

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE SANDÍAS DESDE
CALI, COLOMBIA HACIA MIAMI, ESTADOS UNIDOS**

**MARÍA CAMILA CUARTAS MANRIQUE
LILIA FERNANDA CARABALI MONDRAGÓN**

**INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “SIMÓN RODRÍGUEZ”
TECNOLOGO EN GESTION DE COMERCIO EXTERIOR**

**SANTIAGO DE CALI
2025**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE SANDÍAS DESDE
CALI, COLOMBIA HACIA MIAMI, ESTADOS UNIDOS**

ASIGNATURA:

TRABAJO DE GRADO

PRESENTADO A:

SANCHEZ SEVILLANO HARRINSON

MARÍA CAMILA CUARTAS MANRIQUE

LILIA FERNANDA CARABALI MONDRAGÓN

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “SIMÓN RODRÍGUEZ”

INTENALCO EDUCACION SUPERIOR

TECNOLOGO EN GESTION DE COMERCIO EXTERIOR

SANTIAGO DE CALI

2025

HOJA DE DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedicamos a Dios que nos brindó fe, sabiduría, entendimiento y amor. Él que nos ha permitido levantarnos para ser nuevamente bendecidas. El cual nos dio la oportunidad de tener un proceso de aprendizaje y desarrollo para permitirnos llegar a este momento tan especial en nuestra vida y por estar en los momentos más difíciles que nos han enseñado a valorar en el transcurso de l

A nuestros padres, les dedicamos este trabajo de investigación, quienes han sido nuestra fuente de amor, apoyo y sabiduría a lo largo de esta vida, su confianza en nosotras y su constante aliento han sido el motor para alcanzar las metas académicas. Por inspirarnos para esforzarnos siempre por la excelencia y la responsabilidad. Este logro es una muestra de su amor, comprensión, ayuda y dedicación.

HOJA DE AGRADECIMIENTOS

A Dios le agradecemos por su fuente de toda la sabiduría y guía que nos brindó. También por su fortaleza en momentos de duda nos ha permitido tener perseverancia en la búsqueda de nuestro conocimiento e iluminar nuestro camino durante todo ese proceso de este trabajo.

A nuestros padres, les agradecemos que siempre han estado para brindarnos su apoyo incondicional para cumplir todos los objetivos académicos y personales. Que con su cariño y amor nos han impulsado a ser mejores personas y ha conseguir todos nuestros logros.

A nuestras familias, les agradecemos por habernos enseñado y brindado sus conocimientos para ponerlos en práctica.

A nuestros amigos, queremos dar a conocer nuestro agradecimiento a nuestros amigos más cercanos por su gran apoyo a lo largo de este proyecto, sus palabras de ayuda, sus grandes ideas y su compañía durante las horas de estudio. Su amistad ha sido muy importante no solo en nuestra vida académica sino también en la vida personal.

A la institución, agradecemos por brindarnos la oportunidad de realizar esta investigación, los recursos proporcionados por esta han sido de gran ayuda para el éxito del proyecto.

A el profesor, queremos expresar nuestro agradecimiento por su gran orientación y dedicación en este trabajo. Proporcionarnos todos sus conocimientos y su disposición para compartir todas las variables fundamentales para poder así tener una comprensión mucho más clara del tema.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	9
1.Planteamiento del Problema	10
1.1 Identificación del Problema:	10
1.2 Descripción del Problema:.....	10
1.3 Principales países destino de las exportaciones de frutas	11
1.4 Cuadro de Síntomas.....	11
2. Formulación del problema	16
2.1 Sistematización del Problema	16
2.2 Objetivo General	17
2.3 Objetivos Específicos	17
3. Justificación	18
3.1 Justificación teórica	18
3.2 Justificación Práctica	19
3.3 Justificación Metodológica	20
4. Marco de Referencia.....	20
4.1. Marco Teórico	24
4.2. Marco conceptual:.....	29
4.5. Marco Legal:.....	34
5. Diseño Metodológico	37
5.1 Estudio de Viabilidad.....	37
5.1 Clase O Tipo De Investigación	39
5.3 Método De Investigación	40
5.4 Técnicas De Investigación.....	40
5.5 Población Y Muestra.....	41
5.6 Procedimientos	45
5.7. Línea De Investigación.....	46
5.8. Delimitación Del Objeto De Estudio.....	46
6. Estudio de Mercado	47
6.1 Análisis del Sector	47
6.1.1 El sector exportador colombiano	47
6.1.2 El Mercado del Producto en el Exterior	48
6.1.3 Análisis DOFA	49
6.1.4 Análisis de Michael Porter	52
6.2 Inteligencia de Mercados.....	55

6.2.1. Posibles países a los que se puede exportar sandías desde Cali, Colombia.....	55
6.2.2 El país seleccionado	57
6.2.3 El País de Origen	59
6.3 El producto	61
6.3.1 Portafolio de productos	61
6.3.2 Generalidades y/o Características del Producto a Exportar:.....	62
6.4 Mercado Proveedor.....	62
6.5 El Mercado Potencial Objetivo	63
6.5.1 La Población Objetivo.....	63
6.5.2 Tendencias y/o Comportamiento del Consumo en el País de Destino	63
6.5.3 Requisitos del Consumidor del País de Destino	63
6.6 Mercado competidor	64
6.6.1 Países exportadores del producto.....	64
6.6.2 Procedencia del producto en el país de destino:	65
6.6.3 Precios internacionales.....	67
6.7 Canal de distribución.....	67
6.8 Estrategia de mercados y ventas.....	70
7. Estudio Técnico	72
7.1. Localización del Proyecto	72
7.1.1. Macro Localización	73
7.1.2. Micro Localización	73
7.1.3 La Planta Física	74
7.2 Aspectos Técnicos del Producto.....	75
7.2,1 Ficha técnica del Producto.....	75
7.3 La unidad Empresarial Exportadora.....	81
7.3.1 Tipo de Sociedad:.....	81
7.3.2 Razón Social:.....	81
7.3.3 Misión y Visión Empresarial:	81
7.3.4 Principios y Valores:	82
Principios:.....	82
7.3.5 Políticas de Empresa	82
7.3.6 Organigrama Empresarial.....	84
7.3.7 Las Necesidades de Personal	85
7.3.8 Perfiles y Funciones del Personal	85
7.4 Aspectos Legales.....	88

8. El Plan Exportador	89
8.1 Régimen de Exportación.....	89
8.2 Trámites del Proceso Exportador	89
8.2.1 Posición Arancelaria.....	89
8.2.2 Permisos Previos y/o Vistos Buenos	90
8.2.3 Términos de Negociación	90
8.2.4 Agente de Carga y/o Tipo de Transporte	91
8.2.5 Medio de Pago	92
8.2.6 El Contrato de Exportación.....	92
8.2.7 El Proceso General de una Exportación.....	94
8.2.8 Documentación.....	95
9. El Estudio Económico y Financiero	97
10. Conclusiones y Recomendaciones.....	116
10.1. Conclusiones:	116
10.2. Recomendaciones:	118
12.Webgrafía	119

Introducción

La exportación de sandías frescas desde Colombia hacia Miami, Estados Unidos, representa una significativa oportunidad económica debido a la creciente demanda de productos saludables entre los consumidores estadounidenses. Esta investigación analiza los factores que impulsan este comercio, los desafíos logísticos y competitivos, y las oportunidades para los productores y exportadores colombianos. Se abordan aspectos económicos, logísticos y comerciales para fortalecer la cadena de suministros y maximizar las contribuciones a ambas economías, incluyendo la sostenibilidad y la calidad, vitales en el entorno actual. La justificación del estudio se basa en teorías de ventajas absolutas y competitivas, con el objetivo de proponer estrategias que aseguren el éxito de este emprendimiento, beneficiando tanto a los agricultores colombianos como al desarrollo sostenible de la economía nacional.

1.Planteamiento del Problema

La exportación de sandías frescas desde Cali, Colombia, a Miami enfrenta retos logísticos, normativos y de costos, como garantizar la calidad y frescura del producto durante el transporte, cumpliendo con los requisitos fitosanitarios del mercado estadounidense.

1.1 Identificación del Problema:

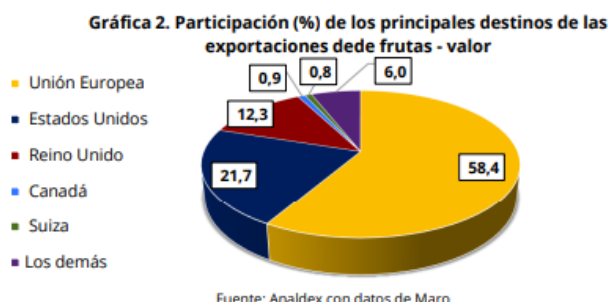
Se proyecta exportar sandías frescas para el mercado estadounidense desde Cali, Colombia, hacia Miami, Estados Unidos.

1.2 Descripción del Problema:

La exportación de sandías, Desde Cali, Colombia a Miami, Estados Unidos, da a conocer una gran oportunidad para los productores colombianos, ya que, actualmente esto es llamativo para los consumidores estadounidenses, por el motivo que ellos buscan productos saludables y frescos, especialmente la sandía, porque la gran mayoría de la comunidad de Miami son personas de la comunidad latina y del caribe, por ende, esto hace que haya una gran demanda de cualquier tipo de producto de frutas frescas.

Este procedimiento se enfrenta a una sucesión de retos complicados que pide una valoración completa y así también buscando medidas tácticas para asegurar el triunfo de esta exportación.

1.3 Principales países destino de las exportaciones de frutas



Este gráfico muestra el porcentaje de exportación de frutas a diferentes países, Como se puede observar la Unión Europea lidera con un 58.4%, de ahí le sigue

Estados Unidos con 21.7%, Reino Unido con un 12.3%, Canadá con 0.9% y por último Suiza con un 0.8%.

1.4 Cuadro de Síntomas

SINTOMAS	CAUSAS	PRONOSTICO	CONTROL DE PRONOSTICO
Pérdida de frescura de la sandía: El tiempo de traslado prolongado, las condiciones inadecuadas de almacenamiento y la falta de control en la manipulación	Clima desfavorable y tierra infértil: El clima y la calidad del suelo en las zonas de cultivo pueden no ser ideales para producir sandías de la mejor calidad, lo que	Mayor rentabilidad en los costos de producción y calidad de la sandía: Si se optimizan los procesos de producción, transporte y almacenamiento, se logrará una mejora en la calidad de la	Implementación de sistema integral de gestión de calidad: Desarrollar e implementar un sistema integral que gestione todo el proceso de exportación, desde la siembra hasta la entrega en Miami,

durante el transporte afectan la frescura de las sandías, lo que puede llevar a que lleguen en malas condiciones a Miami.	afecta la frescura y la durabilidad del producto.	sandía, lo que permitirá reducir costos y aumentar la rentabilidad del negocio.	garantizando que las sandías lleguen frescas y en excelente calidad.
Mala supervisión en el embalaje: Si no se supervisa correctamente el embalaje de las sandías, esto puede resultar en daños durante el transporte, afectando la calidad y la presentación del producto.	Exceso de manipulación inadecuada: La sandía es una fruta delicada que, si se manipula en exceso o de manera incorrecta, puede dañarse fácilmente, lo que reduce su calidad y hace que pierda su frescura	Posicionamiento de la sandía en el mercado a nivel mundial: Con una adecuada gestión de la exportación, la sandía colombiana puede ganar visibilidad en otros mercados internacionales, posicionándose como un producto de alta calidad en el ámbito global.	Capacitación del personal: Asegurar que todo el personal involucrado en la producción, manipulación y transporte de las sandías esté debidamente capacitado en las mejores prácticas de manejo, embalaje y transporte para minimizar errores y

	durante el proceso de exportación.		mejorar la calidad del producto.
Pérdida del color de la sandía: Un mal manejo de las sandías durante el traslado o un almacenamiento incorrecto puede hacer que pierdan su color vibrante, lo que puede afectar la percepción de frescura y calidad por parte del consumidor.	Falta de ventilación en los contenedores: Un mal sistema de ventilación en los contenedores de transporte puede provocar que las sandías se deterioreen rápidamente debido a la falta de circulación de aire, lo que afecta su frescura y calidad al llegar al destino.	Insatisfacción de los clientes en Miami, a causa de la calidad de la sandía: Si no se mejoran las condiciones de transporte, embalaje y manipulación, la calidad de la sandía podría verse comprometida, lo que provocaría la insatisfacción de los clientes en Miami y afectaría la reputación del producto en el mercado.	Monitoreo de temperatura: Establecer un sistema riguroso de monitoreo de temperatura durante todo el proceso de transporte para garantizar que las sandías se mantengan en condiciones óptimas desde su salida en Cali hasta su llegada en Miami.
Alta competencia en el mercado de Miami: El	Grandes empresas exportadoras de frutas tropicales:	Crecimiento de la demanda de productos frescos: La tendencia creciente	Inspección rigurosa: Implementar inspecciones de

mercado de frutas frescas en Miami es altamente competitivo, con muchos proveedores internacionales ofreciendo productos similares, lo que hace más difícil destacar y lograr la preferencia del consumidor.	La presencia de grandes empresas exportadoras puede generar una competencia desleal, ya que tienen mayores recursos para garantizar la calidad y la entrega rápida, dificultando la entrada de nuevos productores o pequeñas empresas al mercado de Miami.	hacia el consumo de productos frescos y saludables podría generar una mayor demanda de sandías, impulsando su venta en el mercado de Miami si se asegura una calidad constante.	calidad periódicas en cada fase del proceso de exportación para detectar cualquier posible deterioro y corregirlo antes de que las sandías lleguen al mercado.
Condicion es de temperatura inadecuadas: No mantener una temperatura constante y	Condicion es logísticas deficientes: La falta de infraestructura adecuada para el	Fortalecimient o de la competitividad frente a otras marcas: Mejorando la frescura y presentación del	Colaboración con proveedores confiables y desarrollo de relaciones comerciales:

adecuada durante todo el proceso de transporte puede causar que las sandías se deterioren antes de llegar al destino, afectando su sabor y calidad.	transporte y almacenamiento de las sandías, como vehículos refrigerados o almacenes adecuados, puede perjudicar la calidad del producto y aumentar los tiempos de traslado, afectando su frescura al llegar al destino final.	producto, se podría lograr una ventaja competitiva frente a otros exportadores, destacándose en el mercado y aumentando la participación en las ventas de frutas frescas.	Establecer alianzas estratégicas con proveedores confiables y fomentar relaciones comerciales duraderas con clientes en Miami, lo que permitirá asegurar una cadena de suministro eficiente y mantener la frescura y calidad del producto en todo momento.
--	--	--	---

2. Formulación del problema

¿Cómo plantear un estudio de factibilidad que permita desarrollar una exportación de sandías frescas desde Santiago de Cali – Colombia hacia Miami – Estados Unidos?

2.1 Sistematización del Problema

¿Qué aspectos de inteligencia de mercado se deben realizar para la exportación de sandías a Miami, Estados Unidos?

¿Qué elementos se deben de considerar en materia de empaque, embalaje y transporte para introducir el producto al mercado de Miami, Estados Unidos?

¿Qué procesos de estructura administrativa y legal se debe tener en cuenta para la exportación de sandías a Miami, Estados Unidos?

¿Qué procedimientos logísticos se deben desarrollar para no afectar el medio ambiente en la exportación de sandías a Miami, Estados Unidos?

¿Cómo se desarrolla un estudio económico y financiero para certificar la factibilidad de sandías desde Cali, Colombia hacia Miami, Estados Unidos?

2.2 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de sandías desde Cali, Colombia hacia Miami, Estados Unidos

2.3 Objetivos Específicos

Plantear un proceso de inteligencia de mercado para exportar sandías desde Cali, Colombia hacia Miami, Estados Unidos

Realizar los requerimientos para el embalaje, empaque y transporte de sandías desde Cali, Colombia hacia Miami, Estados Unidos

Diseñar un estudio administrativo y legal de la empresa para exportar sandías desde Cali, Colombia hacia Miami, Estados Unidos

Crear estrategias de impacto, afecciones ambientales que se puedan desarrollar en el proceso de comercialización de sandías desde Cali Colombia hacia Miami, Estados Unidos

Determinar los costos financieros y económicos para exportar sandías desde Cali, Colombia hacia Miami, Estados Unidos

3. Justificación

3.1 Justificación teórica

Desde una perspectiva teórica, este estudio se lleva a cabo con el fin de contribuir al entendimiento actual sobre las exportaciones de sandías. Esta investigación presenta detalladamente el proceso necesario para lograr la exportación de sandías frescas desde Cali, Colombia, hacia Miami, Estados Unidos. Esto con la intención de que pueda servir como recurso de conocimiento para futuros proyectos similares.

Se consideran los conceptos teóricos de Adam Smith en los que se habla sobre las ventajas absolutas, se destaca que según esta teoría, para que haya comercio entre dos países, uno de ellos debe tener una ventaja absoluta en la producción de algunos de los bienes objeto de comercio. En resumen, si un país puede fabricar una unidad de algún bien con menos trabajo del que emplea el otro país para producir el mismo bien, entonces el primero tendrá una ventaja absoluta con ese bien.

