura singular fuertemente arraigada en la Europa Occidental y formada por una combinación de influencias históricas, sobre todo la de la antigua Roma, pero también con toques de lo ibérico prerromano y las culturas celtas, así como la de los fenicios y de los musulmanes que gobernaron el país

El entorno cultural en España es muy diverso, vibrante y lleno de tradiciones arraigadas que varían de una región a otra. Este país tiene una rica herencia histórica que se refleja en sus costumbres, fiestas, gastronomía, música, danza, arquitectura y arte.

Lenguas: Español

Fiestas y Tradiciones: Las festividades en España son muy importantes y se celebran a lo largo del año. Algunas de las más famosas incluyen:

- La Feria de Abril en Sevilla,
- La Tomatinaes
- Las Fallas de Valencia
- San Fermín En Pamplona

Gastronomía: La cocina española es muy variada, con platos emblemáticos como la paella (originaria de Valencia), las tapas, el jamón ibérico, el gazpacho andaluz y la tortilla española. Cada región tiene sus propias especialidades culinarias.

Música y danza: El flamenco

La Arte y Arquitectura: España ha sido hogar de grandes artistas como Pablo Picasso, Salvador Dalí y Joan Joan Miró. La arquitectura española es notable, con ejemplos emblemáticos como la Sagrada Familia de Gaudí en Barcelona, la Alhambra en Grana Catedral de Santiago de Compostela

Deportes: El fútbol

Literatura: España tiene una gran tradición literaria, con autores clásicos como Miguel de Cervantes., cuyo Don Quijote de la Mancha es una de las obras más importantes, Carlos Ruiz Zafón y Arturo PArturo Pérez-Reverte .

6.2.3 El País de Origen (Colombia)

Colombia es un país que se caracteriza no solo por su diversidad natural, sino también por sus recursos naturales, geografía, multiculturalidad y multirracialidad.

Este país es el resultado de la unión de culturas en la época de la conquista, por lo que las tradiciones en las regiones se encuentran representadas en los muchos dialectos, bailes, colores, sonidos y sabores.

Colombia se encuentra situado en la esquina noroeste de América del Sur. Colombia cubre tanto el norte como en los hemisferios sur. La ciudad capital de Colombia es Bogotá.

La superficie de Colombia es de 2.129.748 km², de los cuales 1.141.748 km² corresponden a su territorio continental y los restantes 988.000 km² a su extensión marítima, de la cual mantiene un diferendo limítrofe con Venezuela y Nicaragua.

Limita al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador y al noroeste con Panamá; en cuanto a límites marítimos, colinda con Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Jamaica, Haití, República Dominicana y Venezuela en el mar Caribe, y con Panamá, Costa Rica y Ecuador en el océano pacifico

6.2.3.1 Entorno Económico

La moneda oficial de Colombia es el PESO, el cual se divide en 100 centavos. Colombia se posiciona como la cuarta economía más grande de América Latina, luego de Brasil, México y Argentina y en la clasificación internacional, se encuentra dentro de las 31 mayores del mundo.

Hace parte de los CIVETS (Colombia, Indonesia, Vietnam, Egipto, Turquía y Suráfrica), que lo conforman economías emergentes con alto potencial de desarrollo.

En 2012 entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Estados Unidos. El acuerdo se suma a los ya 10 tratados vigentes, y a otros seis que se encuentran en negociación.

La economía colombiana se basa, fundamentalmente, en la producción de bienes primarios para la exportación, y en la producción de bienes de consumo para el mercado interno. Una de las actividades económicas más tradicionales es el cultivo de café, siendo uno de los mayores exportadores mundiales de este producto; ha sido parte central de la economía de Colombia desde principios del siglo XX y le ha valido reconocimiento internacional gracias a la calidad del grano; sin embargo, su importancia y su producción han disminuido significativamente en los últimos años.

La producción petrolífera es una de las más importantes del continente, Colombia es el cuarto productor de América latina y el sexto de todo el continente.

En cuanto a minerales, cabe destacar la explotación de carbón, y la producción y exportación de oro, esmeraldas, zafiros y diamantes.

En agricultura, ocupan un lugar importante la floricultura y los cultivos de banano, y en el sector industrial destacan los textiles, la industria automotriz, la química y la petroquímica.

6.2.3.2 Entorno Tecnológico

Entre 176 países, Colombia mantuvo el puesto 84 en cuanto a acceso, uso y habilidades en las TIC. Mientras parte del mundo se prepara para revoluciones como la inteligencia artificial, en el país el acceso a banda ancha móvil y el diseño de políticas que fomenten la evolución aún son un reto. En 2017, Colombia conservó el puesto 84, en una lista de 176 países, en el Índice de Desarrollo de las TIC (tecnologías de la información y las comunicaciones) que realiza la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), el brazo de las Naciones Unidas para la materia. El organismo reconoció las acciones de las entidades competentes del Gobierno Nacional para promover el acceso a la tecnología, una mejor calidad en los servicios y la innovación, pero señaló que hay retos como la expansión de la banda ancha móvil y el despliegue de infraestructura. (Lea: Las TIC, de agache para la ONU). Pese a que Colombia quedó en el mismo puesto del año pasado, su puntuación pasó de 5,12 a 5,36, por encima de países de América Latina como Venezuela, México, Panamá y Perú, pero por debajo de Uruguay, Argentina y Chile, los primeros de la región. En cuanto a acceso, Colombia mejoró: llegó a 5,88 frente a 5,74 del año pasado; en uso pasó de 3,85 a 4,11, y en habilidades escaló de 6,44 a 6,81. En el país, indica la UIT, por cada 100 habitantes, hay 45 con acceso a internet móvil de banda ancha y apenas 11,8 a banda ancha fija.

6.2.3.3 Entorno Político

El sistema de gobierno colombiano se caracteriza por ser presidencialista, al igual que el resto de gobiernos de región. El presidencialismo colombiano ha generado una concentración del poder en manos del ejecutivo que queda reafirmada con la Constitución de 1991. El presidente de la república es el jefe de estado, de gobierno y suprema autoridad administrativa tal y como

indica la Constitución de 1991 y se elige por voto directo y secreto de todos los ciudadanos/as del país por un período de cuatro años sin posibilidad de ser reelegido.

El poder legislativo está formado por dos cámaras: la Cámara de Representantes con 161 miembros y el Senado con 102. Los miembros de ambas cámaras son elegidos de forma directa por sistema proporcional, la duración de su mandato es de cuatro años y no pueden ser reelegidos de forma consecutiva. La abstención electoral junto con el fraccionamiento de los partidos políticos ha debilitado el papel del Congreso como órgano legislador y como centro del debate político y es muy impopular debido a la existencia de prácticas clientelares y de corrupción.

6.2.3.4 Entorno Ambiental

Colombia es uno de los países más ricos en cuanto a los recursos naturales, La diversidad medioambiental de Colombia representa el 10 por ciento de la biodiversidad mundial total. En Colombia, cerca del 56% del territorio se encuentra cubierto bosques, de 114 millones de hectáreas con que cuenta el país, alrededor de 64 millones de hectáreas están cubiertas por bosques naturales. Colombia ocupa en el mundo, el 1er lugar en número de especies de aves (1721) y de orquídeas (3000), el 2do en número de especies mamíferas (50.000) y anfibios (407) y el 3ro en número de especies reptiles (383). La protección del medio ambiente en Colombia ha seguido en general las tendencias mundiales al respecto, adaptándolas a las diferentes condiciones del país. La evolución de la necesidad de conservación de nuestros recursos naturales corre pareja a los cambios sociales, económicos, políticos y científicos.

6.2.3.5 Entorno Cultural

La cultura colombiana está formada a partir de la herencia de los pueblos indígenas presentes en el territorio desde tiempos ancestrales, las tradiciones españolas adoptadas durante la época colonial y las costumbres africanas incorporadas por los esclavos que llevaron los

conquistadores. Esta mezcla de culturas constituye una sociedad con rasgos comunes al resto de países latinoamericanos, pero, a la vez, muy diferentes también. De hecho, incluso dentro del propio territorio colombiano existen numerosas diferencias entre unas regiones y otras. La diversidad geográfica -se pueden encontrar desde playas tropicales hasta montañas de más de 5.000 metros de altura con nieves perpetuas- y el aislamiento natural de algunas zonas han propiciado esta diversidad.

La gastronomía es una expresión más de esa diversidad con ciertos rasgos comunes a todo el territorio. El maíz es uno de los ingredientes fundamentales de la cocina colombiana debido a la herencia indígena. Las arepas, unas tortas de harina de maíz, son uno de los platos más conocidos, tanto dentro como fuera de sus fronteras. Las frutas también tienen una importante presencia en la dieta de los colombianos. La variedad es tan extensa que algunas no son conocidas fuera del país, e incluso las hay que se consumen solo en determinadas regiones.

6.3. El Producto

El producto para comercializar en el exterior es producido directamente por los campesinos de nuestra región.

Con respaldo de empresarios con visión en el agro, más de 10 años de experiencia en cultivos de aguacate hass y con la necesidad de ofrecer nuevas y mejores alternativas de comercialización a productores de aguacate, nace esta compañía. Actualmente cuenta con una de las instalaciones con los mayores estándares de calidad para el empaque de fruta, con certificaciones que son sello de garantía para los clientes y aliados en el campo.

La compañía ha adquirido una experiencia importante en exportaciones de fruta hacia los mercados europeos y ha tenido buena aceptación.

6.3.1 Portafolio de Productos



6.3.2 Generalidades y/o características del producto a exportar

El aguacate del tipo “Hass”, es una variación o mutación de una raza de aguacate americano. Esta fue creada mediante una semilla de una raza de aguacate originario de Guatemala durante el año 1926 en un huerto de California y otro de México en 1935.

Más adelante, en 1960 se introdujo en el mercado mundial y actualmente es una de las comunes. Por ello, a continuación explicaremos todo lo que debe saber acerca del aguacate Hass y sus características y formas de comerlo.

Entre sus principales características y ventajas, es de destacar que dispone de una prolongada cosecha, lo que ha permitido aumentar su consumo mundial, al igual que su gran calidad. Aparte, estos aguacates contienen una concentración de aceite de hasta el 12%.

En cuanto a su porción de agua, es del 70%, mientras que también cuenta con un amplio contenido de vitaminas B y E. En cuanto al fruto y la semilla de este, son relativamente pequeños, ya que su peso solo es de unos 300 gramos como máximo, mientras que su piel es rugosa, color verde negruzca.

Si embargo, esta última característica solo es perceptible cuando estos están aún en el árbol, pero cuando es cosechada, la piel se torna de color violácea a negra. Durante el tiempo que se empieza a madurar, la fruta se comienza a ablandar. De esta manera el consumidor puede detectar el momento óptimo de consumirlo.

Estos frutos son de excelente calidad, pues aparte de no contener fruta, estos cuentan con una poderosa resistencia a la vida post cosecha que implica la cosecha, transporte y distribución.

También cabe destacar que esta variedad de aguacates solo florece una vez al año, cuyo periodo es durante la primavera, desde sus inicios y hasta mediados de esta. Aunado a ello, dependiendo de su acumulación térmica y la variedad, el tiempo que tarda en madurar es de hasta 11 meses.

Una vez que esta fruta madura, se puede mantener en el árbol durante algunos meses sin presentar ningún deterioro. Esto, es lo que permite extender el periodo de la cosecha.

La variante del aguacate Hass, también conocida como la fruta del corazón debe el 80% de las exportaciones a México, pues es allí donde es mayormente cultivado. Esta fruta se conoce así no solo por su similitud con un corazón humano, sino también por sus beneficios para este.

La razón de ello, es su gran concentración de aceites que son muy beneficiosos para reducir el colesterol, con el fin de proteger el sistema circulatorio. Por ello, es considerada la variedad o tipo más comercializada, así como la más conocida.

Esta variante es un poco más pequeña, el cual es como se mencionó anteriormente, de un color verde cuando está maduro. Sin embargo, cuando está listo para el consumo es de un color violeta que es tan oscuro que alcanza un tono negruzco, aunado a una piel gruesa y áspera.

En cuanto a su pulpa, esta es de olor amarilla, mientras que su sabor es algo similar al de los frutos secos.

cinco productos que pueden sustituir al aguacate:

1. **Hummus** – Aporta cremosidad y grasas saludables, ideal para untar o acompañar comidas.
2. **Puré de edamame** – Similar en textura y color, con un buen contenido de proteínas.
3. **Aceite de coco** – Alternativa en recetas donde el aguacate aporta grasas saludables.
4. **Mantequilla de almendras** – Proporciona grasas y una textura cremosa para untar o mezclar.
5. **Puré de plátano** – Opción más dulce que puede usarse en batidos o repostería.

6.4. El Mercado Proveedor

A pesar de que nuestro principal proveedor son campesinos vallecaucanos que son los encargados de poner a nuestra disposición para su exportación, también existen otras empresas que se encargan de esta actividad en Colombia. Algunas de ellas son:

1. Avofruit SAS
2. Westfalia Fruit Colombia SAS
3. Asociación De Productores De Aguacate Hass Colombia
4. Fruty Green Packing SAS
5. Jardín Exotics SAS

Colombia es actualmente el primer proveedor de aguacate en Europa, de acuerdo con los datos de Cirad (Centro de Cooperación Internacional en Investigación Agronómica para el Desarrollo, por su sigla en francés), que trabaja con más de 90 países.

Pese a esto la competencia en Colombia es alta debido a la cantidad de empresas exportadoras de este fruto, por lo tanto, se tiene que llevar un desarrollo constante para estar a la altura que demanda esta industria y así posicionarse como uno de los mejores y más efectivos exportadores

6.5. El Mercado Potencial Objetivo

El mercado potencial objetivo del aguacate Hass en Barcelona, España, puede abarcar varios segmentos de consumidores debido a las crecientes tendencias en salud y bienestar, así como el aumento de la demanda de alimentos exóticos.

Consumidores de alimentos saludables: Barcelona, como muchas otras grandes ciudades europeas, ha visto un aumento en la demanda de productos saludables y orgánicos. El aguacate

Hass es muy popular entre quienes siguen dietas ricas en grasas saludables, como las basadas en la dieta mediterránea o las dietas veganas y vegetarianas.

Restaurantes y cadenas de comida saludable: La ciudad cuenta con una gran oferta de restaurantes que promueven comida saludable, vegana o de fusión, donde el aguacate Hass es un ingrediente clave en platos como guacamole, tostadas, ensaladas y bowls.

Mercados gourmet y tiendas especializadas: Hay una creciente tendencia hacia los productos gourmet y exóticos, y el aguacate Hass, por su popularidad en diversas gastronomías internacionales, se encuentra en la oferta de tiendas especializadas en productos frescos y saludables.

Comunidad expatriada y turistas: Barcelona tiene una gran población expatriada y recibe a muchos turistas, especialmente de América Latina y Estados Unidos, donde el aguacate es un alimento esencial. Este grupo tiene una demanda constante por aguacate Hass, que es un producto familiar y habitual en su dieta.

Supermercados y grandes superficies: A medida que el aguacate se ha integrado a las dietas cotidianas, grandes cadenas de supermercados y tiendas de alimentación en Barcelona han aumentado su oferta. Los consumidores que buscan productos frescos y accesibles se encuentran dentro del mercado objetivo.

6.5.1 La Población Objetivo

Población total España: 48.35 Millones (Ultimo censo 2023)

Barcelona: 1.628.000

Población masculina: 778.744

Población femenina: 849.256

Edad media: 44 años

Orígenes étnicos: Los españoles son el producto de los diferentes pueblos que han pasado por la historia de España, son de raza caucásica tipo mediterráneo, blancos de piel, cabello negro o castaño y mayoritariamente liso (hay algunos con pelo ondulado o rizado), el color de los ojos suele ser mayoritario marrón.

Lengua oficial: La lengua oficial es el español.