Se exploran los aspectos teóricos presentados por Michael Porter, quien discute las ventajas competitivas y dice que la noción de que para que las empresas alcancen una mayor competitividad, no alcanza simplemente con aumentar continuamente la inversión y fomentar la apertura comercial.

La teorización de Philip Kotler argumenta que el Marketing es un proceso tanto administrativo como social, en el cual tanto como las personas y como los grupos

satisfacen sus necesidades y deseos al generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con otros países

Se toma como referencia la teoría planteada por David Hum, la cual habla sobre las relaciones internacionales de precios. David planificó que si un país ingresa una cantidad mucho mayor de la que se requiere de algún producto, con el tiempo esos precios incrementarán en cuanto al exterior y como resultado a eso, el país se inclinara a importar más y exportar menos, y esto descarta la oportunidad que se podía haber tenido al rebajar los precios. Por esto, Hum comunicó que cada país requiere tener una cierta cantidad de dinero en cuanto al volumen de la función económica y así sostener la medida necesaria con la ayuda del mecanismo de los precios.

3.2 Justificación Práctica

La exportación de sandías desde Cali, Colombia, a Miami, Estados Unidos, tiene un impacto significativo en la economía local y nacional. Proporciona ingresos y empleo para los agricultores y las comunidades agrícolas colombianas, esto diversificando la economía y reduciendo su vulnerabilidad, fomenta la inversión y la innovación en la tecnología agrícola, esto facilita la integración en el ámbito global y genera divisas que fortalecen el comercio y las reservas internacionales que hay en el país. En sí, esta exportación ayuda al crecimiento económico y al desarrollo sostenible tanto a nivel sectorial como nacional.

A nivel profesional, Intenalco ha brindado un entendimiento práctico de los procedimientos relacionados con la posible exportación de sandías, desde la selección de productos hasta el monitoreo de la logística y el cumplimiento de normativas comerciales y aduaneras.

A nivel personal, la institución ha brindado conocimiento sobre la agricultura y el cuidado del medio ambiente y esto ha llevado a explorar y adquirir conocimientos sobre la posible exportación de sandías. Por medio de esto ha crecido el entendimiento de los retos que se presenten y las oportunidades que hay en este mercado de Miami.

3.3 Justificación Metodológica

La investigación descriptiva trata de recopilar datos sobre los aspectos esenciales para entender mejor un hecho o situación.

Su objetivo es ofrecer una imagen más clara y detallada de un tema específico, sin buscar explicaciones o causas.

Se utilizará esta clase de investigación porque trata de entender cómo es el mercado de las sandías en Miami. Esto mira cosas como cuántas personas las quieren, cuánto están dispuestas a pagar, quiénes son los otros que venden sandías allí y cómo las consiguen a los lugares de venta.

4. Marco de Referencia

El marco de referencia es un conjunto de parámetros que se utilizan para interpretar, comprender y analizar un fenómeno o una situación determinada, esto en distintos tipos de contextos.

-El trabajo investigativo realizado por (Acevedo Hernández, 2015) la exportación de sandía fruta exótica colombiana a Japón, donde se presenta una estrategia que le

permita a la persona dedicada a estos procesos de mercadeo, conocer los diferentes aspectos como normas, requerimientos y posibilidades que le ofrece ésta exportación. Se inicia la investigación dando a conocer que Colombia como país productor de sandía tiene posibilidades de exportarla y dados los Tratados de Libre Comercio que últimamente ha firmado con países como Japón, tiene las puertas abiertas para iniciar el proceso que hasta el momento no ha sido explotado, se concentra el estudio en la cadena de producción, comercialización, distribución y exportación del producto a Japón según su ingreso per cápita, costumbres y diseño poblacional. Las estadísticas de producción y consumo de sandía en el país y las de producción y consumo en Japón permiten colegir que tomar la decisión de exportar de Colombia a Japón es una excelente opción, pero que hay que empezar por establecer una estrategia que la facilite. Una vez establecidas las estadísticas que permiten tener claridad al respecto, se establecen las condiciones de exportación definidas tanto por el país exportador como por el país importador, se clarifican los requerimientos legales de ambos países y se dan a conocer los costos que dicho proceso exige todo con el ánimo de ofrecer conocimiento al respecto. El hecho de no existir exportación de frutas exóticas en gran número y variedad de Colombia a Japón limitó en parte la investigación ya que los datos estadísticos históricos fueron difíciles de lograr. Según los aportes brindados por el estado colombiano, Japón es el mercado objetivo del proyecto; basados en inteligencia de mercados, análisis demográficos, muestra una nueva puerta para la exportación por parte del empresario colombiano de frutas. 10 Colombia es un país que camina en la carretera del desarrollo, por esta razón el estado de la mano de campesinos y comercializadores deben unir fuerzas y ampliar el horizonte de sus productos para realizar una evolución de sus procesos de venta y distribución. Uno de los objetivos fundamentales del estudio es conocer si la exportación de sandías colombianas al Japón es rentable para el exportador que busca beneficios

financieros y cuya visión futurista es iniciar el proceso pero poderlo continuar, no solo con la sandía sino con otras frutas exóticas que ofrece el país. La investigación se desarrolla en el país, se analizan los datos presentados por el Ministerio de Comercio Exterior y la Embajada Japonesa ubicada en el Distrito Capital. Con los datos recolectados, se estimará el impacto que tendrá la investigación de los dos mercados a consultar. Adicionalmente, proyecta un horizonte de ejecución de operaciones de un año, iniciando desde el mes de noviembre del año 2013 al 31 de Noviembre de 2014. Dado la magnitud geográfica que hay entre Colombia y Japón, el análisis y cuantificación de la información se realizará a través de investigaciones de similar estructura, revistas de investigación y análisis de comercio internacional. Se analiza la base de datos expuesta por el Ministerio de Comercio Exterior para posibles oportunidades de negocio en el continente asiático.

(Acevedo Hernández, 2015)

El trabajo investigado por (Marlly Paola Machuca Infante Oscar Eduardo Vélez Santamaría Yeimy Andrea Heredia Gómez,2020).La presente investigación se enfocó en la analizar la oportunidad comercial para exportar sandía colombiana al mercado italiano, teniendo como objetivos específicos la identificación de la producción y la cadena de valor de la sandía en Colombia, describir el mercado de la sandía en Italia y el entorno para su comercialización, y la identificación de fortalezas y obstáculos de Colombia para su comercialización. La investigación se realizó tomando como referente la teoría de la competitividad sistémica de Esser Klaus. La investigación tuvo un enfoque cualitativo de alcance descriptivo e interpretativo, el cual permitió el hallazgo de los factores necesarios para incrementar la llegada del producto a los mercados extranjeros como Italia. Se

identificaron las fortalezas que posee el país como las condiciones topográficas y las fuentes de ventaja competitiva en la producción. Así mismo se describió el mejor método para ingresar al mercado italiano, el cual se rige por los protocolos para las negociaciones. Finalmente se determinaron las principales fortalezas y obstáculos para comercializar el producto en Italia en el que la experiencia en la exportación de frutas es la principal fortaleza de Colombia, ya que los productores cuentan con certificaciones de buenas prácticas agrícolas para asegurarse de un buen acceso a otros mercados extranjeros, y en donde el principal obstáculo es que España, país cercano en la región, actualmente es el principal exportador de la fruta a Italia

El trabajo investigativo realizado por (Jhaider Agustín Calderón Ruiz María Camila Ulloa Cely 2020) hace referencia a la identificación de mercados potenciales para la exportación de sandía colombiana, debido a que Colombia es un país que posee una gran ventaja comparativa frente a diversos países del mundo, gracias a su amplia biodiversidad en el sector Hortofrutícola y a su ubicación geográfica. De acuerdo con la justificación del proyecto el sector hortofrutícola es el que más aporta al PIB del sector agropecuario, esto genera aportes al empleo debido a que involucra necesariamente mano de obra para su producción, por lo cual se genera la oportunidad de diversificar este sector y dar a conocer nuevos frutos exóticos al mercado internacional. El proyecto da cuenta de una investigación de mercados que de acuerdo con el objetivo general identificar las posibles oportunidades comerciales que tiene la sandía colombiana en el mercado internacional. Mediante el modelo Way Station, el trabajo aporta en la planeación del proyecto de investigación y la solución al problema planteado, de esta

forma se busca identificar el mercado más acorde, con una mayor oportunidad comercial para la exportación de sandía colombiana. Mediante la utilización de la metodología de investigación de enfoque mixto, se analiza y relaciona datos cuantitativos y cualitativos a través de una matriz de ponderación, donde se recolectan datos que permitan especificar e identificar variables significativas de los países potenciales de manera independiente; estas variables se miden y evalúan para determinar el factor competitivo de cada país, mejor adaptación de producto, entre otros. La evaluación y el análisis de los datos recolectados de cada país se hará por medio de una matriz de ponderación para la elección del mercado potencial, por medio del método de ordenación simple; esta matriz estará conformada por las siguientes variables: poder adquisitivo per cápita, índice de precios de importación, acuerdos comerciales y normatividad, población. El trabajo se divide en cuatro partes. La primera se orienta al planteamiento del proyecto de investigación y los marcos referenciales. Luego, se realiza una descripción del mercado nacional donde se aborda comportamientos del sector agrícola, hortofrutícola y de la fruta como tal, abarcando información acerca de la producción, consumo interno y comercio en general. En la tercera parte, se elige el mercado más óptimo para la exportación del producto colombiano, identificando los principales importadores a nivel global y haciendo una breve descripción de los posibles mercados a los cuales se puede apuntar, se analizan los resultados y se selecciona el mercado ideal. Por último, se abordan algunas estrategias para ingresar al mercado seleccionado, 12 donde se realiza un análisis de la normatividad, canales de distribución, análisis de los clientes potenciales, documentación exigida en el país de destino y apoyos gubernamentales.

4.1. Marco Teórico

Este marco teórico examina el cultivo de sandías en Cali, las regulaciones y requisitos para el ingreso de este producto en Estados Unidos, y los desafíos logísticos asociados. Se busca comprender cómo estas variables afectan tanto la economía local como el comercio global.

Adam Smith criticó fuertemente las restricciones del mercantilismo y impulso al libre comercio al demostrar como el intercambio entre países puede incrementar la riqueza gracias a la especialidad en diferentes trabajos, dice Smith que cuando un país puede producir un bien usando menos trabajo que otro, se dice que tiene una ventaja absoluta en la producción de ese bien. Esto lleva a que los países pueden enfocarse en producir lo que hacen cada uno mejor y luego intercambiar esos productos con otro país y así el recurso es más eficiente y nos lleva a un mayor crecimiento económico y fomenta la innovación.

Smith resalta la importancia de la especialización, las políticas de libre comercio, esto enseñando cómo estos principios pueden ayudar a la innovación y a el progreso económico.

Michael Porter explica la estrategia comparativa, como las acciones ofensivas o defensivas de una empresa para realizar una posición defendible dentro de una industria y buscaba tener un rendimiento de inversión, Las ventajas competitivas desafían la idea común de que simplemente aumentar las inversiones y abrir más el mercado son suficientes para mejorar la competitividad empresarial. Porter destaca la importancia de la innovación, la calidad, la diferenciación de productos y la eficiencia operativa. la

necesidad de estrategias a largo plazo para no solo competir, sino también prosperar en un mercado global dinámico.

Michael Porter, aporta a este proyecto enfatizando las estrategias competitivas, en esto destaca que las acciones defensivas y ofensivas son importantes para lograr un buen rendimiento y una posición sólida en la industria. En esto, Porter resalta la importancia de estrategias a largo plazo para crecer en un mercado global dinámico.

Philip Kotler argumenta que el Marketing es un proceso tanto administrativo como social, en el cual tanto como las personas y como los grupos satisfacen sus necesidades y deseos al generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con países a nivel global, uno de los apoyos fundamentales es el concepto de la segmentación del mercado, esto nos hace reconocer que no todos los consumidores son iguales por eso es importante identificar diferentes segmentos del mercado con características específicas así las empresas se pueden adaptar a sus estrategias de marketing para llegar a cada uno de nuestros grupos de consumidores de manera eficiente.

El marketing mix es una diferente herramienta y táctica que una empresa puede utilizar para influir la demanda de sus productos y servicios, Kotler resalta la importancia de tener un equilibrio entre el producto, precio, distribución y la promoción para lograr buenos resultados.

Kotler también resalta la importancia del análisis y la investigación de mercado, para entender y satisfacer las necesidades de los consumidores.

David Hume En 1741, el economista escocés David Hume (1711-1776) presentó una teoría sobre las relaciones internacionales de precios, planteando que los precios de los productos en todo el mundo están determinados por la cantidad de dinero circulante. Según Hume, si un país recibe más metales preciosos de los necesarios, con el tiempo sus precios aumentarán en comparación con otros países. Esto conlleva a un incremento en las importaciones y una reducción en las exportaciones, lo que contrarresta la ventaja inicial de tener precios más bajos. Hume argumentó que cada país sólo requiere una cantidad específica de dinero en relación con su actividad económica y que los precios se ajustarán para mantener esta proporción.

Ricardo Torres Gaytán, en su libro "Teoría del comercio internacional", indica que Hume advirtió que, a largo plazo, un exceso de dinero puede ser perjudicial ya que conduce al alza de precios y salarios. Según Hume, el exceso de dinero es beneficioso sólo temporalmente, siempre y cuando no tenga efectos perdurables en los precios, salarios y la producción económica en general.

La teoría del comercio internacional de Heckscher-Ohlin, también conocida como la teoría de los factores específicos, se fundamenta en la idea de que las diferencias en la abundancia relativa de los factores de producción entre los países explican los patrones de comercio. Según esta teoría, un país tiende a exportar aquellos bienes que utilizan intensivamente el factor de producción que posee en abundancia relativa y a importar aquellos bienes que utilizan intensivamente los factores que son relativamente escasos.

En el contexto de este trabajo, la teoría de Heckscher-Ohlin sugiere que el comercio de este producto puede estar influenciado por la abundancia relativa de los factores de producción en ambos países. En este caso, Colombia, con su clima favorable y suelos fértiles, puede tener una abundancia relativa de tierras adecuadas para el cultivo

de sandías, mientras que EE.UU. puede contar con una abundancia relativa de mano de obra calificada o capital para otras industrias.

Este análisis implica que Colombia, al tener una abundancia relativa de tierras, tiende a especializarse en la producción y exportación de productos agrícolas como las sandías. Por otro lado, EE.UU., con su abundancia relativa de mano de obra calificada o capital, puede especializarse en la producción de otros bienes que requieren más mano de obra o capital intensivo. Como resultado, se establece un patrón de comercio donde Colombia exporta sandías a Miami.

La teoría de la internacionalización de la empresa de John Dunning se enfoca en explicar los motivos y las estrategias que impulsan a las empresas a expandirse internacionalmente. Según esta teoría, las empresas buscan internacionalizarse para aprovechar los recursos y oportunidades disponibles en otros países y para aumentar su competitividad en el mercado global.

Aplicado a este proyecto, la teoría de Dunning ofrece una perspectiva sobre por qué las empresas colombianas pueden decidir expandirse hacia el mercado de EE.UU. Las empresas de Cali pueden internacionalizarse para aprovechar la demanda de sandías en el mercado estadounidense, así como para acceder a recursos y conocimientos específicos que pueden estar disponibles en Estados Unidos, como tecnología agrícola avanzada o canales de distribución establecidos.

Además, la teoría de Dunning destaca diferentes modos de internacionalización que las empresas pueden emplear para ingresar en el mercado extranjero, como la exportación, la inversión directa en el extranjero (IDE), las alianzas estratégicas y las franquicias. En el caso de la exportación de sandías desde Cali hacia Miami, la exportación directa podría ser una estrategia inicial viable para las empresas

colombianas, ya que les permitiría probar el mercado estadounidense y establecer relaciones con clientes y distribuidores locales.

4.2. Marco conceptual:

Es una estructura teórica que define y organiza los conceptos clave de un proyecto de investigación y esto establece las relaciones que hay entre dichas definiciones. El marco conceptual proporciona definiciones de términos específicos dando definiciones claras. Este marco ayuda a asegurar que todos los lectores puedan entender los términos asegurando que a todos los lectores les quede claro cada término.

Exportación: Es la venta y envío de productos o servicios a un mercado extranjero con el objetivo de generar ingresos y ganancias, y desempeña un papel importante en el comercio internacional y la economía global. Con el cumplimiento de los requisitos legales.

Incoterms: Son términos establecidos para saber las obligaciones y derechos de cada una de las partes, en este caso del importador y exportador, durante las operaciones de comercio exterior.

Personas jurídicas: Estar domiciliados y/o representados legalmente en el país.

Personas naturales: Estar inscrito en el Registro único Tributario (RUT) o en el registro que haga sus veces con la calidad correspondiente, salvo lo previsto en el parágrafo 1 del artículo 1.6.1.2.6. del Decreto Único Reglamentario 1625 de 2016 o el que lo modifique o adicione.

Cubicaje: El cubicaje de carga o cubicaje de mercancía en el mundo de la logística y transporte, como la acción de distribuir la mercancía en palets plásticos u otros tipos de pallets, en contenedores.

El objetivo de esta actividad es transportar la mayor cantidad de mercancía, mediante un método que permita aprovechar al máximo la capacidad de carga del contenedor; claro está, apegándose con rigurosidad a las normas nacionales e internacionales establecidas.

Matriz de costos: Es un cuadro que resume la operación de la exportación de nuestro producto, especificando los costos que tiene y lo que demoran estas operaciones.

BL: Es el documento expedido por el transportador de una mercancía ya sea por vía marítima, férrea, aérea o terrestre y que se entrega como certificación del contrato de transporte y recibo de la mercancía.

Certificado ICA: Es el documento oficial expedido por el Instituto Colombiano Agropecuario, Ica, con la finalidad de informar al importador y a la autoridad competente del país exportador, sobre los requisitos o condiciones fitosanitarias vigentes que deben cumplir los envíos de plantas, productos vegetales y otros artículos.

Certificado INVIMA: El Registro del INVIMA es un documento expedido por la autoridad sanitaria correspondiente, mediante el cual se autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar e importar un alimento con destino al consumo humano.

Declaración de exportación: La declaración de exportación, conocida también como permiso de embarque, contiene información muy precisa sobre la mercadería que se pretende enviar al exterior (estado, peso, calidad, precio, etc.) y permite que pueda salir del país rumbo a destino.

4.3. Marco contextual:

Este marco es una descripción más profunda de todo el entorno y las circunstancias que rodean y afectan al proyecto de la investigación, este marco ayuda a tener una comprensión mucho más detallada de los factores externos que influyen en el estudio del proyecto.

-Colombia:

Ubicación geográfica:



Colombia, ubicada en el extremo noroccidental de Suramérica, es el único país del subcontinente con costas en los océanos Atlántico y Pacífico. Su superficie terrestre es de 1'141.748 km² y tiene 928.660 km² de dominios marítimos. Limita con Panamá, Venezuela, Brasil, Perú y Ecuador, y tiene fronteras marítimas con Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Jamaica, República Dominicana y Haití. Su clima ecuatorial, influenciado por los vientos alisios, la humedad y la altitud, presenta un régimen

bimodal con dos estaciones lluviosas y dos de verano, además de una luminosidad constante durante todo el año.

Demografía:

De acuerdo con las proyecciones del DANE, en 2024 Colombia tiene 52.70 millones de habitantes: 26.98 millones de mujeres (51.2%) y 25.72 millones de hombres (48.8%).

El 60% de la población es mestiza, el 20% de ascendencia europea, el 5% afrocolombianos, el 13,5% mezcla de africanos e indígenas y el 1,5% indígenas puros.

Moneda: Peso colombiano

Idioma: Español.

Cultura: La cultura colombiana es una mezcla de influencias indígenas, coloniales y afrodescendientes, reflejada en su música, danza, gastronomía y festividades. Cada región posee una identidad cultural única: la costa caribeña con ritmos alegres y cocina de mariscos, el Pacífico con folclor afrocolombiano y gastronomía distintiva, y las regiones andinas y amazónicas con tradiciones campesinas y rituales indígenas. La cultura colombiana es una manifestación vibrante y diversa de su historia y patrimonio.

Política:El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo regula el comercio exterior y se encarga de formular y coordinar políticas para el desarrollo económico y social, enfocándose en la competitividad, la integración de sectores productivos, la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo.

Fuente: Industria y Comercio, Superintendencia

-Estados Unidos:

Ubicación geográfica: Estados Unidos abarca la mayor parte de América del Norte con 48 estados contiguos y Washington D.C. como distrito federal. Limita con Canadá al norte, México al sur, y se encuentra entre los océanos Pacífico y Atlántico. Alaska, en el noroeste, limita con Canadá y está separada de Rusia por el estrecho de Bering. Hawái, en el océano Pacífico, es el único estado fuera de América. Además, Estados Unidos posee



varios territorios no incorporados en el Caribe y el Pacífico.

Demografía: La población actual de Estados Unidos es 341.401.902 con una tasa de crecimiento anual del 0,527%. Estados Unidos tiene una población del 4,218% de la población mundial.

Fuente: Population Today

Moneda: Dólar americano

Idioma: Inglés

Cultura: La cultura de Estados Unidos es una mezcla de influencias gastronómicas, culturales y deportivas. La cocina sureña y los festivales culturales celebran la diversidad étnica del país. En el ámbito deportivo, el fútbol americano, el béisbol y el baloncesto son muy populares, con eventos como el Súper Bowl y la Serie Mundial uniendo a millones de espectadores y destacando el papel central de los deportes en la identidad nacional.

Política: La Comisión Federal de Comercio regula el comercio en Estados Unidos. El país es el mayor importador y el segundo exportador de mercancías a nivel mundial, así como el mayor importador y exportador de servicios comerciales. A pesar de esto, el comercio representa solo el 25% del PIB del país, según el Banco Mundial. (Fuente: Santander Trade)

4.4. Marco temporal

El proyecto de investigación se realizó en dos partes, el anteproyecto desde Febrero a Mayo de 2024 y el desarrollo del proyecto de Agosto a Noviembre 2024.

4.5. Marco Legal:

Es un conjunto de regulaciones, leyes y normativas que se establecen en el contexto legal en el que se va a llevar a cabo la actividad, ya sea de manera individual, comercial o gubernamental, este marco proporciona reglas que se deben seguir para poder garantizar que las acciones sean de manera legal y estén en conformidad con las leyes de ambos países.

Decreto 2788 de 2004

Mediante este decreto se desarrolla la ley 7 y 9 de 1991 con el propósito de decidir que la actividad de promoción de las exportaciones entienda la facilitación e impulso de la financiación extranjera en Colombia.

LEY MARCO DE COMERCIO EXTERIOR 7 Y 9 DE 1991

En la ley 7, se dictan las normas generales a las cual el Gobierno Nacional debe someterse para así regular el comercio exterior del país, en esta se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se deciden las funciones y la composición del Consejo Superior de Comercio Exterior, se establece el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica.

En la ley 9, se dictan las normas generales a las que se debe ajustar el Gobierno Nacional para regular los cambios internacionales.

DECRETO 1165 DEL 2 DE JULIO DE 2019

En este decreto se ofrece seguridad jurídica para todos los usuarios aduaneros en tanto que asegura y concilian las diferentes normas que estaban vigentes, así mismo reduce las posiciones que ayudan a mejorar la logística o a disminuir los trámites que se requieren para las operaciones de comercio exterior.

Decreto 2505 de 1991

Reglamenta la transformación del Fondo de Promoción de Exportaciones PROCOLOMBIA en el Banco de Comercio Exterior (Bancoldex). En esta también se define su naturaleza jurídica y funciones y organiza constituir un fideicomiso o patrimonio autónomo con el fin de promover las exportaciones.

Decreto 4567 de 2008:

Por el cual se modifica la estructura del Instituto Colombiano Agropecuario, ICA, y se dictan otras disposiciones.

Resolución ICA 448 de 2016:

Mediante la cual se establecen los requisitos para el registro ante el ICA de los predios de producción de vegetales para exportación en fresco, el registro de los exportadores y el registro de las plantas empacadoras de vegetales para la exportación en fresco.

Resolución ICA 3168 de 2015:

En la cual se reglamenta y controla la producción, importación y exportación de semillas producto del mejoramiento genético para la comercialización y siembra en el país, así como el registro de las unidades de evaluación agronómica y/o unidades de investigación en Fito mejoramiento y se dictan otras disposiciones

Resolución ICA 63625 de 12 de marzo de 2020:

Por la cual se establecen los requisitos para obtener el Registro del Lugar de Producción de flores o ramas cortadas de las especies ornamentales con destino a la exportación y para el registro de Exportador e Importador de flores o ramas cortadas de las especies ornamentales

Resolución ICA 38438 de 2018:

Mediante la cual se adoptan las medidas fitosanitarias para el embalaje de madera utilizado en el comercio internacional acorde a la Norma Internacional de Medidas Fitosanitarias (NIMF No.15) y se establecen los requisitos para el registro ante el ICA de operador autorizado para la aplicación del tratamiento y colocación del sello NIMF 15.

Ley 1014 del 2006:La Ley 1014 de 2006 en Colombia promueve el espíritu emprendedor en la educación y la creación de empresas. Define conceptos clave como emprendedor y emprendimiento, e integra la formación para el emprendimiento en el sistema educativo. Su objetivo es fomentar la cultura empresarial y vincular la educación con el sector productivo.

5. Diseño Metodológico

5.1 Estudio de Viabilidad

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) Para el desarrollo de 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

Estudio Técnico

Estudio Legal y Administrativo

Cálculo de costos de la importación

Análisis de los impactos sociales y ambientales

Estudio de Mercado:

Este es un análisis que evalúa la demanda, comportamiento y competencia de los consumidores en el mercado objetivo, aquí se identifican los desafíos y oportunidades para la exportación de sandías desde Cali a Miami.

Estudio técnico:

Análisis de todos los aspectos técnicos que se requieran para la exportación, aquí se incluye la logística de transporte, tecnología, métodos de embalaje, para mantener la calidad de las sandías durante el envío.

Estudio legal y Administrativo:

Investigación de los requisitos administrativos y legales para la exportación, es decir, acuerdos comerciales, licencias, regulaciones aduaneras y normas fitosanitarias entre Colombia y Estados Unidos.

Evaluación de los costos de la importación:

Investigación a profundidad de todos los costos relacionados en todo el proceso de la exportación, abarcando embalaje, transporte, producción, aranceles, seguros o cualquier otro gasto que esté vinculado con la exportación de sandías desde Cali a Miami.

Investigación de los impactos ambientales y sociales:

Este estudio aborda la influencia en la vida social de las personas, aquí se examina las condiciones de vida de la población, el empleo y otros aspectos que puedan afectar de una manera tanto directa e indirecta en el entorno.

Recopilación de datos:

El desarrollo de la investigación se centró en recopilación de información a través varios métodos los cuales fueron: revisión de proyectos similares, consulta de fuentes como Pro Colombia, Ministerio de Agricultura, sitios webs importantes, páginas de instituciones nacionales e internacionales.

5.1 Clase O Tipo De Investigación

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

Enfoque descriptivo: la investigación descriptiva se centra en describir los fenómenos sociales variables y comportamientos, pero sin intervenir en ellos. El objetivo es generar una comprensión precisa y detallada de la situación que se estudió, así identificando rasgos, características y parte relevantes del fenómeno, esto se basa en la recopilación de datos detallada y la observación para realizar una descripción extensa del objeto de estudio.

Se eligió la investigación descriptiva para entender más a fondo el proceso de exportación de sandías desde Cali, Colombia en Miami, Estados Unidos, este enfoque permite describir y observar cada parte del proceso sin intervenir así dando un mejor entendimiento de los factores del producto, empaquetado, logística y métodos de cosecha. También esta investigación permite identificar posibles ineficiencias y problemas que pueden ser enfrentados en un futuro.

Enfoque cuantitativo: Este tipo de investigación se enfoca en recopilar y estudiar los datos cuantificables y numéricos, en esto se busca cuantificar y medir fenómenos

sociales, variables y comportamientos, eso con el fin de establecer patrones, tendencias o relaciones que haya entre ellas, en esta parte se basa la generalización y la objetividad de los resultados, en base de una muestra significativa de la población.

Esta investigación ayudó a analizar los datos numéricos relacionados con la exportación de las sandías. Esto permite identificar tendencias, patrones, costos de transporte, tiempo de envío, precios de venta, también ayuda a analizar las relaciones entre las diferentes variables dando una base mucho más objetiva y generalizable para la toma de decisiones tanto política como empresarial.

5.3 Método De Investigación

El método para este proyecto es el método cuantitativo, ya que, es un enfoque de investigación que se basa en el análisis y la recolección de datos numéricos para poder identificar los patrones, esto hace establecer tanto como relaciones entre las variables y predicciones. Para esto, se utilizan herramientas matemáticas y estadísticas para obtener resultados objetivos que pueden ser aplicados a volúmenes de datos y a grandes poblaciones.

5.4 Técnicas De Investigación

Las fuentes primarias utilizadas en este trabajo fueron;

-Certificados Fitosanitarios y Permisos de Exportación: Estos documentos, que garantizan que las sandías cumplen con los requisitos fitosanitarios, estos vistos buenos son emitidos por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y revisados por el Departamento de Agricultura de EE.UU. (USDA).

Reglamentos y Normativas: Las regulaciones pertinentes han sido obtenidas del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia, que define las normas nacionales para la exportación.

-Contratos Comerciales y Acuerdos Bilaterales: Los términos de compra-venta y los acuerdos comerciales han sido revisados a través de las cámaras de comercio tanto como en Cali y Miami, y se han revisado en la Embajada de Colombia en EE.UU.

En el presente trabajo se han empleado fuentes secundarias. Estas fuentes, investigaciones o datos secundarios son textos que se basan en hechos reales. A diferencia de las fuentes primarias, que son testimonios directos de su tiempo, las fuentes secundarias suelen consistir en comentarios o análisis de las fuentes primarias. Dichas fuentes están sujetas a revisión por pares, están bien documentadas y suelen ser producidas por instituciones e investigadores en las cuales la precisión metodológica es crucial para el prestigio del autor. En la investigación se recopiló datos de Producepay, Analdex informe de exportaciones colombianas, Proyectos de frutas exóticas similares, Páginas Webs confiables, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura.

5.5 Población Y Muestra

Población: Es un conjunto de todos los individuos (personas, objetos, animales, etc.) que porten información sobre el fenómeno que se está estudiando, es decir, el estudio de las características y valores que tenga un conjunto bien determinado de elementos que la conforman, y que viene a ser un objeto de estudio.

Muestra: Es un subconjunto que seleccionamos de una población, ejemplo: Un conjunto de sandías seleccionadas aleatoriamente para realizar pruebas de calidad e inspecciones fitosanitarias entre otros. Existen varios tipos de muestras entre ellas están:

Muestreo aleatorio simple.

Muestreo aleatorio sistemático.

Muestreo aleatorio estratificado.

Muestreo aleatorio por conglomerados.

Se escogió la población finita ya que se refiere a un conjunto ilimitado y definido de elementos que pueden ser enumerados o contados. como por ejemplo, el número total de envíos de sandías realizados desde Cali hacia estados unidos durante un tiempo en específico, podrían ser 8 meses, La población finita podría ser el conjunto de todos esos envíos, cada uno representando una unidad individual dentro de la población. Se podría enumerar cada envío específico con sus características, como la cantidad de sandías, la fecha de envío, el puerto de salida en Cali, el puerto de entrada en Estados Unidos.

En el proyecto se escogió el muestreo aleatorio estratificado con la población finita ya que se podrá hacer grupos de sandías entre pequeñas medianas y grandes y así realizar pruebas por grupo y tamaño.

Fórmula:
$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$
 Población finita

En donde:

Z = nivel de confianza.

p = Probabilidad a favor.

q = Probabilidad en contra.

N = Universo

e = error de estimación.

n = tamaño de la muestra

Solución:

Población: Es un conjunto de todos los individuos (personas, objetos, animales, etc.) que porten información sobre el fenómeno que se está estudiando, es decir, el estudio de las características y valores que tenga un conjunto bien determinado de elementos que la conforman, y que viene a ser un objeto de estudio.

Muestra: Es un subconjunto que seleccionamos de una población, ejemplo: Un conjunto de sandías seleccionadas aleatoriamente para realizar pruebas de calidad e inspecciones fitosanitarias entre otros. Existen varios tipos de muestras entre ellas están:

Muestreo aleatorio simple.

Muestreo aleatorio sistemático.

Muestreo aleatorio estratificado.

Muestreo aleatorio por conglomerados.

Se escogió la población finita ya que se refiere a un conjunto ilimitado y definido de elementos que pueden ser enumerados o contados. como por ejemplo, el número total de envíos de sandías realizados desde Cali hacia estados unidos durante un tiempo en específico, podrían ser 8 meses, La población finita podría ser el conjunto de todos esos envíos, cada uno representando una unidad individual dentro de la población. Se podría enumerar cada envío específico con sus características, como la cantidad de sandías, la fecha de envío, el puerto de salida en Cali, el puerto de entrada en Estados Unidos.

En el proyecto se escogió el muestreo aleatorio estratificado con la población finita ya que se podrá hacer grupos de sandías entre pequeñas medianas y grandes y así realizar pruebas por grupo y tamaño.

Fórmula:
$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$
 Población finita

En donde:

Z = nivel de confianza.

p = Probabilidad a favor.

q = Probabilidad en contra.