Otras lenguas habladas: Catalán, gallego, valenciano, euskera y aranes.

Moneda local : Euro (EUR)

1 EUR = 4.194.11 COP, 1 COP = 0.0024 EUR

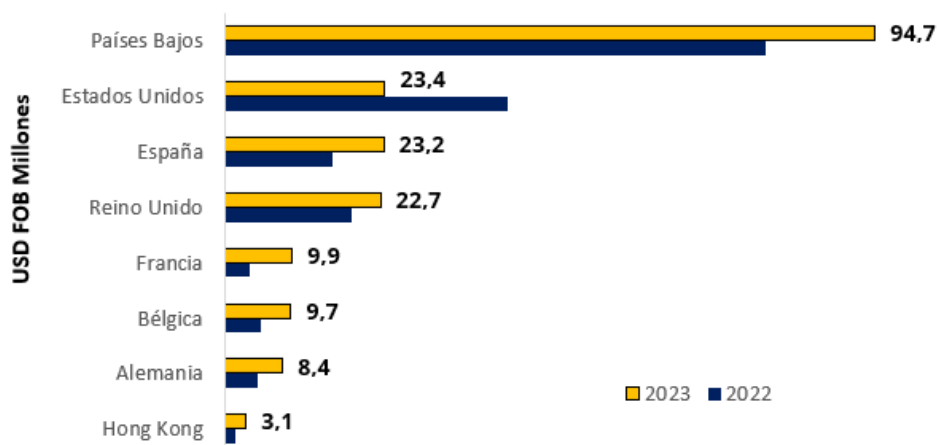
1 EUR = 1.10 USD, 1 USD = 0.91 EUR

Barcelona es la capital de Cataluña. Se encuentra situada en el noreste de España, a escasa distancia de Francia y de los Pirineos. La ciudad tiene una población de 1.700.000 habitantes, siendo la ciudad más poblada de España por detrás de Madrid. El área metropolitana de Barcelona está constituida por 36 municipios con una población de más de 5 millones de habitantes. En Barcelona existen dos idiomas oficiales, el castellano y el catalán. Al igual que en toda España y la mayor parte de Europa, la moneda oficial de Barcelona es el Euro (€).

6.5.2 Tendencias y comportamiento del consumo en el país de destino

Europa es uno de los mercados del aguacate que mayor y más rápido crecimiento está mostrando en la última década.

Principales destinos de las exportaciones de aguacate 2023 vs 2022



Fuente: Analdex con datos de MARO.

Ultima actualización año 2023

En el mercado español actualmente es muy apetecido y sus consumidores tienen en cuenta los siguientes puntos al momento de comprarlo, claramente seguido de un buen precio que se accesible para todas las personas

- El aguacate es altamente nutritivo
- Contiene más potasio que los bananos
- El aguacate está cargado de ácidos grasos mono saturados saludables
- El aguacate está cargado de fibra
- Comer aguacates puede ayudarte a reducir los niveles de colesterol y triglicéridos y a la vez reducir las enfermedades del corazón, que son las principales causas de muerte en el mundo.
- Las personas que comen aguacates tienden a ser más sanas
- La grasa en los aguacates puede ayudarte a absorber nutrientes de alimentos vegetales.
- Los aguacates contienen poderosos antioxidantes

- El aguacate podría ayudar a prevenir el cáncer.
- El extracto de aguacate podría ayudarte a aliviar los síntomas de la artritis.
- Comer aguacate podría ayudarte a perder peso.
- El aguacate es delicioso y fácil de incorporar a tu dieta.

6.5.3 Requisitos del consumidor del País de destino

Según un estudio realizado por “Centro de Inteligencia de Mercados Sostenibles”, las tendencias de consumo en el mercado de la Unión Europea se han centrado en la salud y el bienestar, convirtiéndose en el motor de las ventas de los productos de consumo masivo, alimentación y bebidas, existiendo varias razones para que la salud y el bienestar se han considerados como fundamentales

Un producto de buena calidad y amigable con el medio ambiente:

Es muy importante que a la hora de comprar un producto sea de muy buena calidad y amigable con el medio ambiente como es el aguacate hass y todo el proceso que lleva consigo, desde su siembra hasta su exportación. Este aspecto es considerado fundamental para el comprador y el consumidor final.

El cliente busca una historia:

El consumidor quiere conocer qué hay detrás del producto que compra: saber en detalles su proceso, origen, las condiciones de las personas que lo cultivan y quiénes se benefician de su producción.

Pedimento de Exportación:

Es emitido por el agente aduanal o de carga.

El aguacate requiere algunos certificados antes de ser exportados según la DIAN

(MUISCA):

- Certificado de exportación del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima (Este certificado se presenta de solicita de manera electrónica y se solicita ante el Invima) (Sólo se solicita una vez)

- Certificado Fitosanitario del Instituto Colombiano Agropecuario, ICA (Este certificado no es electrónico, se debe presentar en el embarque y desembarque de la carga, se solicita ante ICA, se debe registrar como exportador de alimentos y luego más adelante solicitar el certificado) (Sólo se solicita una vez)

- Certificado Inspección Sanitaria de Exportaciones de Alimentos y Materias Primas del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, Invima. (Este certificado no es de tipo electrónico, se solicita ante Invima) (Se solicita cada vez que se quiere exportar).

6.6. El Mercado Competidor

El mercado competidor, está formado por las empresas que producen y comercializan productos similares a los del proyecto y por aquellas compañías que sin ofrecer bienes o servicios similares, comparten el mismo mercado objetivo de clientes. Por lo tanto, para la preparación y evaluación de proyectos será imprescindible, conocer la estrategia comercial que se desarrollará para enfrentar de mejor forma la competencia frente al mercado consumidor.

El mercado competidor está formado por el conjunto de empresas que en la actualidad satisfacen total o parcialmente las necesidades de los potenciales consumidores del proyecto. Estas empresas serán rivales de la empresa que creará el proyecto en la participación por el mercado consumidor, algunas de ellas son:

A nivel nacional

- Tolima : En 2024, produjo 66.000 toneladas de aguacate Hass, representando el 18% de la producción nacional.

- Antioquia: En 2024, registró 60.000 toneladas, y en 2020 exportó 33.108 toneladas, representando el 53% de las exportaciones nacionales de aguacate Hass.
- Caldas: En 2024, produjo 55.000 toneladas.
- Risaralda: En 2024. exportó 9.316 toneladas de aguacate Hass.
- Valle del Cauca: E En 2024, fue uno de los departamentos que lideró el crecimiento de exportaciones de aguacate Hass, aunque no se especifica la cantidad exacta en toneladas.

A nivel internacional

- Perú
- México
- Chile
- Israel

6.6.1 Países exportadores del producto

El aguacate poco a poco se ha ganado su espacio dentro de la canasta básica, manteniendo su consumo regular en la dieta en varios países de Europa, dada su versatilidad como alimento y componente nutricional.

En esta misma línea el aguacate tiene que ser de alta calidad y debe de contar con buenas certificaciones ambientales y sociales, las cuales exigen algunos países.

Colombia aprovechó esa ventana comercial que se dio gracias a la pandemia, para ser el principal proveedor en Europa durante esos periodos. En el acumulado total del año, este ranking ha estado liderado por países como Perú, quien tiene exportaciones de aguacate que alcanzan las 490.000 toneladas, México, alcanzó una producción cercana a los 2,5 millones de toneladas de aguacate, Chile, tiene una producción de 220 mil toneladas, Israel, exportó 69.000 toneladas de aguacates, y España, superó las 138.000 toneladas, mientras que Colombia, en los últimos años, ha ganado puestos dentro del top 10 de proveedores de aguacate de Europa.

6.6.2 Procedencia del producto en el país de destino

El aguacate es uno de los principales cultivos subtropicales a nivel mundial y su demanda tiene un ritmo creciente (un 9% anual). Europa cada vez demanda más este producto y otros de origen subtropical (como mangos, chirimoyas, lichis, pitahaya y nísperos). Gracias al extraordinario clima, estos cultivos proporcionan a España una exclusividad geográfica de producción en el ámbito europeo. Lógicamente, el cultivo de frutos tropicales en España (como el aguacate) supone una ventaja competitiva en calidad. Por otro lado, gracias a su posición estratégica y que son un enclave logístico para el continente, el cultivo de frutas tropicales en España tiene menores costes de distribución frente a otros países. De hecho, España tiene el aguacate mejor valorado en Europa (estando en la 14ª posición mundial de superficie de cultivo de aguacate, sólo por detrás de un país europeo, que es Portugal, también en la península ibérica). Para poder satisfacer la demanda de aguacates es importante tener un conocimiento de

su morfología, así como de sus necesidades de poda, sus necesidades nutritivas, de riego e incluso de polinización.

6.6.3 Los precios internacionales del producto

El precio del aguacate varía dependiendo de la región, pero para enero de 2025, el costo por kilogramo oscila entre los 1.95 dólares y los 3.91 dólares

Este rango de precios puede incrementarse conforme se acerque el Super Bowl debido a la alta demanda.

6.7. El Canal de Distribución

El canal de distribución es un canal indirecto, puede haber intercesión de un bróker según la transacción de las partes estar vinculada la operación con alguna asociación lo que hace la cadena más larga per más efectiva, ya que ambos actores pueden simplificar algunas transacciones dentro del proceso. Por su parte, la cadena de distribución que inicia el productor, seguido del exportador y luego al importador (que puede ser a su vez el mismo minorista) y finalmente llega al consumidor final; es una más corta, como también reduce costos y también es mucho más beneficioso para el productor en el precio de venta.

Nuestro canal de distribución tendrá el siguiente conducto:

Debido a su ubicación geográfica, España posee una eficiente infraestructura portuaria, compuesta por una variedad de puertos que extienden sobre la costa atlántica. Los servicios desde Colombia se dirigen principalmente hacia el puerto de Barcelona. Por lo tanto el medio de transporte será marítimo.

Servicios marítimos:

La oferta de servicios desde el Caribe colombiano con destino a España, se divide en servicios directos y con conexión. Tan solo una (1) naviera cubre la ruta en forma directa básicamente hacia el puerto de Barcelona tardando 15 días en llegar a España; mientras que las cuatro (4) navieras restantes prestan sus servicios con conexiones en Panamá, Jamaica y Países bajos, emplean en promedio 28 días para cubrir la ruta



6.9 Estrategias de Mercadeo y Ventas

Las compañías utilizan diferentes estrategias generales de mercadeo y ventas, sin embargo estas estrategias para ser aplicadas correctamente se tienen que conocer y saber cuáles darán un mejor resultado para la comercialización del aguacate hass. Habiendo dicho esto las estrategias más utilizadas son las siguientes:

- Enfocarse en el usuario, en su necesidad.
- Atraer la atención del consumidor.
- Innovación del producto.
- Diversificación.

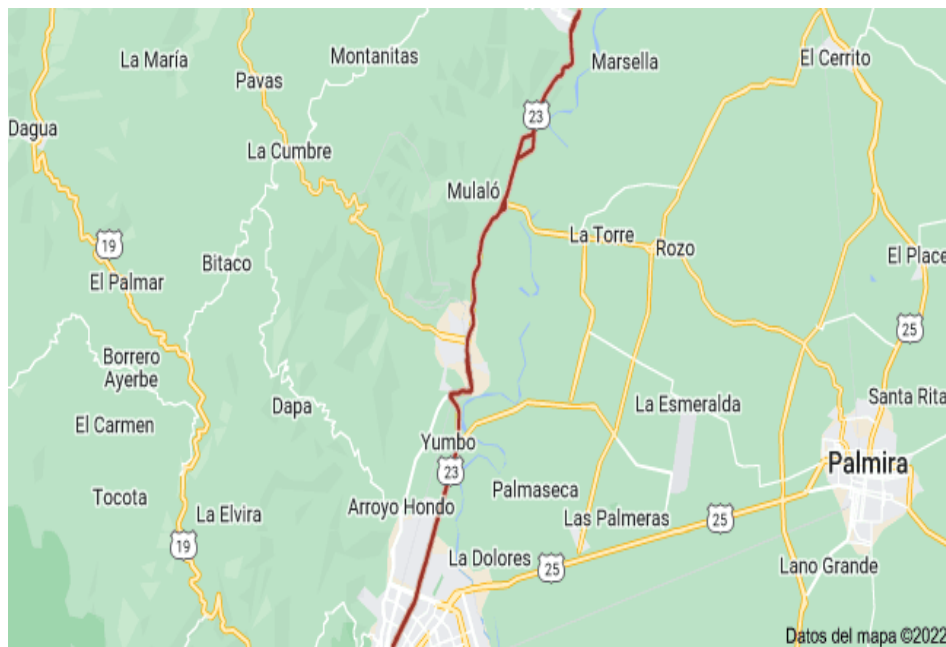
Ubicado en Colombia, Sur América, el Valle del Cauca es una de las regiones más ricas y de mayor desarrollo de la República de Colombia. Está ubicado en el suroccidente del país y tiene costas sobre el Océano Pacífico, en una extensión de 200 kilómetros, donde se encuentra ubicado el puerto de Buenaventura, el más importante del país, por el inmenso movimiento de carga importación y exportación que por allí se registra. Tiene una superficie total de 21.195 KM² que representa el 1.5% del territorio nacional, El Valle del Cauca tiene características climáticas variadas, siendo los 25 grados centígrados la temperatura promedio, para un altura de 1000m sobre el nivel del mar. La región del litoral pacífico presenta precipitaciones pluviales que llegan a los 5000 mm al año. El departamento cuenta administrativamente con 42 municipios, siendo su capital Santiago de Cali, que dista 484 Km. de Santafé de Bogotá , capital del país. El 81.85% de la población vallecaucana se concentra en los centros urbanos y el 18.2% en las áreas rurales.

Topográficamente el relieve cuenta con tres regiones naturales: La región montañosa dominada por las cordilleras Central y Occidental. La región del valle del Río Cauca que se extiende a ambos costados del mismo, con 22 Kilómetros de ancho en su parte sur y de 6 a 8 Km. en la norte, constituye una de las zonas agrícolas más importantes del país. Por último la región de la costa pacífica, polo de exportación y fuente de riqueza pesquera por medio del puerto de Buenaventura, principal vitrina de Colombia en el Océano pacífico.

7.1.2 Micro localización

Nuestra empresa está ubicada en la vía Cali-Yumbo

Carrera 22 con calle 13a por el ferrocarril del pacífico



7.1.3 La planta física



7.2 Aspectos técnicos del producto

7.2.1 Ficha técnica del producto

FICHA TÉCNICA AGUACATE HASS



PRODUCTO Aguacate

VARIEDAD Hass

NOMBRE CIENTIFICO Persea Americana

ORIGEN Colombia

DESCRIPCION El aguacate Hass es de forma ovalada y de semilla pequeña. Se puede pelar fácilmente y tiene un excelente sabor. Su tamaño varía entre mediano y grande, con un peso que oscila entre 140 y 360 gramos. Su piel es rugosa pero flexible y se oscurece al madurar.

CALIBRES Los calibres disponibles para el producto son: 12, 14, 16, 18, 20, 22, 24, 26, 28, 30 y 32.

CALIDAD Durante el proceso de empaque, no se tolerarán frutos con las siguientes características: Falta de pedúnculo, Mordedura de roedor, Presencia de hongo o antracnosis, Residuos de tratamiento químico, Presencia de plagas, Daño por heladas, Presencia de fumagina, Frutos con tierra o excremento de aves y Signos de maduración prematura

EMBALAJE El producto se despacha en cajas de 4 kg con frutos de calibres 12, 14, 16, 18, 20, 22, 24 y en Cajas de 10 kg con frutos de calibres 26, 28, 30 y 32.

PALETIZADO

- Cajas de 4 kg: 264 cajas por pallet, 20 pallets por contenedor, 5280 cajas por contenedor.
- Cajas de 10 kg: 96 cajas por pallet, 20 pallets por contenedor, 1920 cajas por contenedor.