N = Universo

e = error de estimación.

n = tamaño de la muestra

Solución:

Muestra necesaria de supermercados que venden sandías en EE.UU., podemos aplicar la fórmula con los siguientes valores:

N (Población total): 38,000 supermercados.

Z (Nivel de confianza): Usualmente 1.

Para calcular el tamaño de la muestra de supermercados que venden sandías en EE.UU., usaremos la fórmula para poblaciones finitas:

Donde:

$N = 38,000$ (total de supermercados en EE.UU.)

$Z = 1.96$ (para un 95% de nivel de confianza)

$p = 0.8$ (se estima que el 80% vende sandías)

$e = 0.05$ (margen de error del 5%)

Se calcula el valor de n ahora.

El tamaño de la muestra necesaria para obtener una estimación representativa con un 95% de confianza y un 5% de margen de error es aproximadamente 244 supermercados.

Esto significa que, si se encuestan 244 supermercados al azar, los resultados serán representativos de los 38,000 supermercados en EE.UU. que podrían vender sandías.

5.6 Procedimientos

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

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

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

Estas son la ley marco de comercio exterior 7 y 9 1991 donde se indican las normas generales a las cuales se debe sujetar el gobierno Nacional para regular el comercio exterior en el país, también se dictan normas generales a las que deberá sujetarse el

Gobierno Nacional para regular los cambios internacionales y se adoptan medidas complementarias.

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

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

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

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

5.7. Línea De Investigación.

El presente trabajo se inscribe en la línea de investigación del programa Tecnólogo en Comercio Exterior del Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez” “Emprendimiento para generación de empresas mediante procesos de exportación e importación.

5.8. Delimitación Del Objeto De Estudio.

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

6. Estudio de Mercado

6.1 Análisis del Sector

De acuerdo a las exportaciones procesadas por el DANE y la DIAN, en junio de 2024 las ventas externas del país fueron US\$3.821,6 millones FOB y presentaron una disminución de 5,0% en relación con Junio de 2023; este resultado se debió principalmente a la caída de 10,8% en las ventas externas del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas.

Las ventas externas de productos agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US\$904,2 millones FOB y presentaron un crecimiento de 9,3%, comparado con junio de 2023. En el periodo enero - junio 2024, las exportaciones del grupo de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US\$5.588,7 millones FOB y presentaron un crecimiento de 8,1% frente al mismo periodo de 2023, como resultado principalmente del aumento de ventas de Bananas (incluso plátanos) frescas o secas (62,7%) y Flores y follaje cortados (12,3%) que contribuyeron en conjunto con 7,8 puntos porcentuales a la variación del grupo

En junio de 2024, Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones colombianas con una participación de 32,0% en el valor FOB total exportado; le siguieron en su orden las participaciones de: India, Panamá, México, Ecuador, Brasil y Puerto Rico.

6.1.1 El sector exportador colombiano

Las frutas colombianas han logrado llegar a más de 50 países alrededor del mundo, siendo reconocidas por su alta calidad, sabor y propiedades nutricionales. Los principales destinos de exportación de fruta fresca del país, durante los primeros cuatro meses del año son los Países Bajos, que tuvo una participación del 42% de las

exportaciones totales del sector. Le siguen Estados Unidos (23%), Bélgica (7%), Reino Unido (5%) y España (4%).

Los cinco principales departamentos productores de fruta fresca en Colombia son Antioquia, Cundinamarca, Risaralda, Santander y Valle del Cauca.

La lista la lidera Antioquia, que ha experimentado un incremento del 60% en su exportación, durante los primeros cuatro meses del año, pasando de US\$45 millones en 2023 a US\$73 millones en 2024.

Cundinamarca registra un aumento del 42%, seguido de Santander con 48% y Valle del Cauca con un 74%. Sin embargo, Risaralda presenta una tendencia contraria, con una disminución del 17% en sus ventas externas durante el mismo período, pasando de US\$32 millones a US\$26 millones.

6.1.2 El Mercado del Producto en el Exterior

Un estudio de la ONU y la FAO revela que, en 2022, Turquía lideró la producción de sandías con 3.394,78 millones de kilos, seguida de Brasil, Senegal, España y Egipto. Sin embargo, en cuanto a exportaciones, España ocupa el primer lugar con 680,25 millones de kilos, generando 516,97 millones de euros, seguido de Marruecos, Grecia y Turquía.

Aunque Turquía produce más sandías, España destaca como líder exportador, lo que refleja su importancia en el mercado internacional de frutas. Los datos destacan la

posición destacada de España como productor y exportador de sandías, consolidando su presencia en el mercado global."

El año pasado en el sector agropecuario las sandías tuvieron un incremento de 6,45% cerrando las exportaciones colombianas en el mes de enero, debido a que la plataforma de comercio exterior hizo un análisis comparando el año 2023 y el 2022 el cual se reflejo una gran diferencia de 4.088 USD(FOB).

Actualmente hay más de 500 contenedores de sandías con destino a mercados europeos y estadounidense que esperan exportar las empresas fruit company y agro export pacific durante la temporada.

6.1.3 Análisis DOFA

Fortalezas	Debilidades	Oportunidad es	Amenazas
Empaque Ecológico	Limitada producción en relación con diferentes países	Alianza con proveedores	Competencia Internacional
Clima favorable	Bajo Volumen de	Estrategias de E-commerce	Poca confianza de los

	Producción Comparativo		clientes por ser nuevos.
Calidad del producto	Falta de Reconocimiento de Marca	Alianzas y Acuerdos Comerciales	Riesgos asociados al transporte marítimo, como retrasos en la entrega o daños en la mercancía.
Ubicación estratégica: Proximidad a puertos clave facilita la exportación.	Dependencia climática: Variaciones en el clima pueden afectar la producción y calidad.	Creciente tendencia de consumo saludable: Mayor demanda de frutas frescas en EE.UU.	Regulaciones fitosanitarias estrictas: Posibles restricciones y demoras en aduanas.
Alta demanda en EE.UU.: Mercado estadounidense con creciente consumo	Costos logísticos elevados: Gastos en transporte y almacenamiento	Tratados comerciales favorables: Acuerdos como el TLC Colombia-	Competencia con productores locales: Agricultores de EE.UU. y México

de productos frescos.	pueden reducir márgenes de ganancia.	EE.UU. pueden reducir aranceles.	pueden ofrecer precios competitivos.
-----------------------	--------------------------------------	----------------------------------	--------------------------------------

Diseño de Estrategias:

Aprovechar lo bueno (FO - Fortalezas + Oportunidades):

Vender en e-commerce y supermercados resaltando la frescura y empaque ecológico.

Usar el TLC con EE.UU. para reducir costos y mejorar precios.

Crear alianzas con distribuidores para asegurar ventas constantes.

Enfocar la promoción en la tendencia de consumo saludable en EE.UU.

Superar las debilidades (DO - Debilidades + Oportunidades):

Hacer marketing de marca para generar confianza en los clientes.

Buscar mejores opciones logísticas para bajar costos de transporte.

Mejorar la producción sin perder calidad para aumentar el volumen.

Diversificar canales de venta: mayoristas, minoristas y online.

Defenderse de las amenazas (FA - Fortalezas + Amenazas):

Obtener certificaciones de calidad para cumplir regulaciones de EE.UU.

Plan B para retrasos en envíos: seguros, logística eficiente y buenos aliados.

Destacar lo que nos hace únicos: calidad, frescura y empaque eco-friendly.

Reducir tiempos de exportación con procesos ágiles en aduanas.

Enfrentar los retos (DA - Debilidades + Amenazas):

Ajustar precios competitivos frente a EE.UU. y México.

Usar tecnología agrícola para minimizar el impacto del clima en la producción.

Buscar financiamiento para optimizar logística y costos.

Hacer alianzas con distribuidores en Miami para asegurar presencia en el mercado.

6.1.4 Análisis de Michael Porter

Esta teoría enseña que, para destacar en el mercado, es fundamental encontrar formas de ser únicos y destacar. En el caso de esta exportación de sandías, esto implica innovar en la producción y distribución, asegurar la calidad de las sandías y encontrar formas de diferenciarlas de la competencia. Y en esto influye varias variables, las cuales serían:

-La producción anual de sandías, los países líderes son:

1. China: 61.013.536,64 toneladas

- 2. Turquía: 3.468.717 toneladas**
- 3. India: 3.254.000 toneladas**
- 4. España: 1.382.280 toneladas**
- 5. México: 717,988 toneladas**
- 6. Italia: 306,592 toneladas**
- 7. Colombia: 232.546,05 toneladas**

-Estos países exportan sandías principalmente a:

- Estados Unidos: 752,140 toneladas (19.4% del total mundial)**
- Alemania: 507,846 toneladas (13.1% del total mundial)**
- Francia: 239,761 toneladas (6.2% del total mundial)**

-Los productos sustitutos que pueden reemplazar a las sandías son:

- 1. Melones: Tienen un sabor y textura similares a las sandías.**
- 2. Pepinos: Aunque no tienen el mismo sabor, pueden ser utilizados en ensaladas y platos refrescantes.**
- 3. Piñas: Tienen un sabor dulce y refrescante, similar a las sandías.**
- 4. Mangos: En algunos países, los mangos son utilizados como sustituto de las sandías en batidos y postres.**
- 5. Papayas: Tienen un sabor y textura similares a las sandías, y pueden ser utilizadas en ensaladas y platos refrescantes.**

-La rivalidad de Colombia con los países competidores en la exportación de sandías es:

Con España:

Calidad: España es conocida por la alta calidad de sus sandías, lo que puede ser un desafío para Colombia.

Precio: Los precios de las sandías españolas pueden ser más competitivos debido a la proximidad con los mercados europeos.

Auge: España es un líder en la exportación de sandías, lo que puede hacer que Colombia deba esforzarse más para ganar participación en el mercado.

México:

Calidad: México también es conocido por la alta calidad de sus sandías, lo que puede ser un desafío para Colombia.

Precio: Los precios de las sandías mexicanas pueden ser más competitivos debido a la proximidad con el mercado estadounidense.

Auge: México es un importante exportador de sandías, lo que puede hacer que Colombia deba competir por participación en el mercado.

Italia:

Calidad: Italia es conocida por la alta calidad de sus sandías, lo que puede ser un desafío para Colombia.

Precio: Los precios de las sandías italianas pueden ser más altos debido a la producción de alta calidad.

Auge: Italia es uno de los más importantes exportadores de sandías, lo que puede hacer que Colombia deba llevar la competencia del mercado.

Para competir con estos países y ofrecer un mejor producto, Colombia podría enfocarse en:

- Mejorar la calidad de las sandías mediante prácticas agrícolas sostenibles y tecnologías avanzadas.
- Ofrecer precios competitivos mediante la optimización de los costos de producción y logística.
- Aprovechar el auge de la demanda de sandías en mercados emergentes y nichos específicos.
- Desarrollar programas de promoción y marketing para aumentar la visibilidad de las sandías colombianas en el mercado internacional

6.2 Inteligencia de Mercados

6.2.1. Posibles países a los que se puede exportar sandías desde Cali, Colombia

-Estados Unidos: La exportación de sandías desde Cali, Colombia hacia Estados Unidos ofrece un gran potencial debido a las condiciones climáticas ideales para el cultivo de sandías en Cali, lo que garantiza una producción de alta calidad. Estados Unidos es uno de los mayores consumidores de sandías del mundo, con un consumo promedio de 6.5 kg per cápita al año. Según el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, el consumo de sandías en el país aumenta un 25% durante los meses de mayo y agosto. La demanda de sandías es especialmente alta en estados como California, Florida y Texas. La exportación de sandías puede generar empleos e ingresos para los productores colombianos, y la sandía colombiana es reconocida por su sabor dulce y jugosa.

-Canadá: La exportación de sandías hacia Canadá ofrece un gran potencial debido a las condiciones climáticas ideales para el cultivo de sandías en Cali, lo que garantiza una producción de alta calidad. La demanda de sandías en Canadá es alta, especialmente en verano, con un consumo promedio de 1.5 kg per cápita al año. Según Statistics Canada, el consumo de sandías en Canadá aumenta un 20% durante los meses de julio y agosto.

-Reino Unido: La oportunidad de exportar sandías desde Colombia hacia el Reino Unido es atractiva gracias al clima tropical ideal para el cultivo de sandías en Cali, lo que asegura una producción de alta calidad. El Reino Unido consume alrededor de 140.000 toneladas de sandías al año, con un pico de demanda durante los meses de junio y julio. Según el Departamento de Agricultura y Pesca del Reino Unido, el consumo de sandías en el país aumenta un 15% durante el verano.

-Países Bajos: La exportación de este producto hacia los Países Bajos presenta un gran interés debido a las condiciones climáticas ideales para el cultivo de sandías en Cali, lo que garantiza una producción de alta calidad. Los Países Bajos consumen alrededor de 100.000 toneladas de sandías al año, con un pico de demanda durante los meses de julio y agosto. Según el Servicio de Estadística de los Países Bajos, el consumo de sandías en el país aumenta un 12% durante el verano.

-Alemania: La posibilidad de exportar sandías hacia Alemania es prometedora, lo que asegura una producción de alta calidad. Alemania consume alrededor de 200.000 toneladas de sandías al año, con un pico de demanda durante los meses de junio y julio. Según el Ministerio de Agricultura y Alimentación de Alemania, el consumo de sandías en el país aumenta un 18% durante el verano. La sandía colombiana se destaca por su sabor dulce, lo que puede diferenciarla de la competencia en el mercado alemán.

6.2.2 El país seleccionado

Estados Unidos

6.2.2.1 Entorno Económico

Miami es un centro clave para el comercio internacional en Estados Unidos, con un puerto importante para el comercio con América Latina y el Caribe. La ciudad también es un destino turístico popular, con una fuerte industria de finanzas y bienes raíces. La economía de Miami se beneficia de su ubicación estratégica en el sureste de Estados Unidos y su conexión con mercados globales.



6.2.2.2 Entorno Tecnológico

Miami emerge como un centro tecnológico en Estados Unidos, con una creciente industria de startups y empresas de tecnología. La ciudad ha invertido en infraestructura para apoyar la innovación, incluyendo espacios de coworking y aceleradoras de startups. Miami también se enfoca en el desarrollo de tecnología financiera (fintech) y ha atraído inversiones en tecnología blockchain.

6.2.2.3 Entorno Político

El entorno político de Miami está influenciado por el sistema federal de Estados Unidos y la política local de Florida. La ciudad tiene una fuerte influencia de diversas comunidades culturales y étnicas, lo que se refleja en su política local. Florida es un estado conocido por su enfoque pro-negocios y políticas fiscales favorables, lo que beneficia a la economía de Miami.

6.2.2.4 Entorno Ambiental

Miami enfrenta desafíos ambientales significativos, incluyendo el aumento del nivel del mar y eventos climáticos extremos. La ciudad está implementando iniciativas para mejorar la sostenibilidad y resiliencia, incluyendo proyectos para proteger la

infraestructura costera y mejorar la gestión del agua. Estados Unidos ha establecido regulaciones ambientales para proteger los recursos naturales y reducir el impacto del cambio climático.

6.2.2.5 Entorno Cultural

Miami es una ciudad diversa y vibrante, con una rica mezcla de influencias culturales latinoamericanas, caribeñas y estadounidenses. La ciudad tiene una vida cultural dinámica, con una amplia oferta de festivales, eventos artísticos, museos y gastronomía internacional. El bilingüismo en inglés y español es común en Miami, lo que refleja la diversidad cultural de la ciudad.

6.2.3 El País de Origen

Colombia

6.2.3.1. Entorno Económico:

En el segundo trimestre de 2024, el PIB en su serie original, crece 2,1% respecto al mismo periodo de 2023. La economía se basa en la agricultura, la minería, la manufactura y los servicios. El país es rico en recursos naturales, como petróleo, carbón, oro y esmeraldas. La inflación es moderada y la tasa de desempleo es de alrededor del 10%.

6.2.3.2 Entorno Tecnológico:

Colombia ha avanzado en la adopción de tecnologías de la información y la comunicación (TIC). La cobertura de internet es amplia, especialmente en las zonas urbanas. El país cuenta con una infraestructura de telecomunicaciones en expansión y un creciente sector de tecnología de la información.

6.2.3.3 Entorno Político:

Colombia es una república democrática con un sistema presidencialista. El país ha experimentado una transición política en los últimos años, con un enfoque en la paz y la reconciliación después de décadas de conflicto armado. La estabilidad política es moderada, con algunos desafíos persistentes relacionados con la corrupción y la seguridad.

6.2.3.4 Entorno Ambiental:

Colombia es un país megadiverso, con una gran variedad de ecosistemas, incluyendo la Amazonía, los Andes y el Pacífico. El país enfrenta desafíos ambientales, como la deforestación, la contaminación y el cambio climático. El gobierno ha implementado políticas para proteger el medio ambiente y promover el desarrollo sostenible.

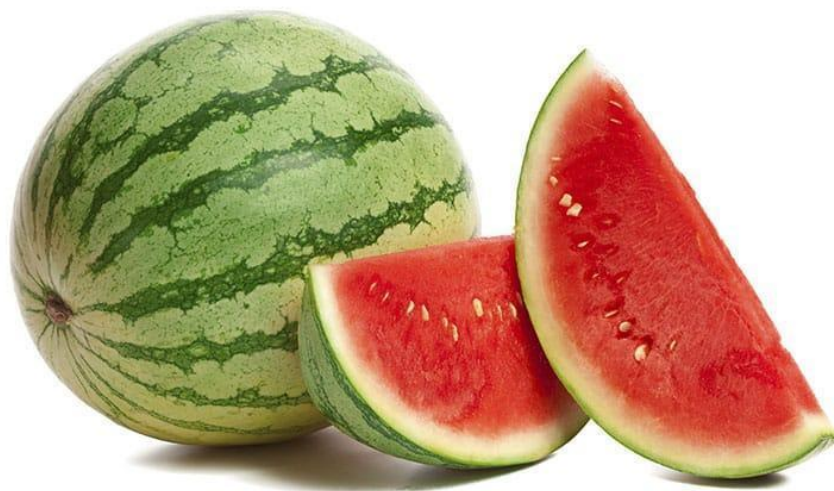
6.2.3.5 Entorno Cultural:

Colombia es un país con una rica diversidad cultural, influenciada por la mezcla de culturas indígenas, españolas y africanas. La música, la danza y la literatura son expresiones culturales importantes. El país celebra muchas festividades y tradiciones,

como el Carnaval de Barranquilla y la Feria de las Flores en Medellín. La familia y la religión también son aspectos importantes de la cultura colombiana.

6.3 El producto

Sandía: La sandía es una fruta grande con una cáscara verde y un interior rojo y jugoso, lleno de pequeñas semillas negras. Es refrescante por su alto contenido de agua (cerca del 90%) y es rica en vitamina C y antioxidantes, perfecta para los días calurosos.



6.3.1 Portafolio de productos

Existen varias clases de sandías, entre las más comunes están:

- **Sandía Crimson Sweet:** Tiene una cáscara rayada verde claro y oscuro, su interior es rojo brillante y muy dulce.

- **Sandía Sugar Baby:** Es más pequeña que otras variedades, con una cáscara verde oscura y pulpa roja.

- **Sandía Sin Semillas:** Como su nombre lo indica, no tiene semillas o tiene muy pocas. Es una de las más demandadas por los consumidores modernos.

- **Sandía Amarilla:** Se diferencia por su pulpa de color amarillo, aunque el sabor es similar al de las sandías tradicionales.

6.3.2 Generalidades y/o Características del Producto a Exportar:

La sandía es una fruta de gran tamaño, con un alto contenido de agua (alrededor del 90%), lo que la hace ideal para climas cálidos. Su sabor es dulce y refrescante, con un interior mayormente rojo o rosado, lleno de pequeñas semillas. Es rica en vitamina C, antioxidantes y licopeno. Al ser un producto perecedero, requiere un manejo cuidadoso en la cadena de frío durante su exportación para mantener su frescura.

6.4 Mercado Proveedor

Miami, como parte de Estados Unidos, importa sandías de varios países. Los principales exportadores de sandías a nivel mundial incluyen:

- **México:** Es uno de los mayores proveedores de sandías a Estados Unidos debido a su proximidad y clima favorable para la producción durante todo el año.

- **Guatemala:** También exporta una cantidad considerable de sandías a Miami, especialmente durante las temporadas fuera de cosecha en otros países.

- **Honduras y Costa Rica:** Otros países de Centroamérica abastecen de sandías al mercado estadounidense.

En cuanto a la producción en Colombia, la mayor parte de la sandía se cultiva en regiones cálidas como el Valle del Cauca, Tolima y los Llanos Orientales. Estas áreas tienen el clima ideal para la producción de esta fruta.

6.5 El Mercado Potencial Objetivo

6.5.1 La Población Objetivo

El nicho de mercado para la exportación de sandías hacia Miami incluye:

- Mayoristas de frutas y verduras: como: J&J Family of Farms y Coosemans Worldwide, que distribuyen productos frescos a supermercados y tiendas locales.
- Supermercados grandes y cadenas como Publix y Walmart, que son grandes distribuidores de frutas frescas, incluida la sandía.
- Mercados étnicos: Miami tiene una población diversa, por lo que los mercados latinos y asiáticos también demandan sandías frescas.

6.5.2 Tendencias y/o Comportamiento del Consumo en el País de Destino

En Miami, la demanda de productos frescos y saludables está en auge debido a una creciente conciencia sobre la salud. Las sandías, por ser refrescantes y bajas en calorías, son populares, especialmente durante los meses de verano. Además, la tendencia hacia el consumo de productos naturales y sin semillas está en crecimiento.

6.5.3 Requisitos del Consumidor del País de Destino

Los consumidores en Miami valoran la frescura del producto, el precio competitivo y la calidad. La mayoría prefiere sandías que sean dulces, de buen tamaño y que tengan una apariencia atractiva (sin golpes ni manchas). También existe una creciente preferencia por las sandías sin semillas, ya que ofrecen mayor comodidad para

el consumo. Además, las etiquetas y certificaciones que garantizan prácticas agrícolas sostenibles y libres de pesticidas son un plus.

Poder de negociación de los clientes en la exportación:

1. **Número de compradores:** El poder de negociación de los clientes depende de cuántos estén interesados en el producto. Si el número de compradores es limitado, se tendrá más poder para imponer condiciones; en cambio, si el mercado es amplio, su poder de negociación se reduce.

2. **Proveedores alternativos:** La existencia de proveedores alternativos en Miami impacta directamente el poder de negociación de los clientes. Si pueden adquirir sandías de otras regiones o países, aumenta su capacidad de exigir mejores condiciones. Si las sandías colombianas destacan por su calidad o características únicas, el poder de los compradores se debilitará.

3. **Demanda y estacionalidad:** El poder de los clientes también varía con la demanda estacional. En temporadas de alta demanda, como el verano, se pierde poder de negociación, ya que es un producto solicitado. En cambio, durante las temporadas de baja demanda, se puede ejercer mayor presión para negociar precios y condiciones.

4. **Diferenciación del producto:** Si las sandías se destacan en calidad, sabor o certificaciones, se reduce el poder de los clientes para exigir cambios en las condiciones o precios, ya que estarían dispuestos a pagar más o aceptar los términos para obtener el producto diferenciado.

5. **Sensibilidad al precio:** En un mercado sensible al precio, los clientes tendrán mayor poder para exigir descuentos o evitar aumentos, salvo que las sandías tengan una diferenciación que justifique un precio más alto.

6.6 Mercado competidor

6.6.1 Países exportadores del producto

Los países que también exportan sandías a nivel internacional son: Estados Unidos, México, Guatemala, Honduras, Costa Rica y Brasil.

6.6.2 Procedencia del producto en el país de destino:

Países que también exportan sandías a estados unidos son: México: El mayor exportador, gracias a su proximidad geográfica y producción continua.

Guatemala: Exporta en épocas donde la oferta mexicana disminuye.

Honduras: A menudo complementa la oferta en la temporada baja de México.

Costa Rica: También exporta sandías, especialmente en meses donde hay menor producción en EE. UU.

Brasil: Exporta principalmente durante el invierno norteamericano.

España: Exporta a EE. UU. principalmente fuera de su temporada alta en Europa.

Diferencias entre Productos y Oportunidades en Colombia

Características de los productos colombianos:

Clima tropical: Las sandías colombianas tienden a tener un sabor más dulce y una textura jugosa, gracias al clima cálido.

Variedades: Hay potencial para cultivar variedades de sandías que no son tan comunes en otros países, como las de pulpa amarilla o sabores únicos.

Diferencias con productos de otros países:

México: Gran producción y fresca, con acceso inmediato al mercado estadounidense.

Guatemala y Honduras: Proximidad y ventana de producción, especialmente durante la temporada baja en EE. UU.

España: Tecnología avanzada en agricultura y alta calidad de productos.

Estrategias para Competir Efectivamente

Optimizar la Logística:

Mejorar la cadena de suministro y el transporte para asegurar que las sandías lleguen frescas y en buen estado al mercado estadounidense.

Considerar el uso de envases que mantengan la frescura y la calidad.

Diversificación de Variedades:

Introducir y promocionar variedades únicas que puedan atraer la atención del consumidor estadounidense, como sandías con diferentes colores de pulpa (amarilla, naranja) o variedades orgánicas.

Sostenibilidad y Certificaciones:

Obtener certificaciones de agricultura orgánica y prácticas de comercio justo para atraer a un segmento de consumidores que valora la sostenibilidad.

Resaltar las prácticas agrícolas sostenibles en las campañas de marketing.

Marketing y Promoción:

Implementar campañas de marketing dirigidas al consumidor estadounidense que destacan el sabor, la frescura y los beneficios nutricionales de las sandías colombianas.

Participar en ferias comerciales y eventos de degustación en EE. UU. para aumentar la visibilidad del producto.

Invertir en investigación para mejorar las técnicas de cultivo, aumentar la resistencia a plagas y enfermedades, y optimizar el uso de recursos.

Colaborar con universidades y centros de investigación para innovar en la producción.

Alianzas Comerciales:

Establecer asociaciones con distribuidores y supermercados en EE. UU. para asegurar un canal de venta constante y accesible para las sandías colombianas.

Utilizar plataformas de comercio electrónico para llegar a mercados más amplios.

En si, Colombia tiene el potencial de competir en el mercado de sandías en EE. UU. al enfocarse en la calidad del producto, la sostenibilidad, la innovación y una logística eficiente. Al diferenciarse a través de variedades únicas y una fuerte presencia de marca, puede superar la competencia de otros países exportadores.

6.6.3 Precios internacionales

Los precios internacionales de la sandía varían según el país exportador. En 2023, el precio promedio de exportación de sandías fue de aproximadamente \$508 por tonelada. A continuación se presentan algunos precios por unidad para algunos de los principales países exportadores a Estados Unidos:Proceso Logístico para la Distribución de Sandías desde el Puerto de Buenaventura a Miami

La distribución de sandías desde el Puerto de Buenaventura en Colombia hasta Miami, Estados Unidos, implica un proceso logístico meticuloso y organizado. Cada etapa es crucial para asegurar que las sandías lleguen en perfectas condiciones, frescas y listas para el consumidor. A continuación, describo detalladamente cada uno de los pasos involucrados en esta operación.

6.7 Canal de distribución

Canal de Distribución de Sandías: Buenaventura → Miami

-Producción y Acopio (Colombia)

- Ubicación: zona industrial acopi Yumbo
- Transporte: Camiones refrigerados llevan las sandías al Puerto de Buenaventura.
- Exportación y Envío Marítimo
- Ruta marítima: Buenaventura → Canal de Panamá → Miami.
- Tiempo de tránsito: 5 a 7 días en buques con contenedores refrigerados.
- Llegada a Miami y Distribución
- Puerto de Miami, EE.UU.
- Inspección y liberación de carga: 1 a 3 días.
- Distribución: Camiones llevan las sandías a supermercados, mayoristas y mercados locales en 2 a 5 días.
- Tiempo total del proceso: 10 a 14 días (desde la finca hasta los supermercados en



Las sandías se cultivan principalmente en regiones fértiles como el Valle del Cauca, donde el clima y la calidad del suelo favorecen su crecimiento. Durante la cosecha, los agricultores seleccionan las sandías en su punto óptimo de madurez, garantizando así un producto de alta calidad. Este es un paso fundamental, ya que una sandía bien cosechada no solo se ve mejor, sino que también tiene un sabor superior.

2. Empaque

Una vez cosechadas, las sandías son llevadas a instalaciones de empaque donde se preparan para la exportación. Se empacan en canastillas diseñadas especialmente para protegerlas durante el transporte. Estas canastillas cumplen con estrictas normativas de calidad y sanidad, asegurando que el producto no solo se vea bien, sino que también esté libre de contaminantes. Este proceso de empaque es clave para mantener la frescura y la integridad del producto.

3. Transporte Interno

El siguiente paso es el transporte interno desde las fincas hasta el Puerto de Buenaventura. Utilizamos camiones refrigerados para este trayecto, lo que es esencial para mantener la cadena de frío. La rapidez es vital en esta etapa; cuanto más rápido lleguen las sandías al puerto, mejor será su frescura. Este trayecto puede tomar unas pocas horas, pero es fundamental que se maneje con cuidado para evitar cualquier daño al producto.

4. Carga en el Puerto

Al llegar al Puerto de Buenaventura, las sandías pasan por un proceso de carga y despacho. Este paso incluye inspecciones de calidad y revisiones aduaneras. Es crucial tener toda la documentación necesaria, como el certificado fitosanitario, que asegura que el producto cumple con las regulaciones de exportación. Esta etapa garantiza que las sandías estén listas para el transporte marítimo.

5. Transporte Marítimo

Las sandías son cargadas en contenedores refrigerados (reefers) para su transporte marítimo. En este caso, se envían 2,352 sandías, cuidadosamente dispuestas en las canastillas dentro de los contenedores. Este viaje hacia el Puerto de Miami puede tomar entre 10 y 15 días desde el canal de Panamá también dependiendo de las condiciones del mar, climáticas y según el tráfico que pueda haber. Los contenedores

refrigerados son esenciales en este paso, ya que mantienen una temperatura constante que asegura la frescura del producto durante todo el trayecto.

6. Desembarque en Miami

Al llegar al Puerto de Miami, las sandías son descargadas con cuidado. En este punto, deben pasar por controles aduaneros y fitosanitarios de EE. UU. para asegurarse de que cumplen con todas las normativas del país. Esta revisión es esencial para proteger la agricultura local y evitar la entrada de plagas o enfermedades.

7. Distribución en EE. UU.

Después de completar los trámites aduaneros, las sandías son transportadas a centros de distribución o directamente a los minoristas. Nuevamente, se utilizan camiones refrigerados para asegurar que se mantenga la cadena de frío durante este trayecto. La distribución efectiva es clave para que las sandías lleguen a su destino final en condiciones óptimas.

8. Venta Final

Finalmente, las sandías llegan a supermercados, mercados locales y otros puntos de venta en Miami. Aquí, los consumidores pueden encontrar estas frescas sandías, listas para disfrutar. Este proceso no solo asegura la calidad del producto, sino que también apoya a los agricultores colombianos y fortalece el comercio internacional.

México: El precio de exportación fue de alrededor de \$752 millones en total, lo que se traduce en un precio aproximado de \$500 por tonelada.

Irán: Un precio más bajo de aproximadamente \$213 por tonelada.

España: Exportó sandías por un valor de \$566 millones, con precios más altos que los de México

6.8 Estrategia de mercados y ventas

Quiero compartir algunas estrategias que hemos desarrollado para introducir nuestras sandías en el mercado de Miami.

Primero, estamos llevando a cabo una investigación de mercado para comprender mejor la demanda de sandías en la zona. Esto incluye analizar las preferencias de los consumidores y las tendencias de consumo, así como estudiar a nuestra competencia para conocer sus precios, canales de distribución y tácticas de marketing.

Además, hemos identificado diferentes segmentos dentro del mercado, como supermercados, tiendas de comestibles, distribuidores y mercados locales. Estamos creando perfiles de cliente para asegurarnos de que nuestras ofertas y mensajes de marketing se adapten a cada uno de ellos.

También estamos buscando establecer alianzas estratégicas con distribuidores locales y supermercados en Miami. Esto facilitará la introducción de nuestro producto, y queremos colaborar con importadores que tengan experiencia en manejar productos frescos.

Un aspecto clave será el posicionamiento de nuestras sandías. Planeamos resaltar la calidad y frescura del producto, y consideraremos certificaciones orgánicas o de cultivo sostenible si aplica. Además, utilizaremos un etiquetado y empaque atractivo que refleje la identidad de nuestra marca.

En cuanto a las ventas, vamos a desarrollar canales de distribución que maximicen la frescura del producto, como la venta directa a supermercados y tiendas. También se exploró opciones de comercio electrónico para que los consumidores puedan comprar nuestras sandías en línea.

Para atraer a los compradores, implementaremos promociones iniciales y descuentos por volumen. Además, planeamos hacer degustaciones en supermercados para fomentar la compra.

Finalmente, se utilizarán estrategias de marketing digital, enfocándonos en redes sociales y campañas en línea para crear conciencia de marca. Consideraremos campañas de email marketing dirigidas a distribuidores y minoristas.

Es crucial contar con un sistema logístico eficiente que asegure entregas a tiempo y mantenga la calidad de nuestras sandías durante el transporte. Evaluaremos opciones de transporte refrigerado y condiciones de almacenamiento para prolongar la frescura.

Por último, se establecerá un sistema para recibir retroalimentación de los clientes y consumidores, lo que nos permitirá ajustar nuestras ofertas y estrategias según las necesidades del mercado.

La participación en ferias comerciales y eventos relacionados con la alimentación en Miami también es una prioridad. Estos espacios nos permitirán aumentar la visibilidad de nuestra marca y establecer contactos valiosos. Aprovecharemos estas oportunidades para realizar demostraciones del producto y recopilar comentarios de los consumidores.