PESO PROMEDIO:

- Un aguacate pesa alrededor de 360 gramos.
- Cada caja de 4 kg contiene aproximadamente 11 aguacates.

7.2.2 Capacidad de producción o comercialización por unidad de tiempo

Área, Producción y Rendimiento Nacional

Según datos de la Asociación Nacional de Comercio Exterior (Analdex) y la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), las exportaciones de aguacate Hass en Colombia durante 2024 mostraron incrementos significativos en varios departamentos. Antioquia, Risaralda y Valle del Cauca fueron los principales exportadores, con incrementos notables en comparación con 2023.

A continuación, se presentan las exportaciones por departamento en toneladas métricas para el año 2024 (Última fecha de actualización):

Departamento	Toneladas Exportadas
Antioquia	118.100
Risaralda	88.600
Valle del Cauca	50.000
Otros	449
Total	357.149

Estas cifras reflejan el crecimiento del sector aguacatero en el país, destacando especialmente el desempeño del Valle del Cauca, que casi triplicó sus exportaciones en comparación con 2023, con China como su principal comprador.

Es importante destacar que las cifras anteriores corresponden al año 2024. En base a esto y de acuerdo al tamaño de mi empresa, se estipula que se puede estar exportando alrededor de 2 toneladas al mes, es decir una tonelada por quincena.

Este auge en las exportaciones ha transformado las regiones productoras incluyendo en la que nos encontramos ubicados, ofreciendo nuevas oportunidades económicas y sociales, especialmente en áreas donde anteriormente predominaba el cultivo de café.

7.2.3 Unidad de embarque y etiquetado para la exportación

Empaque

El contenido de cada unidad de empaque debe ser homogéneo y estar compuesto únicamente por frutos del mismo origen, variedad, categoría y calibre. La parte visible del contenido del empaque debe ser representativa del conjunto. Los empaques deben estar limpios y compuestos por materiales que no causen alteraciones al producto. Se acepta el uso de etiquetas con indicaciones comerciales siempre que se utilicen materiales no tóxicos y que permitan ser reciclados.

Para el mercado de exportación, el producto se puede presentar en empaques resistentes de cartón corrugado, madera o combinación de ellos.

Embalajes



Palta Hass: 300 gramos.

UNA CAJA

Peso total de paltas: $300g \times 18 \text{ paltas} = 5400 \text{ gramos}$

Peso de la caja: = 1000 gramos

Peso Bruto una caja: = 6400 gramos (6.4kg)

Dimensiones de la caja



Caja: 1000 gramos

En cada caja: 6x3= 18 paltas

En cada pallets: 60 cajas



DIMENSIONES TARIMA



Estas medidas corresponden a un pallet tipo estándar para exportación, también conocido como pallet industrial o universal (muy usado en América y compatible con contenedores de 20 y 40 pies). (\$30.000)

Bandejas para aguacate

Función: Separar y proteger cada fruta dentro de la caja (Como podemos ver en la caja).

Material: Plastico.

Costo estimado: \$200 COP por bandeja.

Cantidad: 1 por caja.

Caja de cartón corrugado

Medidas: 60 cm (largo) × 50 cm (ancho) × 15 cm (alto).

Capacidad promedio: 8–10 kg de aguacate (según calibre).

Material: Cartón corrugado de doble onda con ventilación lateral.

Costo estimado: \$4.000 COP por unidad.

Para exportar frutas frescas como el aguacate Hass, generalmente se usan contenedores refrigerados (reefers) para mantener la cadena de frío.

Tipo de contenedor	Capacidad (m³)	Palets estándar	Capacidad carga (kg)
20 pies	28 m ³	10 palets	22,000 kg
40 pies	67 m ³	20 palets	29,000 kg

Para una caja de **6.4 kg de aguacate Hass**, el tamaño estándar puede variar, pero una medida común es:

- **Dimensiones:** 60 x 50 x 15 cm (aprox.)
- **Volumen por caja:** 0.045 m³}

Se pueden apilar **hasta 8 niveles** sin exceder 1.2 m de alto (estándar de palet cargado)

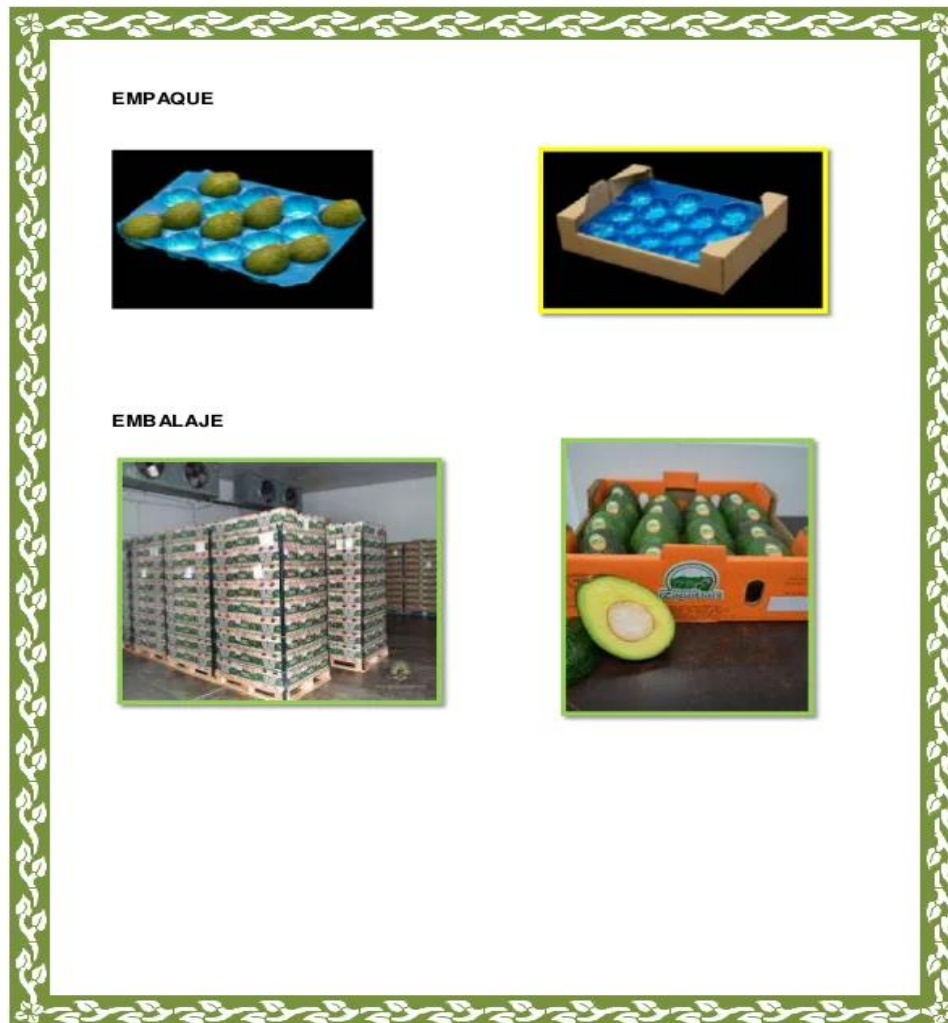
$$4 \text{ cajas/nivel} \times 8 \text{ niveles} = 32 \text{ cajas/palet}$$

$$32 \text{ cajas/palet} \times 10 \text{ palets} = 320 \text{ cajas}$$

Embalaje

Para la identificación o el marcado pueden emplearse materiales como papel o sellos con las especificaciones comerciales, siempre y cuando la impresión o los sellos estén fabricados con tintas o pegantes no tóxicos. Cada empaque deberá llevar la siguiente información en caracteres visibles:

- a) Identificación del productor, exportador o empacador o ambos (nombre y dirección).
- b) Naturaleza del producto: “aguacate variedad Hass”.
- c) Origen del producto y región productora.
- d) Identificación del exportador o distribuidor (nombre y dirección)
- e) Impresión de la simbología que indique que el manejo adecuado del producto. - fecha de empaque. - Categoría. - Peso neto en el momento de empacar.



7.3 La unidad empresarial exportadora

Para dar cumplimiento con la ley, la empresa de exportación de aguacates hass S.A.S se constituirá en sociedad por acciones simplificada, que estará dirigida por dos socios.

Es una sociedad de capitales que siempre tendrá naturaleza comercial. Cuenta con un carácter innovador para el derecho societario colombiano, y busca estimular el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que ofrece tanto a nivel de su constitución como de su

funcionamiento. Este tipo de sociedad para efectos tributarios se rige por las reglas que aplican a la sociedad anónima. En otras palabras, la Sociedad por acciones simplificada puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, se crean por documento privado y nace después del registro en la cámara de comercio. Sin embargo si en los aportes iniciales se incluyen bienes inmuebles la constitución debe elevarse a escritura pública también.

7.3.1 Tipo de Sociedad

Sociedad anónima simplificada (S.A.S)

7.3.2 Razón Social

La empresa tendrá el nombre de ORO VERDE S.A.S, ya que muchos asocian el aguacate con el oro por sus propiedades que benefician a la salud, la cual estará encargada de prestar sus servicios para la comercialización de este fruto.



ORO VERDE SAS

7.3.3 Misión y Visión Empresarial

Misión

Oro verde S.A.S es una organización colombiana dedicada a la comercialización del aguacate Hass. Para satisfacer a nuestros clientes y consumidores trabajamos con las más altas normas y estándares internacionales de calidad e inocuidad, orientados hacia el crecimiento de nuestros empleados, asociados y productores con responsabilidad social.

Visión

Para el 2030 Oro verde S.A.S busca crecer a nivel nacional e internacional a través de la innovación, la mejora continua y así mismo conseguir la fidelización de nuestros clientes ofreciendo productos de alta calidad, con el objetivo de prestar el mejor servicio, mediante la creación y uso de herramientas que permitan la interacción directa con las personas para garantizar una alta demanda a nuestra empresa.

7.3.4 Principios y Valores

Valores

Responsabilidad: cumpliendo con todos los tratos, negocios y actividades que se lleven a cabo en la empresa por cada uno de sus empleados, permitiendo así que nuestros clientes y proveedores nos tengan confianza a la hora adquirir nuestros productos.

Seguridad: garantizando la protección y el buen manejo de los bienes, personal y clientes que estén dentro y fuera de la empresa determinando su buen funcionamiento y estabilidad en la

empresa. Promoviendo un ambiente laboral positivo en el que no hay discriminación por raza, género, discapacidad, edad, religión, etc.

Legalidad: cumplimos con todas las normas y leyes que el estado demanda y requiere, además le informamos a nuestro personal sus derechos, deberes y principios para inculcar un trabajo responsable. Trabajo en equipo: nos interesa enseñar y aprender de los demás, trabajando como una gran familia; aportando todos a las ideas y proyectos que se piensen realizar tomando todos los puntos de vista.

Honestidad: trabajamos con la verdad, la justicia, la igualdad y la frente muy alta pues cumplimos y respetamos las normas que nos implanta la ley, promoviendo un trabajo donde no exista la envidia, el egoísmo y la mentira. Nuestro trabajo es legal y competente en el sentido que nos creemos capaces de competir pacíficamente con las más grandes empresas del país con labores que verdaderamente nos beneficiara y no con farsas para lograr nuestros objetivos.

Principios

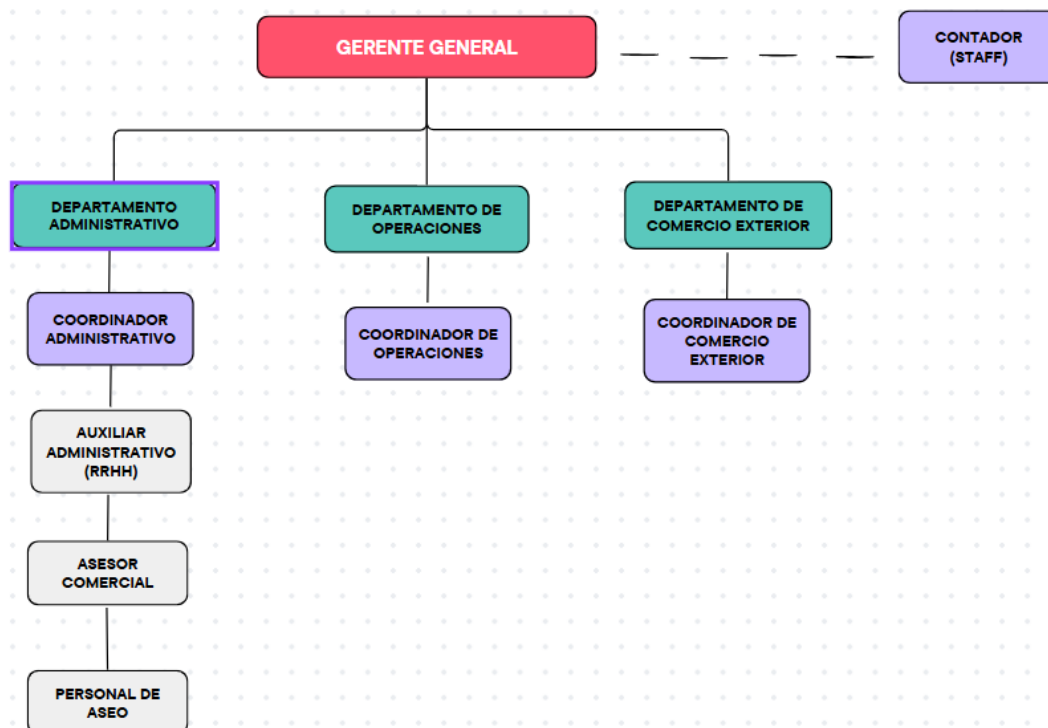
- El cumplimiento de las reglas y normas de empresa por parte de todo el personal para tener un trabajo organizado.
- El trabajo en equipo es una de nuestras fortalezas y creemos que nos puede ser muy útil a la hora de cumplir con nuestros propósitos.

7.3.5 Políticas de Empresa

- 1 - La empresa cumplirá los requisitos acordados con los clientes
- 2 - Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes en sus llamadas, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
- 3 - Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.

- 4 -Nuestros productos cumplen con todos los estándares de calidad.
- 5- Los empleados deberán asistir a un curso de capacitación al momento de su contratación.
- 6 - Las Facturas de contado serán pagadas en el momento de la entrega del producto. En caso de la Factura a Crédito, se entregará copia de la misma con la firma de recibido del cliente.
- 8 - Atender las demandas de los mercados, así como de los clientes actuales.
- 9 - Realizar nuestro trabajo con el mayor respeto y ética posibles.
- 10 - Fomentar valores a nuestros empleados para el mejoramiento de las relaciones laborales.

7.3.6 Organigrama Empresarial



7.3.7 Las Necesidades de Personal

Las necesidades del personal en la empresa se dan cuando surge la voluntad por parte de la industria de adquirir el personal idóneo para cada cargo y en cada área que solicite la empresa, fundamentalmente se lleva a cabo un estricto procedimiento por el cual se identifica el personal realmente capacitado para poder asumir completamente con lo solicitado, la necesidad de personal se da desde el inicio de la empresa y está en constante cambio, ya que siempre se busca la mejora continua de los colaboradores. Por medio de la necesidad del personal se identifica lo que necesita la empresa, en el caso de ORO VERDE S.A.S conformado por un total de 7 vacantes, se presenta la necesidad del siguiente personal.

- 1 Gerente
- 1 Coordinador Administrativo
- 1 Coordinador de Operaciones
- 1 Coordinador de Comercio Exterior
- 1 Auxiliar Administrativo
- 1 Operario de Aseo
- 1 Asesor Comercial

7.3.8 Perfiles y Funciones del Personal

La empresa busca el perfil personal en el cual intervengan los siguientes factores: conocimientos generales, conocimientos técnicos, habilidades comunicativas, actitudes que ostentan y que cuadren con las que se piden para el puesto en cuestión. Así es que por ejemplo para diversos cargos, puestos o tareas como gerente, ser auxiliar técnico y contable para el cargo

de secretaria, coordinador de logística, auxiliares de venta, personal de aseo y por termino de contrato temporal un contador.

En tanto, para aquellas posiciones que guardan una mayor responsabilidad como puede ser el caso del gerente será necesario que además de algunas de las características anteriormente mencionadas, la persona, ostente capacidad de mando para la toma de decisiones que produzcan soluciones y resultados efectivos a favor de la productividad de la empresa, así como un buen manejo de las relaciones interpersonales porque normalmente estos tipos de cargos suponen el manejo de gente a su cargo.

Descripción y Funciones del cargo:

1. **Gerente general:** Liderar y supervisar todas las áreas de la empresa, definiendo estrategias, metas y velando por el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Funciones:

1. Representar legalmente a la empresa
 2. Definir la estrategia general de la empresa.
 3. Tomar decisiones clave sobre inversiones, producción y exportación.
 4. Supervisar el desempeño de los coordinadores de área.
 5. Representar la empresa ante clientes, autoridades y aliados comerciales.
2. **Coordinador administrativo:** Gestionar los procesos contables, administrativos, documentales y de soporte operativo.

Funciones:

1. Supervisar al contador, auxiliar contable y auxiliar administrativo.
 2. Gestionar el pago de nóminas, servicios y proveedores.
 3. Controlar los documentos legales y fiscales de la empresa.
 4. Coordinar al personal de aseo de oficinas.
3. **Auxiliar Administrativo (RRHH):** Apoyar la gestión administrativa y documental.

Funciones:

1. Atender llamadas y correspondencia.
2. Organizar archivos y soportes documentales.
3. Apoyar logística interna.
4. Apoyar en los procesos de selección: publicación de vacantes, revisión de hojas de vida y agendamiento de entrevistas.
5. Elaborar contratos laborales y gestionar afiliaciones a seguridad social (EPS, ARL, AFP, Caja de Compensación).
6. Actualizar y organizar la base de datos de empleados y sus expedientes.
7. Realizar seguimiento a la asistencia, permisos, incapacidades y novedades de nómina.
8. Apoyar la ejecución de actividades de bienestar laboral y capacitaciones internas.
9. Preparar certificados laborales y responder solicitudes del personal.
10. Apoyar procesos de inducción de nuevos empleados.

11. Custodiar documentación de hojas de vida, contratos y formatos internos.
12. Asegurar el cumplimiento de requisitos legales en temas laborales.
13. Apoyar a la coordinación administrativa en tareas generales cuando sea necesario.

4. **Operarios de aseo:** Mantener las instalaciones limpias y en condiciones adecuadas.

Funciones:

1. Realizar labores diarias de aseo y limpieza en oficinas, pasillos, baños, cocina y otras áreas comunes.
2. Asear las instalaciones de la planta incluyendo vestidores, comedores, zonas de empaque y bodegas.
3. Desinfectar superficies de contacto frecuente como escritorios, manijas, puertas, etc.
4. Suministrar y reponer elementos de aseo y limpieza (jabón, papel higiénico, toallas, desinfectantes, etc.).
5. Apoyar en la recolección de residuos, separando adecuadamente los desechos según normas internas.
6. Reportar al coordinador administrativo cualquier daño, fuga o anomalía en las instalaciones.
7. Mantener en orden los equipos y materiales de aseo bajo su responsabilidad.
8. Cumplir con los protocolos de bioseguridad establecidos por la empresa.
9. Apoyar en la limpieza especial de áreas después de eventos, reuniones o visitas.

10. Brindar apoyo logístico en la preparación de espacios cuando se requiera.

5. **Asesores comerciales:** Ejecutar las ventas y relaciones comerciales.

Funciones:

1. Prospectar y contactar nuevos clientes en mercados nacionales e internacionales.
2. Atender solicitudes de cotización y brindar información técnica y comercial del producto.
3. Realizar seguimiento a las ofertas comerciales hasta el cierre de la venta.
4. Mantener actualizada la base de datos de clientes y reportes de gestión comercial.
5. Coordinar con el área de logística y exportaciones para asegurar la entrega oportuna del producto.
6. Brindar soporte postventa y resolver inquietudes o reclamaciones de los clientes.
7. Visitar clientes potenciales o participar en ruedas de negocio y ferias comerciales.
8. Cumplir con las metas mensuales de ventas establecidas por la coordinación comercial.
9. Reportar periódicamente avances y resultados de ventas al Coordinador Comercial.
10. Promover la imagen de la empresa y representar su filosofía en cada contacto comercial.

6. **Coordinador de operaciones:** Supervisar la operación agrícola y logística.

Funciones:

1. Coordinar la cosecha, recolección y transporte del aguacate desde las fincas hasta el centro de empaque.
 2. Supervisar los procesos de clasificación, empaque y almacenamiento del producto conforme a estándares de calidad.
 3. Organizar y controlar los procesos logísticos para el despacho de exportaciones (documentación, tiempos, transporte).
 4. Garantizar el cumplimiento de las normativas fitosanitarias y de certificaciones internacionales (GlobalG.A.P., ICA, entre otras).
 5. Velar por el mantenimiento de la infraestructura, equipos de empaque y transporte.
 6. Trabajar de forma articulada con las áreas comercial, administrativa y financiera para cumplir con la demanda y planificación de ventas.
 7. Implementar mejoras en procesos para aumentar la eficiencia operativa
 8. Realizar reportes periódicos de rendimiento y cumplimiento de pedidos.
 9. Asegurar que las condiciones de salud, seguridad y ambiente (HSEQ) se cumplan en todas las áreas de operación.
-
7. **. Coordinador de comercio Exterior:** El Coordinador de Comercio Exterior es responsable de planificar, coordinar y ejecutar todas las actividades relacionadas con la exportación de nuestro aguacate Hass. Su función principal es garantizar el cumplimiento de los requisitos legales, logísticos y comerciales para asegurar que los productos lleguen a los mercados internacionales de forma eficiente, segura y

rentable. También actúa como enlace entre la empresa, los clientes internacionales, los proveedores logísticos y las entidades gubernamentales.

Funciones:

1. Coordinar y ejecutar los procesos de exportación desde la planta.
2. Elaborar y gestionar la documentación requerida.
3. Supervisar el cumplimiento de normativas aduaneras y sanitarias del país exportador e importador.
4. Logística y transporte internacional: Coordinar con agentes de carga, navieras y operadores logísticos el transporte del aguacate.
5. Gestionar reservas de espacio en contenedores refrigerados y asegurar el cumplimiento de tiempos y condiciones de envío.
6. Mantener contacto constante con los compradores internacionales para informarles sobre el estado de sus pedidos.
7. Negociar condiciones logísticas y comerciales con proveedores de transporte, aduanas y servicios relacionados.
8. Asegurar que el producto cumpla con los estándares de calidad exigidos por los mercados destino.
9. Verificar que la trazabilidad del producto esté documentada y disponible para inspección.
10. Coordinar los procesos de facturación y cobro de exportaciones, incluyendo pagos por cartas de crédito, cobranza documentaria o transferencias.

11. Monitorear el cumplimiento de los términos de pago acordados con los clientes.
12. Mantenerse actualizado sobre acuerdos comerciales, tratados de libre comercio y requisitos específicos de los países destino.
13. Tramitar certificaciones y permisos necesarios para acceder a nuevos mercados
Reportes e indicadores.
14. Elaborar informes periódicos sobre exportaciones, costos logísticos, tiempos de entrega y satisfacción del cliente.
15. Gestionar las quejas o reclamos de clientes respecto a la calidad del producto y coordinar las acciones correctivas necesarias.

7.4 Aspectos Legales

Para dar cumplimiento con las leyes fiscales, la empresa tiene que estar registrada ante ciertas entidades las cuales dan validez a la empresa y dan la legalidad para la puesta en marcha, las entidades implicadas y necesarias son:

Registro Legal y Tributario en Colombia

Debemos formalizar la empresa y obtener permisos para operar como exportador:

- **Cámara de Comercio** → Registro de la empresa en el **Registro Único Empresarial y Social (RUES)**.

1. Definir la forma de constitución

ORO VERDE S.A.S. se constituye como una persona jurídica, quiere decir que es un sujeto de derechos y obligaciones que existe pero no como individuo sino como institución y que es creada por una o mas personas físicas para cumplir un objetivo social, que poder con o sin animo de lucro. Se debe elaborar el documento de constitución.

2. Definir la actividad económica, código CIIU

Información de actividad económica

Comercio al por mayor y al por menor - frutas, legumbres, hortalizas, lacteos, huevos, aceites, grasas, cárnicos, pesca, panela, confitería, panadería, farináceos, café, te, cacao, chocolate, especies, salsas

División: 46

Grupo:493

Código CIIU: 4631

3. Verificar la Homonimia

Podemos verificar que el rucs no tiene ninguna otra empresa registrada hasta el momento bajo el nombre de ORO VERDE SAS (23/05/2025)

4. Requisitos a tener en cuenta al inicio de la actividad económica

- Uso del suelo

5. Requisitos que se deben cumplir durante la actividad económica

- Normas referentes a la intensidad auditiva
- Horarios establecidos para la actividad económica desarrollada
- Certificado de seguridad
- RNT actualizado
- Prestar servicio de baño
- Presentar matrícula mercantil renovada

6. Si eres responsable de IVA

Encargarme de que mi software este actualizado para la generación de factura electrónica

7. Después de registrarse en cámara de comercio

Inscribir a la empresa ante el ICA teniendo en cuenta los parámetros de la legislación municipal

-
- **DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales)** → Obtener el **Registro Único Tributario (RUT)** y habilitación como **exportador**.
 - **Banco de la República** → Registro de operaciones de comercio exterior para cumplir con regulaciones cambiarias.

- **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo** → Inscribirte en el **Registro Nacional de Exportadores**
- **Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)** → Para gestionar permisos de exportación y certificaciones.

Regulaciones Fitosanitarias en Colombia

- **ICA (Instituto Colombiano Agropecuario):**
 - Registro como **exportador de vegetales frescos**.
 - Inspección y certificación fitosanitaria del aguacate.
 - Cumplir con las **Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)**.
 - **INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos)** → Si el aguacate es procesado (ej. guacamole o aceites).

Certificaciones Internacionales

- **GlobalG.A.P.** → Cumplimiento de estándares agrícolas exigidos por la UE.
- **Certificación Orgánica** (si aplicable) → Como **EU Organic** para productos ecológicos.
- **Fair Trade (Comercio Justo)** → Para acceder a mercados especializados.

Trámites Aduaneros en Colombia

- Presentar la **Declaración de Exportación (DEX)**.
- Tramitar el **Certificado de Origen**.

4. Registro y Regulaciones en España / Unión Europea (UE)

España, como parte de la UE, tiene estrictas normas sanitarias y fitosanitarias para importar productos agrícolas:

- **Autoridad Sanitaria Española (AESAN)** Cumplir con los **reglamentos de seguridad alimentaria de la UE**.
- **Registro en el Sistema TRACES de la UE** Para el control fitosanitario de productos importados.
- **Certificado Fitosanitario de Exportación (emitido por el ICA en Colombia)** Obligatorio para ingresar el aguacate a España.
- **Normativa de Residuos de Plaguicidas de la UE** Asegurar que los productos cumplen con los **límites máximos de residuos (LMR)**.
- **Declaración en la Aduana Española (Agencia Tributaria - AEAT)** Para pagar aranceles e IVA si aplica.
- **Etiquetado y Trazabilidad** Cumplir con las exigencias de etiquetado en español y estándares de trazabilidad de la UE.

8. Plan exportador

8.1 Régimen de exportación

Exportación definitiva:

La exportación definitiva es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno.

8.2 Tramites del proceso exportador



El proceso de exportación se desarrolla en varias etapas que van desde el contacto comercial inicial hasta el pago final por parte del comprador en el exterior. A continuación, se explica cada paso:

Contacto inicial: El exportador (productor o comerciante en Colombia) establece contacto con el posible comprador internacional (importador en España), ofreciendo su producto, en este caso, aguacate Hass.

Solicitud de muestras o catálogos: El importador solicita catálogos, fichas técnicas o muestras del producto para evaluar la calidad y características antes de negociar.

Solicitud y envío de cotización: El importador pide una cotización formal, y el exportador responde enviando una propuesta con precios, cantidades, condiciones de envío y forma de pago.

Firma del contrato de compraventa internacional: Ambas partes acuerdan las condiciones y firman un contrato que establece los términos legales y comerciales de la operación.

Confirmación del pedido: El importador confirma la orden de compra de manera oficial, dando inicio al proceso logístico y documental.

Preparación del pedido: El exportador organiza el embalaje del producto y coordina con agentes especializados como agentes de aduana y agentes de carga para gestionar el envío.

Entrega de documentos a la Agencia de Aduanas: El exportador entrega los documentos necesarios para iniciar el trámite aduanero, como factura comercial, lista de empaque y certificado fitosanitario.

Transmisión de datos al sistema aduanero (SIGAD): La Agencia de Aduanas ingresa la información al sistema informático nacional, registrando la operación.

Generación de la Declaración Andina de Mercancías (DAM): El sistema consolida la información y asigna un número al documento DAM provisional.

Ingreso de mercancía a depósito temporal: El exportador traslada el producto a una zona primaria de la aduana, donde permanece mientras se completa la documentación.

Verificación de bultos y peso: El almacén autorizado registra la cantidad, peso y número de bultos del cargamento.

Asignación de canal de revisión: La aduana determina el tipo de inspección que se realizará. Puede ser:

Canal Naranja: Revisión únicamente de documentos.

Canal Rojo: Revisión documental y física de la mercancía.

Verificación del embarque: La empresa transportadora verifica que la mercancía esté correctamente embalada y lista para el embarque.

Regulación del DAM definitivo: Se realiza el ajuste final del documento aduanero para oficializar la exportación.

Envío de documentos al importador: El exportador remite al comprador los documentos necesarios para recibir la mercancía en el país de destino.

Pago del importador: Una vez recibida la documentación y conforme con el embarque, el importador realiza la transferencia bancaria acordada, cerrando el proceso de exportación.

Este procedimiento asegura que la exportación se realice de manera legal, segura y eficiente, cumpliendo con todas las normas nacionales e internacionales. Es especialmente útil para productos perecederos como el aguacate Hass, donde la logística y el cumplimiento documental son clave para garantizar la calidad y entrega oportuna.

8.2.1 Posición arancelaria

La nomenclatura para este producto es 0804.40.00.10 Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.

DIAN



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	0804.40.00.10			08-ago-2020	...		
Estructura nomenclatura	Descripción	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías. Dátiles, higos, piñas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.			08-ago-2020	...		
Índice alfabético arancelario	Reglas generales de la nomenclatura	- Aguacates (paltas) - - Variedad Hass						
Por texto	Unidad física	kg - Kilogramo			08-ago-2020	...		
		MEDIDAS						
		Concepto	Importaciones	Exportaciones	Tránsito			
		Gravamen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		IVA	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Otras tarifas generales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Gravámenes por acuerdos internacionales	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Medidas de protección comercial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Régimen de comercio	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Bienes de capital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Índice Alfabético Arancelario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Notas de nomenclatura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Correlativas por apertura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Correlativas por cierre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Requisitos Específicos de Origen (REO)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Documentos soporte	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Características especiales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Restricciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Modalidades permitidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Descripciones de mercancías	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Documentos soporte por zona de RAE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		Cupos de Mercancia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
		<input checked="" type="checkbox"/> Anterior 1 1 <input checked="" type="checkbox"/> Siguiente						
		<input checked="" type="checkbox"/> Regresar						
		2005 Derechos Reservados DIAN Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales						

8.2.2 Permisos previos y/o vistos buenos

Permisos en Colombia

Registro ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA): El aguacate Hass es considerado un producto agrícola regulado. Para poder exportarlo, la empresa exportadora debe

estar registrada en el ICA. Este organismo es el encargado de regular y controlar la calidad de los productos agrícolas exportados desde Colombia.