7. Estudio Técnico

7.1. Localización del Proyecto

El proyecto se localiza en:

País: Colombia

Ciudad: Cali

Región: Valle del Cauca

Depósito: FRESH AGRICAMLI S.A.S

La ubicación estratégica del depósito ofrece:

- Acceso directo al Puerto de Buenaventura, uno de los más importantes del país**
- Conexión con la autopista Cali-Buenaventura y la vía Panamericana**

- Proximidad a aeropuertos internacionales como el Aeropuerto Alfonso Bonilla

Aragón

- Beneficios fiscales y arancelarios para la exportación

La localización del depósito facilitará la exportación de sandías a Miami, Estados Unidos.

7.1.1. Macro Localización

País de Origen: Colombia

País de Destino: Estados Unidos

Ciudad de Destino: Miami

Estado de Destino: Florida

7.1.2. Micro Localización

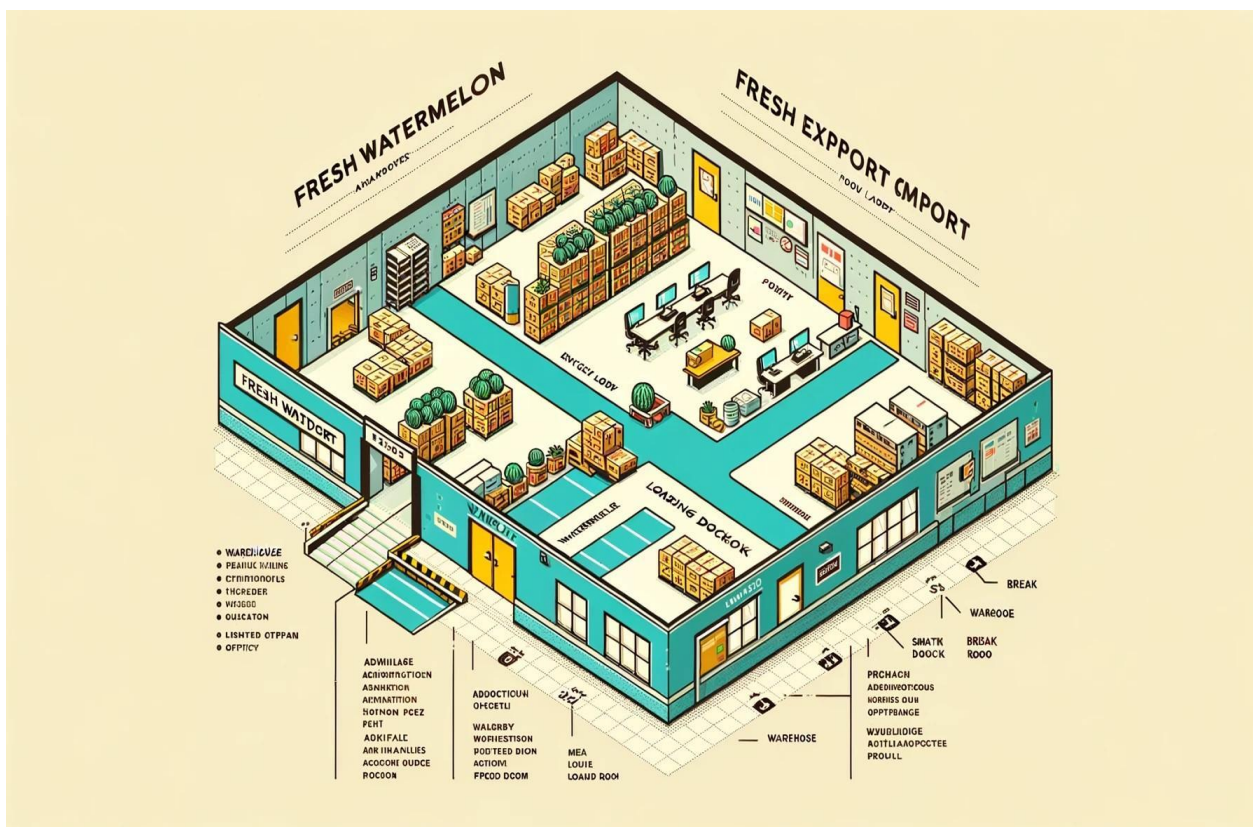
Ubicación Estratégica de Nuestra Bodega

Nuestra bodega está ubicada en la Zona Industrial Acopi, Yumbo, Valle del Cauca, un punto clave seleccionado por su excelente conectividad vial, infraestructura y proximidad a los mercados principales.

La cercanía a la Autopista Cali-Yumbo, la recta Cali-Palmira, y el Puerto de Buenaventura garantiza una distribución eficiente y rápida. Además, la zona ofrece servicios esenciales confiables y un entorno logístico ideal que optimiza nuestros procesos y reduce costos.

Con esta ubicación, aseguramos que nuestras sandías lleguen frescas y en perfectas condiciones, cumpliendo con los estándares de calidad y eficiencia que nos caracterizan.

7.1.3 La Planta Física



Descripción de la planta física:

Almacenamiento refrigerado: Sección destinada al almacenamiento de las sandías, equipada con refrigeración para preservar la fruta antes de su envío.

Zona de carga y descarga: Espacio para los camiones que recogerán y distribuirán la mercancía, con fácil acceso para carga y descarga.

Oficinas administrativas:

Estaciones de trabajo para el personal administrativo.

Sala de reuniones para conferencias y planificación.

Área de recepción para recibir visitas o clientes.

Área de descanso para empleados: Espacio destinado a que los empleados tomen un descanso o coman.

Taller de mantenimiento: Zona para la reparación y mantenimiento de la maquinaria.

Pasillos y circulación: Corredores amplios para permitir el paso de maquinaria pesada y empleados.

Salidas de emergencia: Claramente marcadas para garantizar la seguridad.

7.2 Aspectos Técnicos del Producto.

7.2,1 Ficha técnica del Producto.

Nombre 	Sandías 
Nombre Científico	Citrullus lanatus
Índice alfabético para exportaciones	Sandías Frescas
Peso por sandía	12 KG
Diámetro	16 CM
Precio por unidad	50,000 cop- 12,32 USD
Descripción	La sandía es una fruta refrescante y jugosa, conocida por su pulpa roja o rosada y su sabor dulce. Suele tener una textura crujiente y jugosa
Forma	La forma típica de una sandía es ovalada o redonda, pero algunas variedades pueden ser más alargadas o incluso cuadradas en algunos casos.
Sabor	La sandía fresca tiene un sabor dulce y jugoso, con una ligera nota refrescante. El nivel de dulzura puede variar según la variedad y el grado de madurez.
Valor Nutricional	La sandía es una fuente de hidratación debido a su alto contenido de agua. Además, es bajo en calorías y grasas, y contiene vitamina C, vitamina A, potasio y licopeno, un antioxidante que le da su característico color rojo y que se ha relacionado con diversos beneficios para la salud.
Preparación	Para consumir sandía fresca, se debe lavar y cortar en rebanadas, trozos o bolas, según la preferencia. Se puede disfrutar solo o combinar con otras frutas en ensaladas de frutas, jugos, batidos y postres.
País Origen	Colombia
País Destino	Estados Unidos

1. Capacidad de Producción

Superficie Cultivada: Actualmente, se están dedicando varias hectáreas a la producción de sandías.

Rendimiento por hectárea: En condiciones óptimas, se pueden cosechar entre 20 y 30 toneladas de sandías por hectárea. Supongamos que una hectárea produce un promedio de 25 toneladas.

Cosechas Anuales: Dependiendo de la variedad de sandía y de las condiciones climáticas, es posible obtener entre 1 y 3 cosechas al año. Para este caso, consideremos 2 cosechas anuales.

Producción Anual: Si cultivamos 10 hectáreas, la producción total anual sería de:

Producción por Hectárea: 25 toneladas

Cosechas Anuales: 2

2. Capacidad de Comercialización

Demanda del Mercado: Es fundamental realizar un análisis de la demanda de sandías en Miami, considerando la competencia y las preferencias del consumidor. Esto nos permitirá adaptar nuestra estrategia de ventas.

Canales de Distribución: Se deben identificar los canales a través de los cuales se comercializarán las sandías. Esto puede incluir mayoristas, minoristas y mercados locales.

3. Unidad de Empaque

Tipo de empaque: Es crucial elegir materiales que protejan la sandía durante el transporte. Se pueden usar Canastillas o pallets. Cada canastilla suele tener una capacidad de entre 1 y 3 sandías, dependiendo de su tamaño.

Tamaño y Peso de la Unidad de Empaque: Asegurarse de que el tamaño de las canastillas sea adecuado para facilitar el manejo y almacenamiento en los puntos de venta.



4. Etiquetado para la Exportación

Requisitos Legales: Es necesario cumplir con las normativas de etiquetado en EE. UU., que incluyen información sobre el origen, el productor, la variedad y el peso de las sandías.

Etiquetas de Seguridad: Incluir información sobre pesticidas, certificaciones orgánicas o de calidad si aplica.

Diseño Atractivo: El etiquetado debe tener un diseño que capte la atención del consumidor y represente la calidad del producto.

Empaque:

1. Dimensiones del contenedor de 20 pies

Un contenedor estándar de 20 pies tiene dimensiones aproximadas:

Largo: 5.9

Ancho: 2,35 m

Alto: 2,39

Volumen total: $5.9 \times 2.35 \times 2.39 = 33.2 \text{ M}^3$

2.

Volumen total disponible en dos contenedores

$$33.2 \times 2 = 66.4 \text{ M}^3$$

Volumen total ocupado por las canastillas

$$0.50 \times 0.30 \times 0.28 = 0.042 \text{ M}^3$$

Total, de volumen ocupado por 822 canastillas

$$822 \times 0.042 = 34 \text{ m}^3$$

4. Distribución en los dos contenedores

Dado que tenemos 66.4 m³ de espacio 34.52 m³ todas las canastillas distribuyéndose: $822 / 2 = 411$ Canastillas

En cada contenedor de 20 pies irán 411 canastillas

Peso neto total: 29568 kg

Peso bruto: 31212 kg.





7.3 La unidad Empresarial Exportadora

7.3.1 Tipo de Sociedad:

Sociedad por Acciones Simplificada, se escogió la S.A.S. porque ofrece responsabilidad limitada, es fácil de crear y administrar, tiene flexibilidad en su estructura, reduce costos operativos y mejora la imagen ante inversionistas y entidades financieras.

7.3.2 Razón Social:

Fresh Agricomli S.A.S.

7.3.3 Misión y Visión Empresarial:

Visión:

Para 2030, ser reconocidos en el mercado local como una empresa que comercializa productos e frutos de alta calidad

Misión:

Ofrecer sandías frescas de alta calidad al mercado internacional, con un enfoque en prácticas sostenibles, satisfacción del cliente y fortalecimiento de relaciones

comerciales, contribuyendo al crecimiento económico de nuestras comunidades productoras.

7.3.4 Principios y Valores:

Valores:

compromiso con la calidad, integridad y orientación al cliente. Estos valores son esenciales para garantizar la excelencia en cada producto que distribuyes y asegurar que todas las relaciones comerciales se basen en la honestidad y la transparencia. Además, el trabajo en equipo y el respeto son pilares clave para fomentar un ambiente de colaboración, confianza y equidad dentro de la organización. Adoptar estos valores ayudará a crear una cultura organizacional sólida que se refleja tanto en la calidad del servicio como en el bienestar de los empleados.

Principios:

responsabilidad social y ambiental, garantizando que todas las prácticas de logística y distribución se realicen de manera sostenible y respetuosa con el entorno. La innovación debe ser un principio clave, buscando siempre mejorar los procesos y adoptar nuevas tecnologías para optimizar la operación. Finalmente, la adaptabilidad y la resiliencia serán fundamentales para enfrentar los cambios del mercado y los retos logísticos, permitiendo a tu empresa mantenerse competitiva y capaz de superar cualquier obstáculo.

7.3.5 Políticas de Empresa

Política de Calidad: Garantizar que todos los productos entregados cumplen con los más altos estándares de frescura y seguridad, mediante inspecciones y controles de calidad en cada etapa del proceso.

Política Ambiental: Minimizar el impacto ambiental de las operaciones logísticas y agrícolas, promoviendo prácticas sostenibles como el uso eficiente de recursos y materiales reciclables, en cumplimiento con las normativas ambientales.

Política de Seguridad y Salud en el Trabajo: Proveer un entorno laboral seguro y saludable, mediante capacitación en seguridad, prevención de accidentes y el uso adecuado de equipos de protección personal.

Política de Ética y Conducta Profesional: Fomentar la honestidad, transparencia y respeto en todas las relaciones comerciales, asegurando un ambiente laboral libre de discriminación y conflictos de interés.

Política de Servicio al Cliente: Brindar un servicio excepcional y personalizado a nuestros clientes, garantizando respuestas rápidas a sus necesidades y mejorando constantemente su experiencia con retroalimentación.

Política de Capacitación y Desarrollo: Fomentar el aprendizaje continuo y el desarrollo profesional de nuestros empleados, promoviendo su crecimiento dentro de la empresa y ofreciendo oportunidades de formación.

Política de Innovación y Mejora Continua: Fomentar la innovación en todos los procesos operativos y productos, buscando siempre la mejora continua para optimizar la eficiencia y calidad de nuestros servicios.

7.3.6 Organigrama Empresarial

El organigrama de esta empresa, compuesta por seis personas, se ha diseñado para maximizar la eficiencia en una estructura reducida, aprovechando el talento de cada integrante y permitiendo la colaboración entre áreas. La estructura organizativa es la siguiente: El organigrama de esta empresa, compuesta por seis personas, se ha diseñado para maximizar la eficiencia en una estructura reducida, aprovechando el talento de cada integrante y permitiendo la colaboración entre áreas. La estructura organizativa es la siguiente:



Dirección General (1 dueños): Los dueños de la empresa asumen roles de liderazgo en dirección y administración, velando por la estrategia general y la toma de decisiones clave.

Operaciones Logísticas (1 cargo): Este puesto es responsable de planificar, coordinar y ejecutar todas las actividades logísticas, incluyendo la distribución y el despacho de productos.

Producción y Control de Calidad (1 cargo): Encargado de supervisar los procesos de producción y asegurar que el producto final cumpla con los estándares de calidad establecidos.

Ventas y Atención al Cliente (1 cargo): Responsable de gestionar las relaciones con los clientes, atendiendo sus necesidades y garantizando una comunicación fluida y eficaz.

Apoyo Administrativo (1 cargo): Este puesto brinda soporte en tareas administrativas tales como facturación, manejo de documentación y asistencia general a las distintas áreas de la empresa.

7.3.7 Las Necesidades de Personal

Dado el tamaño reducido de esta empresa, las necesidades de personal se centran en contar con un equipo bien capacitado en aspectos clave como logística, control de calidad y atención al cliente. Es fundamental que cada miembro del equipo esté preparado para cumplir sus funciones específicas, colaborando entre áreas para asegurar el flujo de trabajo y optimizar los recursos. La capacitación continua y el desarrollo de habilidades polivalentes serán esenciales para el éxito de una empresa pequeña con una alta especialización en su sector.

7.3.8 Perfiles y Funciones del Personal

1. Director General (Dueño)

Define la estrategia general de la empresa y toma decisiones clave sobre su operación.

Supervisa la visión y misión de la empresa, asegurando el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Representa a la empresa en negociaciones y alianzas estratégicas.

2. Administrador (Dueño)

Gestiona las finanzas de la empresa, incluyendo la administración de ingresos y egresos.

Supervisa el cumplimiento de políticas administrativas y financieras.

Coordina los recursos necesarios para la operación eficiente del negocio.

3. Coordinador Logístico

Planifica y optimiza las rutas de despacho para asegurar la entrega eficiente de productos.

Gestiona la cadena de suministro, coordinando con proveedores y transportistas.

Supervisa la correcta manipulación y almacenamiento de la mercancía.

4. Supervisor de Calidad

Verifica que los productos cumplan con los estándares de calidad antes del envío.

Implementa y supervisa protocolos de control de calidad.

Asegura el cumplimiento de normativas de calidad y seguridad alimentaria.

5. Ejecutivo de Ventas y Servicio al Cliente

Gestiona las relaciones comerciales con los clientes, atendiendo sus consultas y necesidades.

Coordina pedidos y asegura una atención al cliente de alta calidad.

Implementa estrategias para la captación y fidelización de clientes.

6. Asistente Administrativo

Brinda apoyo en tareas administrativas como facturación, archivo y manejo de documentación.

Asiste en la coordinación y organización de actividades internas.

Apoya en la comunicación interna y la logística de operaciones administrativa.

7.4 Aspectos Legales

Para esta empresa con un equipo pequeño de seis empleados, incluidos los dueños, es fundamental el cumplimiento de todas las normativas legales aplicables en el sector. Entre los aspectos legales principales se incluyen:

Cumplimiento laboral: Asegurar que todos los trabajadores cuenten con contratos formales y que la empresa cumpla con todas las prestaciones sociales obligatorias, tales como la seguridad social, prestaciones de ley y normativas de salud ocupacional.