Certificación Fitosanitaria: El ICA debe emitir un certificado fitosanitario, que garantiza que los aguacates están libres de plagas y enfermedades que podrían afectar la agricultura en el país de destino (España en este caso).

Cumplimiento con requisitos fitosanitarios: El ICA verifica que el producto cumpla con los requisitos fitosanitarios de los países importadores, en este caso, la normativa de la Unión Europea.

Cumplir con los protocolos de exportación: Para exportar a la Unión Europea (UE), debes cumplir con los protocolos específicos establecidos entre Colombia y la UE para la exportación de aguacate Hass. Esto incluye tratamientos de sanidad vegetal (como control de plagas), y ciertos procedimientos para garantizar la calidad y seguridad del producto.

El ICA también se asegura de que la exportación cumpla con la Norma Técnica Colombiana (NTC) que rige la calidad del aguacate.

Registro de la empresa exportadora: Debes estar inscrito en el Registro Único de Exportadores (RUE) de la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia), para poder realizar las exportaciones y cumplir con la normativa aduanera.

Autorización para exportación de productos agrícola. El ICA también debe autorizar la exportación de aguacate Hass a la UE. Esto implica un control adicional sobre la trazabilidad del producto, es decir, asegurarse de que el aguacate proviene de una fuente confiable y está libre de contaminantes.

Permisos en España (Unión Europea)

Cumplimiento de Normativas Europeas: España sigue las regulaciones fitosanitarias de la Unión Europea para la importación de productos agrícolas. Específicamente, en el caso de aguacates, se deben cumplir con las normativas establecidas en el Reglamento (CE) 1234/2007 y la Norma Europea para el aguacate Hass.

Certificado Fitosanitario: El aguacate debe llegar a España con un certificado fitosanitario emitido por las autoridades colombianas (ICA) que indique que el producto cumple con los estándares fitosanitarios de la UE.

Control en el Punto de Entrada: Los aguacates importados a España deben pasar por una inspección fitosanitaria a su llegada, que realiza el Servicio de Inspección en Frontera (SIVE) en los puertos o aeropuertos de entrada. En este caso, la inspección se realizaría en el puerto de Barcelona, donde se verificará que el envío cumpla con las normativas europeas.

Regulación de residuos fitosanitarios: España y la UE controlan el nivel de residuos de pesticidas en los productos agrícolas importados. Por lo tanto, los aguacates deben cumplir con los límites de residuos establecidos por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA).

Registro en el sistema TRACES

Para la exportación de productos alimenticios a la UE, se debe registrar la exportación en el sistema TRACES (Trade Control and Expert System), que permite el seguimiento de productos alimenticios, piensos, animales, y otros productos regulados.

Logística de Transporte: El transporte debe cumplir con las normativas de la Convención Internacional sobre la Protección Fitosanitaria (CIPF) para asegurar que los productos no estén contaminados o plagas durante el tránsito.

Condiciones de transporte: Es importante que el transporte sea realizado en condiciones que mantengan la calidad del producto, ya que los aguacates son muy sensibles a las condiciones climáticas y de almacenamiento.

Documentación y Trámites Aduaneros

a. Factura Comercial

Debe estar acompañada de una factura comercial que detalle el valor de la mercancía, el origen, el destinatario y el tipo de producto.

b. Lista de Empaque

Este documento detalla la cantidad y tipo de producto en cada paquete o contenedor.

c. Declaración de Exportación

Debe ser presentada ante la DIAN para completar el proceso de exportación en Colombia.

d. Certificado de Origen

Este documento acredita que el aguacate es de origen colombiano, lo cual puede ser importante para los acuerdos comerciales o preferencias arancelarias en la UE.

e. Transporte Internacional

El contrato de transporte internacional debe estar listo, con la documentación correspondiente a la importación en España.

8.2.3 Términos de negociación

Los Incoterms son los Términos de Negociación Internacional. Antes que ser reglas de comercio exterior, los Incoterms son más bien términos para acordar las responsabilidades de exportador e importador. Te pueden afectar en: costos, responsabilidades y contratos internacionales. No importa qué importes o exportes.

Cómo futura empresa se utilizará el término CIF. El término CIF corresponde a las siglas de ;Cost, Insurance and Freight" (Costo, Seguro y Flete).

¿Qué incluye el CIF?

En una operación con el término CIF, el vendedor es responsable de los siguientes costos y riesgos hasta que la mercancía llegue al puerto de destino acordado (en este caso, el puerto de Barcelona si hablamos de la exportación desde Colombia a España):

1. Costo (Cost): El vendedor cubre el costo de la mercancía hasta que llega al puerto de destino (Hasta Barcelona).
2. Seguro (Insurance): El vendedor debe contratar y pagar el seguro para cubrir posibles daños o pérdidas de la mercancía durante el transporte marítimo. Este seguro tiene que ser mínimo, es decir, cubre solo los riesgos básicos durante el transporte.
3. Flete (Freight): El vendedor es responsable del costo del flete, es decir, del transporte de la mercancía desde el puerto de salida (en Colombia) hasta el puerto de destino (en España).

¿Qué no cubre el CIF?

El CIF cubre los costos hasta que la mercancía llega al puerto de destino, pero una vez que la mercancía está en el puerto de destino (en este caso, Barcelona), las responsabilidades se transfieren al comprador. Esto significa que el comprador se hace cargo de: Desembarque de la mercancía del barco. Costos de aduanas en el país de destino (España) y el pago de los aranceles e impuestos relacionados con la importación. Transporte interno dentro de España, desde el puerto hasta el lugar final de destino (si aplica).

En mi caso como exportador debo de cubrir los costos de los aguacates, el flete marítimo hasta el puerto de Barcelona y el seguro por cualquier daño que pueda ocurrir durante el transporte marítimo. Una vez que el barco llega al puerto de Barcelona, el comprador es responsable de los trámites de aduana, los impuestos de importación y el transporte dentro de España.

8.2.4 Agente de Carga y/o Tipo de Transporte

Matriz de costos de la DFI

Información Preliminar

Término de venta *
CIF - Costo, Seguro y Flete

Forma de pago
crédito

Plazo de pago (días)*
60

Fecha de pago
31/08/2025

Tasa de cambio*
10.604

Tasa de Interés Anual(%)*
11,9 %

Nombre de la simulación*
EXPORTACION DE AGUACATE HASS UE

Realizar el cálculo del costo de capital inventario con base a:
 Días de la DFI Días de la DFI + Plazo de pago

Seguro

Tasa(%)*
0,78 %

Mínimo en COP*
5.000.000

Solo calcular CIF o CIP*
 Sí No

100%

Productos de la Simulación

Cantidad	Producto	Unidad Comercial	Valor por unidad	Dimensión Unidad Comercial	Peso(kg)	Valor COP	Valor USD	Peso Total(kg)	Volumen Total(m ³)
5280	AGUACATE HASS	AGUACATE HASS	10.604	6.1m x2.44m x2.59m	4	55.989.120	5.280	21.120	203.541,36
5.280						55.989.120	5.280	21.120	203.541,36

100%

Agregar Productos

Información Básica del Embarque

Origen

País * Ciudad *

Dirección

Destino

País * Ciudad *

Dirección

Alternativas de transporte

Nombre	Ruta	Modo
57%		

Costos País Exportador

Componente	Alternativa No.1 -			
	COP	USD	Días	
Productos en fábrica	55.989.120,00	5.280,00		
Empaque				▼ + 📄
Embalaje				▼ + 📄
Ajuste a la utilidad				
Valor EXW	55.989.120,00	5.280,00	0,00	
Unitarización				▼ + 📄
Manipuleo local exportador				▼ + 📄
Documentación				▼ + 📄
Transporte				▼ + 📄
Almacenamiento intermedio				▼ + 📄
Manipuleo pre embarque				▼ + 📄
Manipuleo embarque				▼ + 📄
Bancario				▼ + 📄
Agentes				▼ + 📄
Administrativos				▼ + 📄
Capital inventario	1.110.450,88	104,72		
Subtotal	57.099.570,88	5.384,72		
Seguro			0	
TOTAL DFI PAÍS EXPORTADOR			0,00	
Valor FCA	-	-	-	
Valor FAS	-	-	-	
Valor FOB				

8.2.5 Medio de Pago

En nuestro caso haremos uso de la carta crédito, es un instrumento financiero utilizado en comercio internacional que garantiza el pago entre un comprador y un vendedor. El comprador solicita a su banco que emita una carta de crédito a favor del vendedor, lo que asegura al

vendedor que recibirá el pago si cumple con los términos establecidos (como enviar la mercancía y presentar los documentos necesarios).

8.2.6 El Contrato de Exportación



CONTRATO.pdf

Al final de este trabajo anexare el contrato impreso, ya que lo dejo en este formato para que a la hora de su revisión vía web sea más fácil de acceder

8.3 El Proceso General de una Exportación

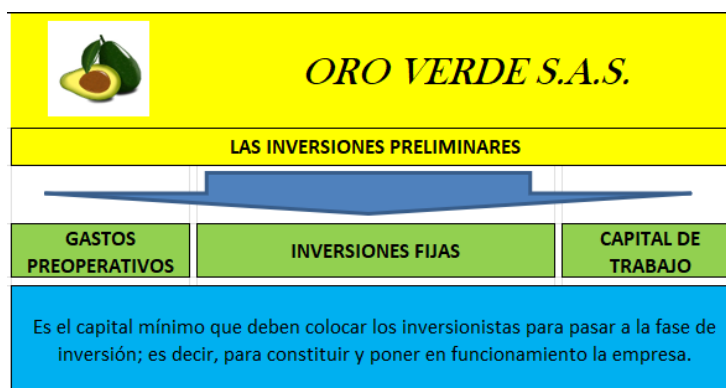


9. El estudio económico y financiero


9.1 inversiones preliminares

9.1.1 los gastos preoperativos

Los gastos preoperativos son aquellos costos que se generan antes del inicio formal de las operaciones comerciales o productivas. Son necesarios para poner en marcha la organización, pero no se relacionan directamente con la producción o venta de bienes y servicios.



PRESUPUESTO DE GASTOS PREOPERATIVOS	
CONCEPTO O DETALLE DEL GASTO	VALOR PRESUPUESTADO
Estudio de prefactibilidad.	20.500.000
Honorarios profesionales por asesorías	3.000.000
Gastos de transporte	1.500.000
Gastos de registro en camara de comercio	150.000
Gastos de capacitación al personal contratado	2.000.000
Gastos de selección del personal a contratar	800.000
Gastos de papelería y utiles de oficina	500.000
Gastos de adecuación de oficinas	4.000.000
Gastos de publicidad de impacto	3.500.000
Gastos legales y notariales	1.000.000
Gastos por servicio de fotocopiado	200.000
Gastos por viaticos y alojamiento	2.500.000
Otros gastos generales e imprevistos	400.000
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	40.050.000

 ORO VERDE S.A.S.	
AMORTIZACION DEL GASTO PRE OPERATIVO - DIFERIDO	
Total del Gasto Diferido	40.050.000
Período de Amortización en Años (Periodo de Evaluación)	5
Total Amortización por cada Año del Periodo de Evaluación	8.010.000
Total Amortización por mes o Amortización Mensual	667.500

9.1.2 las inversiones fijas

Las inversiones fijas son los gastos destinados a la adquisición de bienes tangibles o intangibles duraderos que la empresa utilizará durante un largo período para llevar a cabo sus operaciones. No se consumen en el corto plazo ni se venden como parte del giro normal del negocio, sino que forman parte del activo fijo.

 ORO VERDE S.A.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	7	\$ 600.000,00	\$ 4.200.000,00
Computador Portatil	3	\$ 500.000,00	\$ 1.500.000,00
Escritorios	8	\$ 300.000,00	\$ 2.400.000,00
Sillas para Escritorio	8	\$ 50.000,00	\$ 400.000,00
Mesas para Computador	7	\$ 70.000,00	\$ 490.000,00
Impresora	2	\$ 300.000,00	\$ 600.000,00
Fotocopiadora	0	\$ 0,00	\$ 0,00
Aire Acondicionado	1	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00
Mesa de Juntas	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
Sillas para mesa de juntas	10	\$ 80.000,00	\$ 800.000,00
Telefonos	5	\$ 300.000,00	\$ 1.500.000,00
Estanterías	0	\$ 0,00	\$ 0,00
Archivador	2	\$ 100.000,00	\$ 200.000,00
Vitrinas	0	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y OTROS			\$ 12.990.000

 ORO VERDE S.A.S.	
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	
Total Equipo de Oficina, Computo y Muebles y Enseres	12.990.000
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea Recta)	5
Valor del Gasto por Depreciación Anual	2.598.000
Valor del Gasto por Depreciación Mensual	216.500
Total Maquinaria y Equipo de Producción	0
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea Recta)	10
Valor del Gasto por Depreciación Anual	0
Valor del Gasto por Depreciación Mensual	0

9.1.3 el capital de trabajo

El presupuesto de capital de trabajo es una estimación financiera que determina la cantidad de recursos necesarios para cubrir las operaciones, una vez que ya está en marcha. Se enfoca en garantizar que la empresa tenga suficiente liquidez para operar eficientemente en el corto plazo.

 ORO VERDE S.A.S.			
PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO			
TIPO DE GASTO	VALOR MENSUAL	MESES A FINANCIAR	VALOR TOTAL
Gasto arrendamiento	2.000.000	2	4.000.000
Gasto servicios públicos	600.000	2	1.200.000
Gasto telefonía e internet	400.000	2	800.000
Gastos de cafetería	100.000	2	200.000
Gastos de limpieza y aseo	150.000	2	300.000
Gastos de papelería	300.000	2	600.000
Gastos legales y notariales	500.000	2	1.000.000
Gastos de honorarios profesionales	800.000	2	1.600.000
Outsorsing contable	700.000	2	1.400.000
Gastos de publicidad	400.000	2	800.000
Gastos de mantenimiento equipos	150.000	2	300.000
Gastos de vigilancia	0	0	0
Gastos de transporte	200.000	2	400.000
Gastos generales de oficina	100.000	2	200.000
Gasto por comisiones en ventas	0	0	0
Depreciación de Activos	216.500	2	433.000
Amortización Diferidos	667.500	2	1.335.000
Nomina	11.570.500	2	23.141.000
TOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO			37.709.000

9.1.4 la composición del capital


La composición de capital se refiere a la proporción en que una empresa financia sus activos y operaciones con recursos propios y ajenos.

TOTAL INVERSIONES PRELIMINARES - CAPITAL SEMILLA	
Total de los Gastos Pre Operativos	40.050.000
Total de las Inversiones Fijas	12.990.000
Total del Capital de Trabajo	37.709.000
TOTAL DE LAS INVERSIONES PRELIMINARES	90.749.000

COMPOSICION DEL CAPITAL - SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFICADA			
Concepto	No Acciones	Vr. Nominal	Vr. Total
Capital Autorizado	181.498	1.000	181.498.000
Capital Suscrito	136.124	1.000	136.123.500
Capital Suscrito Por Cobrar	45.375	1.000	45.374.500
Capital Suscrito y Pagado	90.749	1.000	90.749.000

9.2 el balance general de constitución


El balance general de constitución es un estado financiero que presenta la situación económica y financiera de una empresa en el momento exacto de su creación es decir, en la fecha de constitución legal de la empresa.

 <i>ORO VERDE S.A.S.</i>		
BALANCE GENERAL DE CONSTITUCION O DE APERTURA		
Fecha:		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
DISPONIBLE		
Caja		\$ 37.709.000
INVENTARIOS		
Inventario de Producto		
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE		\$ 37.709.000
ACTIVO NO CORRIENTE		
ACTIVO FIJO		
Equipo de Oficina y Otros Activos		\$ 12.990.000
Maquinaria y Equipo		
DIFERIDOS		
CARGOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos		40.050.000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		\$ 53.040.000
TOTAL DEL ACTIVO		\$ 90.749.000
PASIVO Y PATRIMONIO		
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aporte de los Inversionistas		\$ 90.749.000
TOTAL DEL PATRIMONIO		\$ 90.749.000
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 90.749.000

9.3 la producción y los costos operacionales

9.3.1 la producción exportable


La producción exportable se refiere al conjunto de bienes y servicios generados por un país, región o empresa que están destinados a ser comercializados en mercados internacionales. Representa aquella parte de la producción total que, por su calidad, volumen, competitividad y cumplimiento de normativas internacionales, es susceptible de ser exportada a otros países.

		<i>ORO VERDE S.A.S.</i>					
PROYECCION VOLUMEN DE PRODUCCION COMERCIALIZABLE (PROYECCIÓN DE UNIDADES A VENDER EFECTIVAMENTE)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	21120	5	105.600	107.712	112.020	118.742	128.241
TASA DE CREMIENTO O DE VARIACION ANUAL DE LA PRODUCCION EXPORTABLE				2,00%	4,00%	6,00%	8,00%

9.3.2 los costos de producción

9.3.2.1 costos directos

Los costos directos son aquellos gastos que pueden ser identificados y asignados de manera específica a un producto, servicio, proyecto o centro de costo determinado. Es decir, son costos que guardan una relación directa y cuantificable con la producción de un bien o la prestación de un servicio.

		<i>ORO VERDE S.A.S.</i>					
PROYECCION DE LOS COSTOS DE LA MERCANCIA 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
	21120	5	404.964.608	434.357.345	475.018.404	529.475.939	601.312.058
COSTO UNITARIO (Costos de Produccion)			3.835	4.033	4.240	4.459	4.689
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

Los costos de personal aumentan progresivamente cada año, lo cual es natural por ajustes de inflación o crecimiento de la empresa. La mayor parte del gasto se concentra en el área administrativa, seguido por producción y logística.


INDICADOR DE PROYECCION DE LOS GASTOS DE NOMINA	
SE TOMARA COMO REFERENCIA EL PROMEDIO DE LA VARIACION DEL SALARIO MINIMO LEGAL MENSUAL VIGENTE EN COLOMBIA EN LOS ULTIMOS DIEZ AÑOS.	
Año 2025	9,50%
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%
TOTAL SUMATORIA	83,04%
TOTAL PROMEDIO	8,30%

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

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PAA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO					
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nomina Administración	174.022.981	188.473.850	204.124.718	221.075.235	239.433.322
Nómina Ventas y Comercial	28.090.831	30.423.493	32.949.860	35.686.016	38.649.383
Nómina Producción y Logística	80.102.160	86.753.843	93.957.883	101.760.145	110.210.308
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	282.215.972	305.651.186	331.032.461	358.521.396	388.293.013

9.3.2.3 gastos generales de producción

Los gastos generales de producción son todos aquellos costos indirectos relacionados con el proceso de fabricación de un producto, que no pueden asignarse directamente a una unidad específica de producción, pero que son necesarios para mantener el funcionamiento y la operación de la planta o área productiva.


		<i>ORO VERDE S.A.S.</i>					
PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DE PRODUCCION Y LOGISTICA PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	% DE PRORRATA AREA DE PRODUCCION	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Gasto arrendamiento	2.000.000	33,00%	7.920.000	8.328.276	8.757.599	9.209.053	9.683.780
Gasto servicios públicos	600.000	33,00%	2.376.000	2.498.483	2.627.280	2.762.716	2.905.134
Gasto telefonía e internet	400.000	20,00%	960.000	1.009.488	1.061.527	1.116.249	1.173.791
Gastos de cafetería	100.000	35,00%	420.000	441.651	464.418	488.359	513.534
Gastos de limpieza y aseo	150.000	30,00%	540.000	567.837	597.109	627.890	660.258
Gastos de papelería	300.000	10,00%	360.000	378.558	398.073	418.593	440.172
Gastos legales y notariales	500.000	33,00%	1.980.000	2.082.069	2.189.400	2.302.263	2.420.945
Gastos de honorarios profesionales	800.000	0,00%	0	0	0	0	0
Outsorsing contable	700.000	20,00%	1.680.000	1.766.604	1.857.672	1.953.435	2.054.135
Gastos de publicidad	400.000	10,00%	480.000	504.744	530.764	558.124	586.896
Gastos de mantenimiento equipos	150.000	30,00%	540.000	567.837	597.109	627.890	660.258
Gastos de vigilancia	0	0,00%	0	0	0	0	0
Gastos de transporte	200.000	0,00%	0	0	0	0	0
Gastos generales de oficina	100.000	40,00%	480.000	504.744	530.764	558.124	586.896
	0	0,00%	0	0	0	0	0
	0	0,00%	0	0	0	0	0
	0	0,00%	0	0	0	0	0
	0	0,00%	0	0	0	0	0
	0	0,00%	0	0	0	0	0
Gasto por comisiones en ventas	0	0,00%	0	0	0	0	0
Depreciación de Activos	216.500	33,00%	857.340	857.340	857.340	857.340	857.340
Amortización Diferidos	667.500	33,00%	2.643.300	2.643.300	2.643.300	2.643.300	2.643.300
Diversos y otros gastos generales	0	0,00%	0	0	0	0	0
TOTAL DEL GASTO	7.284.000		21.236.640	22.150.931	23.112.353	24.123.337	25.186.437


9.4 los gastos generales


9.4.1 la distribución de los gastos comunes

9.4.2 los gastos de administración

9.4.2.1 gastos de personal y su proyección


 ORO VERDE S.A.S.							
NOMINA DE PERSONAL ADMINISTRATIVO							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
GERENTE	\$ 4.000.000,00	\$ 0,00	\$ 4.000.000,00	\$ 873.200,00	\$ 1.020.000,00	\$ 5.893.200,00	\$ 70.718.400,00
COORDINADOR ADMINISTRATIVO	\$ 2.500.000,00	\$ 200.000,00	\$ 2.700.000,00	\$ 589.410,00	\$ 637.500,00	\$ 3.926.910,00	\$ 47.122.920,00
AUXILIAR ADMINISTRATIVO	\$ 1.423.500,00	\$ 200.000,00	\$ 1.623.500,00	\$ 354.410,05	\$ 362.992,50	\$ 2.340.902,55	\$ 28.090.830,60
OPERARIO DE ASEO	\$ 1.423.500,00	\$ 200.000,00	\$ 1.623.500,00	\$ 354.410,05	\$ 362.992,50	\$ 2.340.902,55	\$ 28.090.830,60
			\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
			\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL	\$ 9.347.000,00	\$ 600.000,00	\$ 9.947.000,00	\$ 2.171.430,10	\$ 2.383.485,00	\$ 14.501.915,10	\$ 174.022.981,20

 ORO VERDE S.A.S.							
NOMINA DE PERSONAL AREA DE PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				20000000,00%	234090255,00%		
COORDINADOR DE OPERACIONES	\$ 2.200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 523.920,00	\$ 561.000,00	\$ 3.484.920,00	\$ 41.819.040,00
COORDINADOR DE COMERCIO EXTER	\$ 2.000.000,00	\$ 200.000,00	\$ 2.200.000,00	\$ 480.260,00	\$ 510.000,00	\$ 3.190.260,00	\$ 38.283.120,00
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
TOTAL	\$ 4.200.000,00	\$ 400.000,00	\$ 4.600.000,00	\$ 1.004.180,00	\$ 1.071.000,00	\$ 6.675.180,00	\$ 80.102.160,00


 ORO VERDE S.A.S.						
PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PAA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO						
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05	
Nomina Administración	174.022.981	188.473.850	204.124.718	221.075.235	239.433.322	
Nómina Ventas y Comercial	28.090.831	30.423.493	32.949.860	35.686.016	38.649.383	
Nómina Producción y Logística	80.102.160	86.753.843	93.957.883	101.760.145	110.210.308	
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	282.215.972	305.651.186	331.032.461	358.521.396	388.293.013	


9.4.3 Los gastos de comercialización y ventas

9.4.3.1 Gastos de personal y su proyección

		<i>ORO VERDE S.A.S.</i>				
PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PAA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO						
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05	
Nomina Administración	174.022.981	188.473.850	204.124.718	221.075.235	239.433.322	
Nómina Ventas y Comercial	28.090.831	30.423.493	32.949.860	35.686.016	38.649.383	
Nómina Producción y Logística	80.102.160	86.753.843	93.957.883	101.760.145	110.210.308	
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	282.215.972	305.651.186	331.032.461	358.521.396	388.293.013	

9.4.3.2 Gastos generales de comercialización y ventas

		<i>ORO VERDE S.A.S.</i>					
NOMINA DE PERSONAL DE VENTAS O COMERCIAL							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
ASESOR COMERCIAL	\$ 1.423.500,00	\$ 200.000,00	\$ 1.623.500,00	\$ 354.410,05	\$ 362.992,50	\$ 2.340.902,55	\$ 28.090.830,60
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
TOTAL	\$ 1.423.500,00	\$ 200.000,00	\$ 1.623.500,00	\$ 354.410,05	\$ 362.992,50	\$ 2.340.902,55	\$ 28.090.830,60

		<i>ORO VERDE S.A.S.</i>					
PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DE AREA COMERCIAL (VENTAS) PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	% DE PROYECTA AREA COMERCIAL (VENTAS)	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Gasto arrendamiento	\$ 2.000.000,00	33,00%	7.920.000	8.328.276	8.757.599	9.209.053	9.683.780
Gasto servicios públicos	\$ 600.000,00	33,00%	2.376.000	2.498.483	2.627.280	2.762.716	2.905.134
Gasto telefonía e internet	\$ 400.000,00	50,00%	2.400.000	2.523.720	2.653.818	2.790.622	2.934.479
Gastos de cafetería	\$ 100.000,00	15,00%	180.000	189.279	199.036	209.297	220.086
Gastos de limpieza y aseo	\$ 150.000,00	30,00%	540.000	567.837	597.109	627.890	660.258
Gastos de papelería	\$ 300.000,00	10,00%	360.000	378.558	398.073	418.593	440.172
Gastos legales y notariales	\$ 500.000,00	34,00%	2.040.000	2.145.162	2.255.745	2.372.029	2.494.307
Gastos de honorarios profesionales	\$ 800.000,00	0,00%	0	0	0	0	0
Outsorsing contable	\$ 700.000,00	20,00%	1.680.000	1.766.604	1.857.672	1.953.435	2.054.135
Gastos de publicidad	\$ 400.000,00	70,00%	3.360.000	3.533.208	3.715.345	3.906.871	4.108.270
Gastos de mantenimiento equipos	\$ 150.000,00	20,00%	360.000	378.558	398.073	418.593	440.172
Gastos de vigilancia	\$ 0,00	0,00%	0	0	0	0	0
Gastos de transporte	\$ 200.000,00	0,00%	0	0	0	0	0
Gastos generales de oficina	\$ 100.000,00	20,00%	240.000	252.372	265.382	279.062	293.448
	\$ 0,00	0,00%	0	0	0	0	0
	\$ 0,00	0,00%	0	0	0	0	0
	\$ 0,00	0,00%	0	0	0	0	0
	\$ 0,00	0,00%	0	0	0	0	0
	\$ 0,00	0,00%	0	0	0	0	0
Gasto por comisiones en ventas	\$ 0,00	0,00%	0	0	0	0	0
Depreciación de Activos	\$ 216.500,00	33,00%	\$ 857.340,00	\$ 857.340,00	\$ 857.340,00	\$ 857.340,00	\$ 857.340,00
Amortización Diferidos	\$ 667.500,00	33,00%	\$ 2.643.300,00	\$ 2.643.300,00	\$ 2.643.300,00	\$ 2.643.300,00	\$ 2.643.300,00
Diversos y otros gastos generales	\$ 0,00	0,00%	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
PRESUPUESTO MENSUAL	\$ 7.284.000,00		\$ 24.956.640,00	\$ 26.062.696,80	\$ 27.225.770,83	\$ 28.448.801,32	\$ 29.734.879,04

9.4.3.3 Los gastos del proceso exportador



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	Aguacates (Paltas Variedad Hass
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	0804.40.00.10
		POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	0804.40.00.10
	III	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	KG
	IV	VALOR POR UNIDAD COMERCIAL	0,900
V	TIPO DE EMPAQUE	CAJAS DE CARTON CORRUGADO	
	DIMENSIONES DEL EMPAQUE m	15 cm * 50 cm* 60 cm	
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	VI	ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	COLOMBIA - SANTIAGO DE CALI
	VII	DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	ESPAÑA - BARCELONA
	VIII	PESO TOTAL KG/TON	21,12 TON
	IX	UNIDAD DE CARGA	CONTENEDOR 20
	X	UNIDADES COMERCIALES	21.120 KG
	XI	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	CIF
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XII	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	CIF
	XIII	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	CARTA CREDITO
	XIV	TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	\$ 4.261


CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN			MARÍTIMO		
			Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)
	EMPAQUE	0,01	295,06		
	EMBALAJE	0,00	35,92		

PAIS EXPORTADOR	VALOR EXW		0,92	19.338,98
	Costos Directos			
	UNITARIZACIÓN		0,002	45,00
	MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR		0,001	30,00
	DOCUMENTACIÓN		0,009	200,00
	TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)		0,006	120,00
	ALMACENAMIENTO INTERMEDIO		0,000	
	MANIPULEO PREEMBARQUE		0,001	15,00
	MANIPULEO EMBARQUE		0,000	10,00
	BANCARIO		0,001	11,00
	AGENTES		0,001	20,00
	Costos Indirectos			
	ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto		0,000	
	CAPITAL-INVENTARIO		0,000	
	SEGURO***			
COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR		0,021	451,00	
VALOR : FCA.No Incluye Embarque		0,937	19.779,98	
VALOR : FAS No Incluye Embarque		0,937	19.779,98	
VALOR : FOB		0,937	19.789,98	

TRANSITO INTERNACIONAL	TRANSPORTE INTERNACIONAL		0,000	
	VALOR CFR		0,937	19.789,98
	VALOR CPT		0,937	19.789,98
	SEGURO INTERNACIONAL		0,006	128,63
	VALOR CIF		0,943	19.918,61
	VALOR CIP		0,943	19.918,61
	MANIPUELO DE DESEMBARQUE		0,000	
	Costos indirectos			
	CAPITAL-INVENTARIO		0,000	-
	COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL		0,027	579,63
	VALOR DAP** No Incluye Desembarque		0,943	19.918,61
VALOR DAT		0,943	19.918,61	

PAIS IMPORTADOR	TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR		0,000	
	ALMACENAMIENTO		0,000	
	VALOR DAP***		0,943	19.918,61
	DOCUMENTACION		0,000	
	ADUANEROS (IMPUESTOS)		0,170	3.585,35
	AGENTES		0,004	79,67
	BANCARIO		0,000	
	Costos indirectos			
	CAPITAL-INVENTARIO		0,000	-
	SEGURO			152,46
	COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR		0,208	4.397
	VALOR DDP TOTAL		1,124	23.736,10


COSTO DE COMPRA (KGR)	GASTOS DE EXPORTACIÓN US (KGR)	TIPO DE CAMBIO DIVISA (US)	PRECIO DE VENTA KGR (US)
3.834,89	0,037	1,00	2,20
VALOR EN PESOS	158	4.260,99	9.374

		ORO VERDE S.A.S.					
PROYECCION DE LOS 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
	21120	5	605.014	637.271	671.248	707.037	744.733
Gastos del Proceso Exportador (Costos de la Exportación)			158	158	158	159	159
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			0,17%	0,17%	0,17%	0,17%	0,17%

9.5 los ingresos y su proyección


Los ingresos son el dinero que una empresa, persona o entidad recibe por la venta de bienes o la prestación de servicios durante un período determinado. Representan la entrada de recursos económicos y son esenciales para evaluar la rentabilidad y sostenibilidad de una

organización. ORO VERDE S.A.S sería sostenible en el tiempo, a pesar de no manejar un margen de ganancia muy alto si genera rentabilidad.