Registro y licencias: La empresa debe estar registrada ante las autoridades correspondientes, incluyendo registros en la Cámara de Comercio y obtención de las licencias necesarias para operar.

Normativas de seguridad y salud en el trabajo: Implementar y mantener prácticas de seguridad y prevención de riesgos laborales para proteger a los trabajadores y cumplir con las leyes locales de salud y seguridad ocupacional.

Normativas tributarias y aduaneras: Cumplir con todas las regulaciones fiscales y aduaneras, lo cual incluye la correcta facturación, declaración de impuestos y

documentación adecuada para los procesos de importación y exportación en el caso de la distribución de productos.

8. El Plan Exportador

Un plan exportador define la estrategia para ejecutar la exportación. Para la exportación el plan incluye:

- Identificación de mercados: selección de Miami como mercado objetivo.
- Estudio de demanda y requisitos de calidad para sandías en Estados Unidos.
- Definición de la logística y presupuesto, el término CIF, transporte marítimo y costos de seguro.
- Identificación de los permisos necesarios y procesos de cumplimiento normativo.

8.1 Régimen de Exportación

El régimen de exportación en Colombia para productos agrícolas como las sandías es el de exportación definitiva. Esto implica que las sandías saldrán del país sin intención de retorno.

8.2 Trámites del Proceso Exportador

- Registro y autorización de exportación: La exportación fue registrada en la VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior) de Colombia.
- Documentación Fitosanitaria: Se obtiene un Certificado Fitosanitario del ICA para asegurar que el producto cumple con los requisitos sanitarios del país de destino.
- Documentación aduanera: Se Completa la Declaración de Exportación ante la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) en Colombia.

8.2.1 Posición Arancelaria

Sección	II	Productos del reino vegetal			
Capítulo	08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías			
Partida	0807	Melones, sandías y papayas, frescos.			
	0807.10	- Melones y sandías:			
	0807.11	- - Sandías			

Código	Comp	Supl	Designación de mercancías	Perfil	Notas
0807.11.00.00			- - Sandías		

8.2.2 Permisos Previos y/o Vistos Buenos

- **Registro de exportador:** Se necesita estar registrado como exportador en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.

- **Certificado fitosanitario:** Emitido por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), este certificado garantiza que las sandías cumplen con las regulaciones fitosanitarias para ser exportadas a Estados Unidos.

- **Permisos de importación en EE. UU:** Verifica los requisitos específicos del Departamento de Agricultura de EE. UU. (USDA), ya que ellos controlan la entrada de productos agrícolas al país.

8.2.3 Términos de Negociación

La mercancía se negociará con el termino CIF (Cost, Insurance, and Freight):

- **Costos:** Como exportador, se debe cubrir todos los costos hasta que la mercancía llegue al puerto de Miami. Esto incluye el costo del producto, el transporte hasta el puerto de embarque, el flete marítimo y el seguro.

- **Seguro:** Se debe contratar un seguro para proteger la mercancía durante el transporte hasta que llegue a destino.

Incoterm	Responsabilidad del Vendedor	Responsabilidad del Comprador
EXW (Ex Works - En fábrica)	Entrega en el lugar de origen.	Todo el transporte y costos posteriores.
FCA (Free Carrier - Libre transportista)	Transporte hasta el punto acordado.	Desde el punto acordado en adelante.
CPT (Carriage Paid To - Transporte pagado hasta)	Flete hasta el destino.	Riesgo desde la entrega al transportista.
CIP - Transporte y seguro pagado hasta)	Flete y seguro hasta el destino.	Riesgo desde la entrega al transportista.
DAP (Delivered at Place - Entregado en lugar)	Transporte hasta el destino.	Descarga y trámites de importación.
DPU (Delivered at Place Unloaded - Entregado descargado en destino)	Transporte y descarga en destino.	Trámites de importación.
DDP (Delivered Duty Paid - Entregado con derechos pagados)	Todos los costos hasta la entrega, incluidos impuestos.	Ningún costo adicional.

Incoterm	Responsabilidad del Vendedor	Responsabilidad del Comprador
FAS (Free Alongside Ship - Libre al costado del buque)	Entrega en el puerto de embarque.	Desde que la mercancía está en el puerto.
FOB (Free On Board - Libre a bordo)	Entrega y carga en el buque.	Desde que la mercancía está en el barco.
CFR (Cost and Freight - Costo y flete)	Transporte hasta el puerto de destino.	Riesgo desde el embarque.
CIF (Cost, Insurance and Freight - Costo, seguro y flete)	Transporte y seguro hasta el puerto de destino.	Riesgo desde el embarque.

8.2.4 Agente de Carga y/o Tipo de Transporte

- **Agente de Carga:** Se contratará un agente de carga especializado en productos perecederos para coordinar todos los aspectos logísticos de la exportación de sandías, desde el transporte hasta los documentos requeridos.

- **Transporte Marítimo:** Para productos perecederos como las sandías, es importante utilizar contenedores refrigerados (reefers) que mantengan la fruta en la temperatura adecuada y se mantenga su frescura durante el viaje marítimo.

El agente de carga que se tendrá para este proceso es a Hapag-Lloyd, es una de las compañías navieras líder en todo el mundo.

8.2.5 Medio de Pago

El medio de pago acordado es Carta de Crédito. Esto incluye:

- **Apertura:** El comprador (importador en Miami) abre una carta de crédito a tu favor en un banco de su país.

- **Condiciones:** La carta de crédito especifica las condiciones de pago, generalmente relacionadas a la presentación de ciertos documentos (como el conocimiento de embarque, certificado de seguro, factura comercial, y certificado fitosanitario).

- **Seguridad:** Este método de pago asegura que se recibirá el pago una vez que se cumpla con las condiciones establecidas en la carta de crédito, minimizando los riesgos financieros.

8.2.6 El Contrato de Exportación

Este contrato debe incluir:

- **Descripción de la mercancía:** Sandías frescas, especificando cantidad, calidad y empaquetado.

- **Precio y condiciones CIF:** Confirmando que se cubren los costos, seguro y flete hasta Miami.

- **Medio de pago:** Carta de crédito, incluyendo los requisitos documentales para la liberación.
- **Tiempos de entrega:** Se establece un cronograma de envío y recepción para garantizar la frescura del producto.
- **Cláusulas de resolución de disputas:** Se especifica cómo se resolverán posibles conflictos, recomendablemente bajo la ley colombiana o estadounidense.

CONTRATO DE EXPORTACIÓN

Viernes, 15 de noviembre de 2024

FRESH AGRICAMLI S.A.S con domicilio en carrera 25 número 56 A 63, Nit 890312277-8, representada por la Vendedora: Lili María Manrique

THE FRESH MARKET, con domicilio social 1800 WEST. AVE. MIAMI BEACH FL. 33139 ESTADOS UNIDOS Por la Compradora: Alexandre Salmont Darbonne, Gerente General.

1. PRODUCTOS VENDIDOS

Ofrecemos variedad de sandías: Sandías Frescas

El envío será de 2464 Sandías en 822 canastillas lo que corresponde a 29.568 KG.

2. PRECIO ESTIPULADO

DIVISA	Dólares
✓2464- 29568 Kilogramos	18.046 USD

8.2.7 El Proceso General de una Exportación

Proceso de Exportación de Sandías (Colombia → EE.UU.)

Cosecha y Selección: Las sandías se recolectan y clasifican en las fincas.

Empaque y Etiquetado: Se limpian, empacan en canastillas y se etiquetan.

Transporte Terrestre: Camiones refrigerados las llevan al Puerto de Buenaventura (12-24 horas).

Carga y Aduanas: Se almacenan en contenedores refrigerados y pasan inspecciones aduaneras.

Transporte Marítimo: Viajan en buque vía el Canal de Panamá hasta Miami (5-7 días).

Llegada e Inspección: Se revisan en el Puerto de Miami y se libera la carga.

Distribución: Se envían en camiones refrigerados a supermercados y mayoristas.

Tiempo total del proceso: 10 a 14 días (de finca a mercado en EE.UU.).

8.2.8 Documentación

1. Factura Comercial

Documento esencial que detalla la transacción entre el exportador y el importador. Incluye información sobre el vendedor, comprador, descripción del producto (sandías), cantidad, valor unitario, total, condiciones de pago y términos de entrega (Incoterms).

2. Lista de Empaque

Documento que especifica cómo está distribuida la carga dentro del embarque. Detalla el peso, volumen, número de cajas o pallets, y contenido de cada unidad.

3. BL (Bill of Lading o Conocimiento de Embarque)

Contrato de transporte marítimo emitido por la naviera. Sirve como prueba de embarque y título de propiedad de la mercancía.

4. Solicitud de Embarque (SAE)

Documento presentado ante la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia) para autorizar la salida de la mercancía.

5. Declaración de Exportación (DEX)

Formulario requerido por la DIAN para oficializar la exportación. Contiene datos del exportador, comprador, descripción de la mercancía y valor de la transacción.

6. Certificado Fitosanitario

Emitido por el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario), certifica que las sandías cumplen con los requisitos sanitarios exigidos por EE.UU.

7. Certificado de Origen

Documento emitido por la Cámara de Comercio de Cali, necesario para beneficios arancelarios bajo acuerdos comerciales.

8. Registro como Exportador

El exportador debe estar registrado en el *RUO (Registro Único de Operadores de Comercio Exterior)* ante la DIAN.

9. Permisos y Requisitos del País de Destino

EE.UU. exige que las frutas sean inspeccionadas por el USDA (Departamento de Agricultura de EE.UU.) y cumplan con los estándares de la FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos).

9. El Estudio Económico y Financiero



Este cuadro se incluye en el punto 9.1.1



PRESUPUESTO DE GASTOS PREOPERATIVOS	
CONCEPTO O DETALLE DEL GASTO	VALOR PRESUPUESTADO
Estudio de Factibilidad	2.000.000
Gastos Notariales	500.000
Gastos de Registro en Cámara de Comercio.	500.000
Honorarios Asesorías Profesionales	2.500.000
Gastos de Instalación y Montaje (adecuación)	3.000.000
Publicidad de Impacto	1.000.000
Otros Gastos Legales: Uso del Suelo, Sayco y acinpro, Bomberos, Permisos, Licencias, etc.	1.000.000
Gastos de selección del personal	500.000
Capacitaciones y Cursos de Inducción a Personal	300.000
Gastos de Papelería	200.000
Gastos de transportes y diligencias	400.000
Diversos e Imprevistos	600.040
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	12.500.040

Este cuadro se incluye en el punto 9.1.1



AMORTIZACION DEL GASTO PRE OPERATIVO - DIFERIDO	
Total del Gasto Diferido	12.500.040
Período de Amortización en Años (Periodo de Evaluación)	5
Total Amortización por cada Año del Periodo de Evaluación	2.500.008
Total Amortización por mes o Amortización Mensual	208.334

Cuando presupueste los gastos mensuales en el cuadro superior utilice cifras en múltiplos de 1.000. Trate que el valor que le arroje la casilla G35 no contenga cifras decimales.

LAS INVERSIONES PRELIMINARES		
GASTOS PREOPERATIVOS	INVERSIONES FIJAS	CAPITAL DE TRABAJO
Es el capital mínimo que deben colocar los inversionistas para pasar a la fase de inversión; es decir, para constituir y poner en funcionamiento la empresa.		

Este cuadro se incluye en el punto 9.1.1

PRESUPUESTO DE GASTOS PREOPERATIVOS	
CONCEPTO O DETALLE DEL GASTO	VALOR PRESUPUESTADO
Estudio de Factibilidad	2.000.000
Gastos Notariales	500.000
Gastos de Registro en Cámara de Comercio.	500.000
Honorarios Asesorías Profesionales	2.500.000
Gastos de Instalación y Montaje (adecuación)	3.000.000
Publicidad de Impacto	1.000.000
Otros Gastos Legales: Uso del Suelo, Sayco y acinpro, Bomberos, Permisos, Licencias, etc.	1.000.000
Gastos de selección del personal	500.000
Capacitaciones y Cursos de Inducción a Personal	300.000
Gastos de Papelería	200.000
Gastos de transportes y diligencias	400.000
Diversos e Imprevistos	600.040
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	12.500.040

Este cuadro se incluye en el punto 9.1.1

AMORTIZACION DEL GASTO PRE OPERATIVO - DIFERIDO	
Total del Gasto Diferido	12.500.040
Período de Amortización en Años (Período de Evaluación)	5
Total Amortización por cada Año del Período de Evaluación	2.500.008
Total Amortización por mes o Amortización Mensual	208.334

Cuando presupueste los gastos mensuales en el cuadro superior utilice cifras en múltiplos de 1.000. Trate que el valor que le arroje la casilla G35 no contenga cifras decimales.

Este Cuadro se incluye en el punto 9.1.2 del protocolo de su trabajo de grado

PRESUPUESTO DE INVERSIONES FIJAS			
1. EQUIPO DE OFICINA, DE COMPUTO Y MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCION DEL ACTIVO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador de Mesa	3	1.849.000	5.547.000
Computador Portatil	0	0	0
Escritorios	2	269.000	538.000
Sillas para Computador	3	1.285.112	3.855.336
Sillas para Escritorio	2	100.000	200.000
Mesas para Computador	0	0	0
Impresora	1	589.000	589.000
Fotocopiadora	0	0	0
Aire Acondicionado	1	1.500.000	1.500.000
Mesa de Juntas	1	450.000	450.000
Sillas para mesa de juntas	6	100.000	600.000
Telefonos	0	0	0
Estanterías	0	0	0
Archivador	1	600.000	600.000
Vitrinas	0	0	0
Otros activos fijos depreciables	0	0	0
			0
			0
			0
			0
TOTAL EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y OTROS			13.879.336

El cuadro de MAQUINARIA Y EQUIPO solo se diligencia si la empresa tiene AREA DE PRODUCCION.

9.1.2

2. MAQUINARIA Y EQUIPO. OTROS EQUIPOS DE PRODUCCION			
DESCRIPCION DEL ACTIVO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Maquinaria 01			0
Maquinaria 02			0
Maquinaria 03			0
Maquinaria 04			0
			0
			0
			0
			0
			0
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO Y OTROS			0

9.1.3

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	
Total Equipo de Oficina, Computo y Muebles y Enseres	13.879.336
Período de Tiempo para Depreciación en años (Línea Recta)	5
Valor del Gasto por Depreciación Anual	2.775.867
Valor del Gasto por Depreciación Mensual	231.322

Este cuadro se incluye en el punto 9.1.3 del protocolo de su trabajo de grado

PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO			
TIPO DE GASTO	VALOR MENSUAL	MESES A FINANCIAR	VALOR TOTAL
Honorarios Profesionales	20.000.000	12	240.000.000
Servicios publicos	600.000	12	7.200.000
Arrendamientos	1.300.000	12	15.600.000
Servicios de vigilancia	600.000	12	7.200.000
Copias, fotocopias	350.000	12	4.200.000
Servicio de cafeteria y casino	0	12	0
Servicios temporales	800.000	12	9.600.000
Servicio generales: Aseo y varios	600.000	12	7.200.000
Servicio de telefonía e internet	300	12	3.600
Gastos Legales	300.000	12	3.600.000
Mantenimiento y Reparaciones	450.000	12	5.400.000
Papelería y utiles de oficina	200.000	12	2.400.000
Transportes y Fletes	400.000	12	4.800.000
Diversos y otros gastos generales	200.000	12	2.400.000
Nómina	12.494.000	12	149.928.000
Compra de Inventarios	0	0	0
TOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO			459.531.600

Si usted considera que alguno de los gastos aquí presentados no lo va a financiar con CAPITAL DE TRABAJO, coloque un CERO en la casilla correspondiente a valor mensual y un CERO la casilla de meses a financiar. PIENSELO BIEN antes de hacerlo. Recuerde que las celdas en blanco están formuladas.