		ORO VERDE S.A.S.					
PROYECCION DE LOS INGRESOS (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (KGRS)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	21120	5	989.913.487	1.011.407.846	1.053.631.056	1.118.724.975	1.210.252.517
PRECIO UNITARIO DE VENTA			9.374	9.390	9.406	9.421	9.437
INDICADOR DE VARIACION DEL PRECIO DE EXPORTACION			0,1680%	0,1680%	0,1680%	0,1680%	0,1680%

9.6 El estado de resultados y su proyección


Los ingresos crecen cada año, lo que indica una expansión esperada del proyecto. A pesar del crecimiento, la utilidad a distribuir va disminuyendo levemente después del año 2. Esto puede deberse a que los costos y gastos también aumentan, lo que reduce las ganancias netas disponibles para los socios.

		ORO VERDE S.A.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	989.913.487	1.011.407.846	1.053.631.056	1.118.724.975	1.210.252.517	
TOTAL INGRESOS	989.913.487	1.011.407.846	1.053.631.056	1.118.724.975	1.210.252.517	
COSTO DE VENTAS						
Costo del producto vendido en el exterior	404.964.608	434.357.345	475.018.404	529.475.939	601.312.058	
Gastos de exportación	605.014	637.271	671.248	707.037	744.733	
TOTAL COSTOS	405.569.623	434.994.616	475.689.653	530.182.976	602.056.791	
UTILIDAD BRUTA	584.343.865	576.413.230	577.941.404	588.541.999	608.195.726	
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION						
Gastos de Personal de Administración	174.022.981	188.473.850	204.124.718	221.075.235	239.433.322	
Gastos Generales de Ventas	29.214.720	30.534.812	31.922.956	33.382.658	34.917.607	
GASTOS GENERALES DE AREA COMERCIAL: VENTAS						
Gastos de Personal de Ventas y Comercial	28.090.831	30.423.493	32.949.860	35.686.016	38.649.383	
Gastos Generales de Ventas	24.956.640	26.062.697	27.225.771	28.448.801	29.734.879	
GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA						
Gastos de Personal de Producción y Logística	80.102.160	86.753.843	93.957.883	101.760.145	110.210.308	
Gastos Generales de Producción y Logística	21.236.640	22.150.931	23.112.353	24.123.337	25.186.437	
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES	357.623.972	384.399.626	413.293.540	444.476.192	478.131.936	
UTILIDAD OPERACIONAL	226.719.893	192.013.604	164.647.863	144.065.807	130.063.790	
Provisión Impuesto de Renta 35%	79.351.963	67.204.762	57.626.752	50.423.033	45.522.326	
UTILIDAD DE SPUES DE IMPUESTOS	147.367.930	124.808.843	107.021.111	93.642.775	84.541.463	
Reserva Legal	14.736.793	12.480.884	10.702.111	9.364.277	8.454.146	
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS	132.631.137	112.327.959	96.319.000	84.278.497	76.087.317	


9.7 El flujo neto de efectivo


El flujo neto de efectivo es el dinero que realmente entra o sale de la empresa después de pagar costos, gastos, impuestos, y realizar inversiones.

En el Año 01 es de inversión fuerte, con flujo negativo, desde el Año 02 en adelante, el negocio genera efectivo lo cual refleja una recuperación progresiva de la inversión y una operación rentable.

		<i>ORO VERDE S.A.S.</i>				
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						
En el Exterior	989.913.487	1.011.407.846	1.053.631.056	1.118.724.975	1.210.252.517	
TOTAL INGRESOS	989.913.487	1.011.407.846	1.053.631.056	1.118.724.975	1.210.252.517	
COSTO DE VENTAS						
Costo del producto vendido en el exterior	404.964.608	434.357.345	475.018.404	529.475.939	601.312.058	
Gastos de exportación	605.014	637.271	671.248	707.037	744.733	
TOTAL COSTOS	405.569.623	434.994.616	475.689.653	530.182.976	602.056.791	
UTILIDAD BRUTA	584.343.865	576.413.230	577.941.404	588.541.999	608.195.726	
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION						
Gastos de Personal de Administración	174.022.981	188.473.850	204.124.718	221.075.235	239.433.322	
Gastos Generales de Ventas	29.214.720	30.534.812	31.922.956	33.382.658	34.917.607	
GASTOS GENERALES DE AREA COMERCIAL: VENTAS						
Gastos de Personal de Ventas y Comercial	28.090.831	30.423.493	32.949.860	35.686.016	38.649.383	
Gastos Generales de Ventas	24.956.640	26.062.697	27.225.771	28.448.801	29.734.879	
GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA						
Gastos de Personal de Producción y Logística	80.102.160	86.753.843	93.957.883	101.760.145	110.210.308	
Gastos Generales de Producción y Logística	21.236.640	22.150.931	23.112.353	24.123.337	25.186.437	
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES	357.623.972	384.399.626	413.293.540	444.476.192	478.131.936	
UTILIDAD OPERACIONAL	226.719.893	192.013.604	164.647.863	144.065.807	130.063.790	
Provisión Impuesto de Renta 35%	79.351.963	67.204.762	57.626.752	50.423.033	45.522.326	
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	147.367.930	124.808.843	107.021.111	93.642.775	84.541.463	
GASTOS NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación de Activos	2.598.000	2.598.000	2.598.000	2.598.000	2.598.000	
Amortización Diferidos	8.010.000	8.010.000	8.010.000	8.010.000	8.010.000	
INVERSIONES PRELIMINARES						
Gastos Preoperativos	40.050.000					
Inversiones Fijas	12.990.000					
Capital de Trabajo	37.709.000					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-90.749.000	157.975.930	135.416.843	117.629.111	104.250.775	95.149.463

9.8 El valor presente neto y la tasa interna de retorno

		<i>ORO VERDE S.A.S.</i>				
VALOR PRESENTE NETO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE VALOR PRESENTE NETO						8,000000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-90.749.000	157.975.930	135.416.843	117.629.111	104.250.775	95.149.463
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1 + i)^n$	1,000000	1,080000	1,166400	1,259712	1,360489	1,469328
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-90.749.000	146.274.010	116.098.116	93.377.781	76.627.432	64.757.126
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						406.385.464

		<i>ORO VERDE S.A.S.</i>				
TASA INTERNA DE RETORNO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO						90,000000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-90.749.000	157.975.930	135.416.843	117.629.111	104.250.775	95.149.463
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1 + i)^n$	1,000000	1,900000	3,610000	6,859000	13,032100	24,760990
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-90.749.000	83.145.227	37.511.591	17.149.601	7.999.538	3.842.716
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						58.899.672

10. Conclusiones

En el plan exportador se contextualizo que Barcelona (España), fue el país escogido para esta investigación gracias a las altas cifras que esta presenta, tanto en demanda de este producto como en sus datos económicos ya que es un país con unos de los mayores PIB per cápita debido a que su ubicación es favorable para Colombia, además de contar con conexión marítima, sumando a esto el Aguacate Hass es muy apreciado a nivel mundial, por sus cualidades culinarias; farmacéuticas y cosméticas, lo cual beneficia a Colombia, por la diversidad de sus climas hay producción de este fruto durante todo el año.

La Exportación al mercado de Barcelona (España) de Aguacate Hass a tumbado muchas barreras que se tenían con respecto a el ingreso de alimento, el cumplimiento de normatividad en calidad, higiene y diferentes estándares en Colombia, ha hecho que se realice apertura económica en distintas áreas, como la riqueza que tenemos en nuestros campos y las manos trabajadoras de nuestros campesinos, han hecho que sigamos pensando en nuestros orígenes; es gratificante encontrar la demanda de productos Colombianos en diferentes países y aún más saber que Colombia exporta gran cantidad de contenedores de Aguacate Hass.

En el estudio de mercado realizado para el Aguacate Hass en Barcelona (España) se observa que ha tenido un incremento constante, debido a los volúmenes de Exportación que se presenta directamente en esta ciudad, esto se debe a su atractivo turístico. Es viable para ejecutarlo porque en Colombia existe la disponibilidad de producción para la empresa Oro Verde S.A.S., lo cual garantiza el cumplimiento de las exportaciones.

Existen normativas claras y apoyo institucional para llevar a cabo el proceso de exportación, como lo regulan el ICA, ProColombia y la DIAN. Además, la relación comercial Colombia-España, apoyada por tratados de libre comercio, facilita la operación.

La implementación del proyecto tiene el potencial de generar empleo formal en zonas rurales, dinamizar la economía local y fomentar prácticas agrícolas sostenibles.

Para concluir, mediante el análisis del entorno político, económico, social y cultural de Barcelona (España), como mercado objetivo se evidencian muchas diferencias con el mercado nacional, tanto en el lenguaje, cultura, creencias, moneda, tipo de negociaciones, como los sistemas políticos y económicos, dichos factores deben ser la principal fuente del estudio a la hora de incursionar en este mercado.

Finalmente, Colombia tiene un gran potencial como país productor debido a su posición geográfica, proyectos como este permite visualizar las acciones que se enfocan en la movilidad social de víctimas y desmovilizados hacia el camino de la inclusión, demostrando así, que solo se necesita diversidad a nivel laboral para lograr mayores ingresos económicos. Los beneficios que trae la implementación de la norma, se encuentra la apertura de nuevos mercados a productores grandes y pequeños que ayudaran a satisfacer especificaciones particulares.

11. Recomendaciones

Realizar una evaluación constante de los procesos internacionales de exportación que se realice en ese país para obtener eficacia en la productividad e ingresos con éxitos de nuevos mercados.

Generar alianzas estratégicas con nuevos comercios para identificar ofertas que generen acciones o crecimientos de productos que tengan esa potencialidad a nivel mundial.

Establecer alianzas con comercializadoras y navieras internacionales para mejorar la logística de exportación y negociar mejores condiciones de transporte.

implementar campañas de marketing internacional resaltando el origen colombiano del aguacate, su sostenibilidad y beneficios nutricionales.

Ejecutar y Realizar evaluaciones para que permita identificar las estrategias que se deben mejorar o cambiar la penetración del mercado con éxito.

El país debe aprovechar las presentes alianzas, continuar adquiriendo conocimiento y haciendo uso de las nuevas tecnologías para aplicarla en la industria, que pueda competir y reconocerse como potencial en los aspectos mundiales y que la empresa ORO VERDE S.A.S. llegue a muchos mas mercados.

Otra recomendación que podemos dar es que el gobierno nacional mantenga de manera permanente los subsidios al sector de agrícola para que el aguacate has que se exporta desde Colombia pueda ser competitivo frente a otros países que también exportan el aguacate hass como, por ejemplo: Barcelona.

Es muy importante identificar las falencias que tengamos en nuestro estudio de mercado, para replantear nuevas estrategias que permitan generar un margen de ganancia mucho más alto.

12. Bibliografía

- Barriga, J. S., & Salamanca, J. C. (2019). PLAN DE NEGOCIO PARA LA EXPORTACIÓN DE AGUACATE HASS A PAÍSES BAJOS. Bogotá D.C., Colombia: UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA.
- Bello, M. J., & Esmeral, A. (2018). Estudio de mercado para mejorar las exportaciones de aguacate Hass colombiano hacia Estados Unidos. *Trabajo de grado*. Bogotá D.C., Colombia: Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA.
- Dos-Santos, L., González, E., & Rodríguez, M. E. (2009). *Torias del comercio internacional*. Recuperado el 05 de Octubre de 2021, de www.comerciointernacional.blogspot.com: <http://www.comerciointernacional.blogspot.com/2009/04/tema-2.html>
- ESAN. (2017). ¿Qué son los estudios de viabilidad? *conexionesan*. Lima, Perú: Universidad ESAN.
- Espinosa, J. A. (2021). PLAN EXPORTADOR PARA LA EVALUACIÓN DEL MERCADO AGUACATE. *Trabajo de Grado*. Bogotá D.C., Colombia: Universidad Antonio Nariño.
- finanzas, M. d. (25 de Agosto de 2021). *Dirección nacional de aduanas*. Recuperado el 17 de Octubre de 2021, de Dirección nacional de aduanas: <https://www.aduanas.gub.uy/innovaportal/v/2774/8/innova.front/territorio-aduanero.html>
- Garzon, A. (2020). Oportunidad de exportación de aguacate Hass a Francia. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 78-102.
- Icesi, C. d. (25 de Enero de 2008). *Universidad Icesi*. Recuperado el 17 de Octubre de 2021, de Universidad Icesi: <https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/01/25/36/>
- Mayorga, J. Z., & Martínez, C. (2008). PAUL KRUGMAN Y EL NUEVO COMERCIO INTERNACIONAL. *Criterio Libre N° 8 ISSN 1900-0642*, Pp. 73-86.

Mones, M. (15 de Enero de 2020). *Comercio y aduanas*. Recuperado el 17 de Octubre de 2021, de Comercio y aduanas:

<https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/que-es-importar/>

Mones, M. (15 de Julio de 2021). *Comercio y aduanas* . Recuperado el 17 de Octubre de 2021, de Comercio y aduanas:

<https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-comercio-exterior/>

Porto, J. P., & Gardey, A. (2008). *Definicion.de*. Recuperado el 17 de Octubre de 2021, de Definicion.de: <https://definicion.de/bienes/>

Porto, J. P., & Merino, M. (2011). *Definicion.de*. Recuperado el 17 de Octubre de 2021, de Definicion.de: <https://definicion.de/mercancia/>

Solano, J. A. (Septiembre de 2006). *Apuntes de economia 10*. (J. C. C., Ed.) Recuperado el 17 de Octubre de 2021, de Apuntes de economia 10:

https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/2365/1/balanza_pagos.pdf

Thompson, I. (Agosto de 2006). *promonegocios.net*. Recuperado el 17 de Octubre de 2021, de promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>

Younes, R. Y., & Carrero, G. P. (Diciembre de 2009). *NEGOCIOS INTERNACIONALES DE MERCANCÍA*. (U. d. andes, Ed.) Recuperado el 17 de Octubre de 2021, de NEGOCIOS INTERNACIONALES DE MERCANCÍA.:

<https://www.redalyc.org/pdf/3600/360033191007.pdf>

Procolombia (2020). Herramientas y servicios para el exportador

Incoterms® 2020:

<https://www.colombitrade.com.co/herramientas-del-exportador/logistica/incoterms-2020>
<https://www.tvazteca.com/aztecanoticias/cuanto-cuesta-el-kilo-aguacate-en-eu-para-el-guacamole-del-super-bowl-2025>

<https://www.portafolio.co/economia/agro/antioquia-risaralda-y-valle-del-cauca-los-departamentos-que-mas-exportan-aguacate-hass-624089>

<https://analdex.org/2025/02/18/el-aguacate-hass-impulso-las-exportaciones-de-tres-departamentos-del-pais/>

<https://analdex.org/2025/02/18/el-aguacate-hass-impulso-las-exportaciones-de-tres-departamentos-del-pais/>

CORRECCIONES SOCILAIZADAS CON EL DIRECTOR DE PROGRAMA

Introducción

El presente trabajo busca analizar la factibilidad que tiene exportar aguacate Hass desde Cali (Colombia) hacia Barcelona (España). Para esto se permite explorar aspectos relacionados con la normatividad vigente del campo de las exportaciones y el comercio exterior, analizar el comportamiento y la demanda de este producto y considerar estrategias comerciales que favorezcan su posicionamiento. Con la información obtenida y analizada en el presente trabajo es posible asegurar que España es un aliado estratégico para Colombia dada su capacidad de infraestructura y su apertura hacia los productos del comercio internacional. Adicionalmente, Colombia dispone de distintas ventajas que le permiten producir aguacates de calidad, por tener dentro del territorio nacional suelos adecuados para el cultivo de este aguacate, tecnologías y personas que aportan a la calidad de este producto en todas sus fases de producción, situación que impacta positivamente en la economía nacional y en la progresiva apertura de los mercados internacionales a productos de procedencia colombiana.

El desarrollo de este estudio no solo pretende demostrar la viabilidad de una operación exportadora específica, sino también resaltar el potencial del Valle del Cauca como región exportadora, y fomentar la generación de empleo, el crecimiento del agro colombiano y el fortalecimiento de las relaciones comerciales con Europa.

Para el logro de este propósito, el documento se estructura en varios capítulos. En el primer capítulo se presenta el planteamiento del problema, los antecedentes, la formulación y sistematización del mismo. En el segundo capítulo se formulan los objetivos de investigación, tanto general como específicos. En el tercer capítulo se expone la justificación del estudio desde

el punto de vista teórico, práctico y metodológico. Posteriormente, en el cuarto capítulo, se desarrollan los marcos referenciales: teórico, conceptual, contextual, legal y temporal. El quinto capítulo corresponde al diseño metodológico, donde se explica el tipo y método de investigación, las técnicas de recolección de información y la población objetivo.

En el sexto capítulo se realiza el estudio de mercado, analizando el sector, la inteligencia de mercados, el producto, el mercado objetivo y la competencia. En el séptimo capítulo se aborda el estudio técnico, que incluye la localización, aspectos técnicos del producto y la estructura empresarial. En el octavo capítulo se detalla el plan exportador, con los trámites, documentos, régimen de exportación y condiciones logísticas.

El noveno capítulo se centra en el estudio económico y financiero, donde se analizan las inversiones, costos, gastos, ingresos, proyecciones y evaluación financiera del proyecto. Finalmente, en el décimo capítulo se presentan las conclusiones del estudio y en el undécimo capítulo se plantean las recomendaciones derivadas de la investigación.

Identificación de la oportunidad de negocio

La exportación de aguacate Hass desde Colombia hacia España representa una oportunidad de negocio relevante debido al crecimiento sostenido en la demanda de este producto en el mercado europeo, particularmente en Barcelona, donde el consumo de frutas exóticas y saludables se ha incrementado en los últimos años. España, aunque es uno de los principales productores europeos de aguacate, no logra satisfacer completamente su mercado interno, lo que genera una brecha de abastecimiento que puede ser cubierta por países con ventajas comparativas como Colombia.

El Valle del Cauca cuenta con condiciones agroclimáticas idóneas para la producción de aguacate Hass, disponibilidad de mano de obra calificada, acceso a puertos marítimos estratégicos y respaldo institucional a la exportación agrícola. Estas características convierten la región en un polo de competitividad y en un proveedor confiable para el mercado internacional.

Por otro lado, la tendencia mundial hacia el consumo de alimentos saludables, sumada a la buena aceptación del aguacate colombiano en mercados internacionales, evidencia que existe un nicho atractivo en el mercado español para posicionar este producto. La oportunidad de negocio radica en aprovechar la creciente demanda, la capacidad de producción colombiana y la posibilidad de establecer relaciones comerciales estables y sostenibles con compradores europeos.

SINTOMAS	CAUSAS	PRONOSTIC O	CONTROL DE PRONOSTICO
Disminución de ventas	Desconocimiento de nuevas tecnologías y falta de estrategias digitales	Riesgo de pérdida de participación en el mercado internacional.	Implementar capacitaciones en comercio electrónico y estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad del producto.
Poca calidad del producto	Deficiencias en procesos de cultivo, recolección y poscosecha.	Deterioro de la imagen de la empresa y disminución de la confianza en los compradores internacionales.	Estandarizar procesos de calidad, aplicar certificaciones internacionales (Global GAP, Rainforest Alliance, etc.) y reforzar el control de calidad.
Falta de conocimiento de herramientas tecnológicas	Limitada formación del personal en el uso de plataformas de gestión y trazabilidad.	Reducción de competitividad frente a empresas que usan tecnología avanzada en la cadena de suministro.	Invertir en sistemas de trazabilidad, software logístico y capacitación continua del personal en innovación tecnológica.
No tener asesoramiento de profesionales	Ausencia de apoyo técnico especializado en comercio exterior y normatividad.	Dificultades en el cumplimiento de requisitos legales y fitosanitarios para la exportación.	Vincular asesores especializados en comercio exterior, logística y normatividad internacional.
Altos gastos financieros	Falta de planeación financiera y acceso limitado a créditos blandos.	Riesgo de iliquidez y baja rentabilidad en las operaciones de exportación.	Elaborar un plan financiero sostenible, buscar apoyo en Bancóldex y otras entidades de financiamiento para exportadores.

Volatilidad de la tasa de cambio	Dependencia de la variación del dólar y del euro.	Incremento en los costos de exportación y disminución de la competitividad.	Implementar coberturas cambiarias y negociar contratos internacionales en condiciones que minimicen el riesgo cambiario.
Exigencias fitosanitarias del mercado europeo	Elevados estándares de calidad en sanidad vegetal exigidos por la UE.	Rechazo de cargamentos y pérdida de clientes internacionales.	Cumplir con las normativas de la UE, mantener predios certificados por el ICA y realizar controles fitosanitarios estrictos.
Desastres naturales (clima, plagas, etc.)	Cambios climáticos, plagas y enfermedades en cultivos.	Reducción en la oferta exportable y aumento de costos de producción.	Implementar seguros agrícolas, diversificar zonas de producción y aplicar técnicas de agricultura resiliente y sostenible.
Soborno y corrupción en procesos logísticos	Falta de transparencia en trámites y procesos de exportación.		Adoptar políticas de transparencia, fortalecer el gobierno corporativo y trabajar con operadores logísticos certificados.

Justificación metodológica

La justificación metodológica de este trabajo se centra en la utilización de fuentes de información secundarias y técnicas de inteligencia de mercados, apoyadas en bases de datos oficiales (DANE, ProColombia, Bancóldex, entre otras) y en el análisis de antecedentes de la exportación de aguacate Hass desde Colombia hacia mercados internacionales. Esta orientación metodológica permitió recopilar y analizar datos confiables que sirven como base para determinar la viabilidad del proyecto.

En coherencia con lo anterior, el diseño metodológico se estructuró de manera que respondiera a los objetivos de investigación, a través de la aplicación de un enfoque descriptivo con herramientas cuantitativas y cualitativas. De esta forma, las técnicas de recolección de información previamente justificadas se convierten en la base para la formulación del diseño metodológico, asegurando que los resultados obtenidos tengan validez, pertinencia y aplicabilidad en el contexto del comercio exterior.

Confusión entre el marco teórico y marco de referencia

Es importante aclarar que el marco teórico corresponde únicamente a las teorías y modelos académicos que fundamentan la investigación, tales como las teorías de la ventaja comparativa de David Ricardo, la ventaja absoluta de Adam Smith, las Cinco Fuerzas de Porter y el Marketing Mix de Kotler, aplicadas al estudio de la exportación de aguacate Hass.

Por su parte, el marco de referencia es un concepto más amplio, que engloba varios apartados: El marco teórico, el marco conceptual (definiciones de comercio exterior, mercancías, importación, exportación, etc.), el marco contextual (la situación del aguacate Hass en Colombia y España), el marco legal (normatividad vigente en comercio exterior) y el marco temporal (periodo de análisis de la investigación).

De esta forma, el marco teórico se entiende como un subapartado dentro del marco de referencia, garantizando claridad en la estructura metodológica del presente trabajo.

No es claro para mí cuando hablan de “confusión” cuando el marco teórico hace parte del marco referencial que en resumidas cuentas engloba todos estos marcos que están explicados en el punto 4.

Marco Teórico

Michael Porter

Análisis sectorial según el modelo de las Cinco Fuerzas de Porter

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter permite analizar el nivel de competitividad del sector aguacatero en el mercado internacional, específicamente en la exportación de aguacate Hass desde Colombia hacia España.

Rivalidad entre competidores existentes

El mercado europeo es altamente competitivo. Los principales proveedores son México, Perú, Chile, Israel y Sudáfrica, que cuentan con mayor trayectoria y posicionamiento. Sin embargo, Colombia ha venido consolidando su participación gracias a la calidad del aguacate Hass, a su capacidad de producción casi todo el año y a su cercanía logística con Europa.

Impacto: la rivalidad es alta, pero Colombia puede diferenciarse mediante certificaciones de calidad, sostenibilidad y cumplimiento de normativas fitosanitarias.

Amenaza de nuevos entrantes

La producción de aguacate Hass se ha expandido a varios países que buscan ingresar al mercado europeo. No obstante, este mercado exige altos estándares de calidad, certificaciones

internacionales y grandes inversiones en logística. Estos requisitos funcionan como barreras de entrada.

Impacto: la amenaza es media, ya que no todos los países tienen las condiciones agroclimáticas ni la infraestructura logística necesarias.

Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores en este caso son los productores de aguacate Hass en el Valle del Cauca.

Debido a que existe una creciente oferta interna y una tendencia a la asociatividad campesina, el poder de negociación es relativamente bajo, pues los compradores internacionales tienen múltiples alternativas de abastecimiento dentro del mismo país.

Impacto: el poder de los proveedores es bajo a medio, lo que facilita a los exportadores negociar precios competitivos.

Poder de negociación de los clientes

Los clientes en España suelen ser importadores, distribuidores mayoristas y grandes cadenas de supermercados. Estos actores tienen un alto poder de negociación, dado que concentran gran parte de la demanda y pueden imponer condiciones en precio, calidad y tiempos de entrega.

Impacto: el poder de los clientes es alto, lo que obliga a los exportadores colombianos a mantener precios competitivos y un excelente cumplimiento logístico.

Amenaza de productos sustitutos

En el mercado español, aunque el aguacate Hass es muy demandado, existen productos sustitutos como aceitunas, frutas tropicales (mango, papaya, piña) y frutas locales que pueden desplazar parcialmente su consumo. Sin embargo, el aguacate tiene un valor nutricional y gastronómico particular que dificulta su reemplazo total.

Impacto: la amenaza de sustitutos es media, pero puede mitigarse resaltando los beneficios del aguacate en dietas saludables y su versatilidad culinaria.

Análisis DOFA

DEBILIDAD	OPORTUNIDAD	FORTALEZA	AMENAZA
❖ Ausencia de agricultores, con predios inscritos ante el ICA.	❖ La producción de aguacate Hass en Colombia se da durante los 11 meses del año.		❖ Volatilidad de la tasa de cambio
❖ la red vial para llegar a los puertos del pacifico	❖ Desarrollo económico de Colombia	❖	❖ Centralización de las importaciones de aguacate Hass Colombiano en más países.
❖ Altos gastos financieros	❖ Crecimiento del gremio aguacatero	❖ Contenedores con tecnología, para el transporte marítimo.	❖ las exigencias fitosanitarias del mercado Europeo
❖ Precio comparativo alto	Incremento en los ingresos del mercado	❖ Precios ofertados por el mercado internacional.	❖ Desastres naturales
❖ Falta de capital	Demanda en aumento	❖ Conocimientos técnicos	❖ Soborno y corrupción
❖ Infraestructura vial limitada hacia los puertos.	Demanda creciente en Europa	❖ Condiciones agroclimáticas favorables que permiten producción casi todo el año.	❖ Competencia internacional fuerte (México, Perú, Chile).

	de productos saludables y exóticos.		
❖ Altos costos logísticos y de fletes marítimos.	Avances en tecnologías logísticas (contenedores refrigerados y atmósfera controlada).	❖ Acceso a acuerdos comerciales con la Unión Europea.	❖ Exigencias fitosanitarias estrictas de la Unión Europea.
❖ Baja tecnificación y certificación de pequeños productores.	Expansión hacia otros mercados europeos (Países Bajos, Reino Unido, Francia).	❖ Crecimiento sostenido del sector aguacatero colombiano.	❖ Volatilidad de la tasa de cambio (dólar/euro).
❖ Falta de cultura digital y de comercio electrónico internacional.		❖ Ubicación estratégica con acceso al puerto de Buenaventura.	❖ Factores climáticos y ambientales (plagas, cambio climático).
❖ Centralización de la producción en pocas zonas.		❖	❖ Corrupción y burocracia en trámites logísticos y aduaneros.

No son específicos al decir que debo poner los organigramas en formatos, según la dirección del docente un organigrama no es descrito en texto debe verse en formato visual con cuadros, jerarquías y líneas de relación. Como lo realice en el punto 7.3.6 en el organigrama empresarial. Es más, la línea punteada en relación con el contador se realizó de esa manea ya que es una contratación que hace la empresa para que le presten el servicio mas no hace parte de la nómina.

Plan Exportador

Políticas sociales y ambientales

Políticas Sociales

- Empleo digno y formalización laboral: garantizar que todos los trabajadores vinculados al proceso productivo tengan contratos formales, seguridad social y condiciones laborales justas.
- Capacitación y formación continua: ofrecer programas de capacitación en buenas prácticas agrícolas, certificaciones internacionales y comercio exterior.
- Inclusión y equidad de género: fomentar la participación de mujeres y jóvenes en las labores agrícolas, logísticas y administrativas.
- Desarrollo comunitario: generar alianzas con comunidades rurales del Valle del Cauca para fortalecer la producción de aguacate Hass y mejorar sus ingresos.
- Responsabilidad empresarial: promover la asociatividad campesina y el comercio justo para mejorar la calidad de vida de los pequeños productores.

Políticas Ambientales

- Producción sostenible: implementar prácticas de agricultura sostenible, incluyendo el uso eficiente del agua, la reducción de agroquímicos y el manejo responsable del suelo.
- Protección de la biodiversidad: promover la siembra en zonas aptas y evitar la deforestación de ecosistemas estratégicos.
- Certificaciones ambientales: trabajar en la obtención de sellos como Rainforest Alliance o Global GAP, que validan las buenas prácticas agrícolas y ambientales.

- Gestión de residuos: aplicar programas de reciclaje y disposición adecuada de empaques, plásticos y residuos generados en el proceso logístico.
- Huella de carbono: implementar medidas para reducir las emisiones de CO₂ en la cadena logística, como optimización de transporte y uso de energías limpias en procesos productivos.

Estudio económico y financiero

Si bien en las observaciones se sugiere replantear el estudio económico debido a la disminución de la utilidad proyectada, es importante aclarar que el análisis realizado corresponde a un estudio de factibilidad aplicado a un periodo de tiempo específico. Los datos utilizados provienen de fuentes confiables y fueron recopilados en las fechas correspondientes al desarrollo de la investigación, lo que garantiza que los resultados obtenidos reflejen la realidad del contexto económico del momento.

En este sentido, aunque se replanteara el ejercicio financiero con la misma información base, el resultado no presentaría modificaciones sustanciales, ya que las proyecciones responden a los costos logísticos, productivos y de exportación vigentes al momento del estudio. La disminución en la utilidad no obedece a errores metodológicos, sino a las condiciones reales del mercado internacional del aguacate Hass, las cuales se caracterizan por alta competencia, variabilidad en los fletes marítimos y exigencias fitosanitarias que elevan los costos de exportación.

Por lo tanto, más que un error en el cálculo, lo que este resultado evidencia es la viabilidad condicionada del proyecto: la exportación de aguacate Hass es factible, pero con márgenes de utilidad ajustados a la dinámica del sector. Estos márgenes pueden mejorar en el mediano plazo si se fortalecen factores como la asociatividad de productores, la eficiencia logística, la obtención de certificaciones internacionales y el acceso a mejores mecanismos de financiamiento, pero esto depende de cómo evolucione el sector aguacatero en el futuro.