9.1.4

TOTAL INVERSIONES PRELIMINARES - CAPITAL SEMILLA	
Total de los Gastos Pre Operativos	12.500.040
Total de las Inversiones Fijas	13.879.336
Total del Capital de Trabajo	459.531.600
TOTAL DE LAS INVERSIONES PRELIMINARES	485.910.976

9.1.4

COMPOSICION DEL CAPITAL - SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFICADA			
Concepto	No Acciones	Vr. Nominal	Vr. Total
Capital Autorizado	971.822	1.000	971.821.952
Capital Suscrito	728.866	1.000	728.866.464
Capital Suscrito Por Cobrar	242.955	1.000	242.955.488
Capital Suscrito y Pagado	485.911	1.000	485.910.976

Este cuadro
se incluye en
el punto
9.2 del
protocolo de
su trabajo de
grado



FRESH AGRICAMLI S.A.S		
BALANCE GENERAL DE CONSTITUCION O DE APERTURA		
Fecha: 17 de diciembre		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
DISPONIBLE		
Caja		459.531.600
INVENTARIOS		
Inventario de Producto		
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE		459.531.600
ACTIVO NO CORRIENTE		
ACTIVO FIJO		
Equipo de Oficina y Otros Activos	13.879.336	
Maquinaria y Equipo	0	13.879.336
DIFERIDOS		
CARGOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos		12.500.040
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		26.379.376
TOTAL DEL ACTIVO		485.910.976
PASIVO Y PATRIMONIO		
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aporte de los Inversionistas		485.910.976
TOTAL DEL PATRIMONIO		485.910.976
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		485.910.976

9.3.1

PROYECCION VOLUMEN DE PRODUCCION COMERCIALIZABLE CON EL EXTERIOR							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	2464	5	12320	13552	14907,2	16397,92	18037,712
TASA DE CREIMIENTO O DE VARIACION ANUAL DE LA PRODUCCION EXPORTABLE				10,00%	10,00%	10,00%	10,00%

9.3.2.1

PROYECCION DE LOS COSTOS DE MERCANCIA VENDIDA PARA EXPORTACION (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	2464	1	380373840,00	439328566,7	507420777,1	586066704	676902084,1
COSTO UNITARIO (Costos de Produccion)			30,875	32,418	34,039	35,740	37,527
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%

9.4.3.3

PROYECCION DE LOS COSTOS DE EXPORTACION (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	2464	1	821570,445	886452,0083	956457,4381	1031991,379	1113490,433
Gastos del Proceso Exportador (Costos de la Exportación)			26,61	27	28	29	30
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			2,76%	2,76%	2,76%	2,76%	2,76%

9.5

PROYECCION DE LOS INGRESOS (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
	2464	1	1086747200	1228416152	1388553146	1569565684	1774175115
PRECIO UNITARIO DE VENTA			88,210	90,645	93,146	95,717	98,359
INDICADOR DE VARIACION DEL PRECIO DE EXPORTACION			2,76%	2,76%	2,76%	2,76%	2,76%

FECHA	VALOR TASA DE CAMBIO	VARIACION PORCENTUAL
Enero 01 - 2025	4.410,50	5,56%
Diciembre 01 - 2024	4.178,00	0,43%
Noviembre 01 - 2024	4.160,00	2,46%
Octubre 01 - 2024	4.060,00	-2,12%
Septiembre 01 - 2024	4.148,00	7,46%
Agosto 01 - 2024	3.860,00	
SUMATORIA DE LA VARIACION		13,80%
PROMEDIO VARIACION		2,76%

En estos cuadros no debe modificar nada. Con solo cambiar salarios en la hoja anterior éste cuadro se modifica.

Este cuadro se incluye en el punto 9.3.2.2 del protocolo de su trabajo de grado

INDICADOR DE PROYECCION DE LOS GASTOS DE NOMINA	
SE TOMARA COMO REFERENCIA EL PROMEDIO DE LA VARIACION DEL SALARIO MINIMO LEGAL MENSUAL VIGENTE EN COLOMBIA EN LOS ULTIMOS DIEZ AÑOS.	
Año 2024	12,07%
Año 2023	16,00%
Año 2022	10,07%
Año 2021	3,50%
Año 2020	6,00%
Año 2019	6,00%
Año 2018	5,90%
Año 2017	7,00%
Año 2016	7,00%
Año 2015	4,60%
Año 2014	4,50%
Año 2013	4,02%
Año 2012	5,81%
Año 2011	4,00%
Año 2010	3,64%
Año 2009	7,67%
TOTAL SUMATORIA	107,78%
TOTAL PROMEDIO	6,74%

Este Cuadro se incluye en varios puntos: 9.3.2.2 en 9.4.2.1 y en 9.4.3.1

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PAA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO					
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nómina Administración	114.524.341	122.238.987	130.473.311	139.262.319	148.643.377
Nómina Ventas y Comercial	103.916.581	110.916.662	118.388.286	126.363.216	134.875.359
Nómina Producción	0	0	0	0	0
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	218.440.922	233.155.649	248.861.596	265.625.536	283.518.736

RECUERDE: El salario Mínimo para el año 2018 es de \$781.242.00 y el auxilio de Transporte es de \$88.211.00.
Solo tienen derecho a auxilio de transporte los que devengan menos de dos salarios mínimos mensuales; es de cir menos de \$1.562.484.00
NO OLVIDAR: Solo en las casillas de color rojo es que usted debe reportar información.

Este cuadro se incluye en el punto 9.3.2.2 del protocolo de su trabajo de grado

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%

Este cuadro se incluye en el punto 9.4.2.1 del protocolo de su trabajo de grado

NOMINA DE PERSONAL AREA ADMINISTRATIVA, CONTABLE Y FINANCIERA							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL 21,83%	CARGA PARAFISCAL 25,50%	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
Gerente	3.300.000	0	3.300.000	720.390	841.500	4.861.890	58.342.680
Apoyo administrativo	1.423.500	200.000	1.623.500	354.410	362.993	2.340.903	28.090.831
Auxiliar contable	1.423.500	200.000	1.623.500	354.410	362.993	2.340.903	28.090.831
			0	0	0	0	0
TOTAL	6.147.000	400.000	6.547.000	1.429.210	1.567.485	9.543.695	114.524.341

Este cuadro se incluye en el punto 9.4.3.2 del protocolo de su trabajo de grado

NOMINA DE PERSONAL AREA DE VENTAS O COMERCIAL							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL 21,83%	CARGA PARAFISCAL 25,50%	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
Director de ventas	2.700.000	0	2.700.000	589.410	688.500	3.977.910	47.734.920
Asesor de ventas	1.423.500	200.000	1.623.500	354.410	362.993	2.340.903	28.090.831
Operario de Ventas 1	1.423.500	200.000	1.623.500	354.410	362.993	2.340.903	28.090.831
Operario de Ventas 4			0	0	0	0	0
TOTAL	5.547.000	400.000	5.947.000	1.298.230	1.414.485	8.659.715	103.916.581



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	SANDIA	Campos Modificables
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	0807.11.00.00	Campos con Formulas
	III	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	0807.11.00	
	IV	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	CANASTILLA	
	V	VALOR POR UNIDAD COMERCIAL	7,00	
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	VI	TIPO DE EMPAQUE	CANASTILLA	
	VII	DIMENSIONES DEL EMPAQUE m	0.50X0.30X0.28	
	VIII	ORIGEN / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	PUERTO DE BUENAVENTURA COLOMBIA	
	IX	DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	PUERTO DE MIAMI ESTADOS UNIDOS	
	X	PESO TOTAL KG/TON	15400	
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XI	UNIDAD DE CARGA	KG	
	XII	UNIDADES COMERCIALES	2.464	
	XIII	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	25872	
	XIV	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	CIF	
		FORMA DE PAGO Y TIEMPO	CARTA CREDITO	
		TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	\$ 4.410,50	

Este cuadro hace parte del punto 9.4.3.3 del protocolo de su trabajo de grado



CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN		MARITIMO			
		Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)	Costo Unitario
PAÍS EXPORTADOR	EMPAQUE	0.00			0.000
	EMBALAJE	0.00			0.000
	VALOR EXW	7.00	17.248.00	-	7.000
	Costos Directos				
	UNITARIZACIÓN	0.000			0.000
	MANIPULO LOCAL EXPORTADOR	0.042	102.50		0.000
	DOCUMENTACIÓN	0.000			0.000
	TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)	0.282	695.00		0.000
	ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	0.000			0.000
	MANIPULO PREEMBARQUE	0.000			0.000
	MANIPULO EMBARQUE	0.000			0.000
	BANCARIO	0.000			0.000
	AGENTES	0.000			0.000
	Costos Indirectos				
	ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto	0.000			0.000
TRANSITO INTERNACIONAL	CAPITAL-INVENTARIO	0.000			0.000
	SEGURO***				
	COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	0.324	797.58		0.046
	VALOR : FCA.No Incluye Embarque	7.324	18.046	-	7.046
	VALOR : FAS No Incluye Embarque	7.324	18.046	-	
	VALOR : FOB	7.324	18.046	-	
	TRANSPORTE INTERNACIONAL	1.539	3.792		0.000
	VALOR CFR	8.863	21.838	-	
	VALOR CPT	8.863	21.838	-	7.046
	SEGURO INTERNACIONAL	0.058	141.95		0.046
	VALOR CIF	8.920	21.980	-	
	VALOR CIP	8.920	21.980	-	7.091
	MANIPULO DE DESEMBARQUE	0.000			0.000
	Costos Indirectos				
	CAPITAL-INVENTARIO	0.000	-		0.000
PAÍS IMPORTADOR	COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL	1.920	4.732		0.091
	VALOR DAP** No Incluye Desembarque	8.920	21.980	-	
	VALOR DAT	8.920	21.980	-	7.091
	TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR	0.000			0.000
	ALMACENAMIENTO	0.000			0.000
	VALOR DAP***	8.920	21.980	-	7.091
	DOCUMENTACION	0.000			0.000
	ADUANEROS (IMPUESTOS)	1.606	3.956		0.000
	AGENTES	0.036	88		0.000
	BANCARIO	0.000			0.000
	Costos Indirectos				
	CAPITAL-INVENTARIO	0.000	-		0.000
	SEGURO		168		
	COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR	3.630	8.944		0.091
	VALOR DDP TOTAL	10.630	26.192	-	7.091

Última Actualización: Marzo 2015

Fuente: PROCOLOMBIA

COSTO TOTAL DE LA EXPORTACION	111521458.3
UNIDADES EXPORTADAS	1232
COSTO POR UNIDAD EXPORTADA	93767,41732

Este cuadro
se incluye en
el punto
9.6 del
protocolo de
su trabajo de
grado

NOMBRE DE LA EMPRESA					
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	1086747200	1228416152	1388553146	1569565684	1774175115
TOTAL INGRESOS	1086747200	1228416152	1388553146	1569565684	1774175115
COSTO DE VENTAS					
Costo de la Mercancía vendida	380373840	439328566,7	507420777,1	586066704	676902084,1
Costos de la exportación	821570,445	886452,0083	956457,4381	1031991,379	1113490,433
Gastos de Personal (Producción)	0	0	0	0	0
Otros Costos: Gastos Generales Producción	0	0	0	0	0
TOTAL COSTOS	381195410,4	440215018,7	508377234,5	587098695,4	678015574,5
UTILIDAD BRUTA	705551789,6	788201133,6	880175911,1	982466988,7	1096159540
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION					
Gastos de Personal de Administración	114.524.341	122.238.987	130.473.311	139.262.319	148.643.377
Gastos Generales de Administración	206.102.160	216.075.976	226.548.418	237.544.414	249.090.138
GASTOS GENERALES DE VENTAS					
Gastos de Personal de Ventas y Comercial	103.916.581	110.916.662	118.388.286	126.363.216	134.875.359
Gastos Generales de Ventas	113.101.440	116.700.886	120.480.277	124.448.608	128.615.325
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES	537.644.522	565.932.511	595.890.291	627.618.558	661.224.200
UTILIDAD OPERACIONAL	167.907.267	222.268.623	284.285.620	354.848.431	434.935.341
Provisión Impuesto de Renta 35%	58767543,5	77794017,94	99499967,06	124196950,9	152227369,2
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	109.139.724	144.474.605	184.785.653	230.651.480	282.707.971
Reserva Legal	10913972,37	14447460,48	18478565,31	23065148,02	28270797,13
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS	98.225.751	130.027.144	166.307.088	207.586.332	254.437.174

Este cuadro
se incluye en
el punto
9.7 de su
trabajo de
grado

NOMBRE DE LA EMPRESA					
FLUJO NETO DE EFECTIVO					
Periodo de Evaluación del Proyecto					
CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
INGRESOS					
INGRESOS OPERACIONALES					
Ingresos por Ventas					
Nacionales	0	0	0	0	0
En el Exterior	1086747200	1228416152	1388553146	1569565684	1774175115
TOTAL INGRESOS	1086747200	1228416152	1388553146	1569565684	1774175115
COSTO DE VENTAS					
Costo de la Mercancía vendida	380373840	439328566,7	507420777,1	586066704	676902084,1
Costos de la exportación	821570,445	886452,0083	956457,4381	1031991,379	1113490,433
Gastos de Personal (Producción)	0	0	0	0	0
Otros Costos: Gastos Generales Producción	0	0	0	0	0
TOTAL COSTOS	381195410,4	440215018,7	508377234,5	587098695,4	678015574,5
UTILIDAD BRUTA	705551789,6	788201133,6	880175911,1	982466988,7	1096159540
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION					
Gastos de Personal de Administración	114.524.341	122.238.987	130.473.311	139.262.319	148.643.377
Gastos Generales de Administración	206.102.160	216.075.976	226.548.418	237.544.414	249.090.138
GASTOS GENERALES DE VENTAS					
Gastos de Personal de Ventas y Comercial	103.916.581	110.916.662	118.388.286	126.363.216	134.875.359
Gastos Generales de Ventas	113.101.440	116.700.886	120.480.277	124.448.608	128.615.325
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES	537.644.522	565.932.511	595.890.291	627.618.558	661.224.200
UTILIDAD OPERACIONAL	167.907.267	222.268.623	284.285.620	354.848.431	434.935.341
Provisión Impuesto de Renta 35%	58.767.544	77.794.018	99.499.967	124.196.951	152.227.369
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	109.139.724	144.474.605	184.785.653	230.651.480	282.707.971
Reserva Legal	10.913.972	14.447.460	18.478.565	23.065.148	28.270.797
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS	98.225.751	130.027.144	166.307.088	207.586.332	254.437.174
GASTOS NO DESEMBOLSABLES					
Depreciación de Activos	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000
Amortización Diferidos	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
INVERSIONES PRELIMINARES					
Gastos Preoperativos	12.500.040				
Inversiones Fijas	13.879.336				
Capital de Trabajo	459.531.600				
FLUJO NETO DE EFECTIVO	485.910.976	109625751,3	141427144,3	177707087,8	218986332,2

Considere una tasa de interes de COSTO DE OPORTUNIDAD. Ejemplo la tasa de interes a la que prestan los "gota a gota" o simplemente la tasa de interes de captación de recursos de los bancos.

Es modificable hasta llegar a la tasa de interés que hace que la sumatoria de flujos netos descontados sea igual a cero.

L. L. M.

LISTA EMPAQUE

FRESH AGRICAMLI S.A.S

CARRERA 25 #56 A 63
SANTIAGO DE CALI, COLOMBIA
(302) 601-9936
COMEX@AGRIFRUTAS.COM

FECHA:
N.º DE FACTURA
COMPRADOR:

17 de diciembre de 2024
17122003
The Fresh Market

TERMINO DE PAGO: CARTA CREDITO A 60 DIAS DESPUES DEL BL

DIRECCION: 1800 West Ave
1800 West Ave,
Miami Beach, FL

SANDIAS FRESCAS

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	IMPORTE
1232	SANDIAS	7.324	9023.00
1232	SANDIAS	7.324	9023.00
CANASTILLAS		MEDIDAS	
411 CANASTILLAS		0.50X0.30X0.28	
411 CANASTILLAS		0.50X0.30X0.28	
PESO BRUTO	PESO NETO		
31.212KG	29.568KG		
		FOB	18046 USD
		FLETE	3792.40
		SEGURO	141.95
		CIF	21,980.35
		TOTAL	21,980.35

Todos los cheques se extenderán a nombre de FRESH AGRICAMLI S.A.S.
Si tiene alguna pregunta relacionada con esta factura, comuníquese con Lili Maria al (312) 555-0113 o lilimaria@agricamli.com

¡GRACIAS POR SU CONFIANZA!

Todos los cheques se extenderán a nombre de FRESH AGRICAMLI S.A.S.
Si tiene alguna pregunta relacionada con esta factura, comuníquese con Lili Maria al (312)
555-0113 o lilimaria@agricamil.com

¡GRACIAS POR SU CONFIANZA!

L. L. M.

Shipper THE FRESH MARKET 1800 WEST, AVE. MIAMI BEACH FL 33139 .ESTADOS UNIDOS		COPY Consol Ref. Reference No. NON-NEGOTIABLE COMBINED TRANSPORT BILL OF LADING Based on BIMCO COMBICONBILL		B/L No.	
Consigned to order of NIT: 890312277-8 CARRERA 25 #56 A 63, SANTIAGO DE CALI, COLOMBIA					
Notify party/address NIT: 890312277-8 CARRERA 25 #56 A 63, SANTIAGO DE CALI, COLOMBIA		Carrier: DSV Ocean Transport A/S Hovedgaden 630 DK-2640 Hedehusene Denmark CVR/VAT No: 25 13 34 55			
Pre-carriage by <u>Place of Receipt</u> PUERTO DE MIAMI					
Ocean Vessel GERI GLOSS <u>Port of Loading</u> PUERTO DE MIAMI					
Place of Origin BUENAVENTURA <u>Place of Delivery</u> BUENAVENTURA		Freight Payable at		Number of original Bills of Lading 3 (THREE)	
Marks and Numbers	Number and kind of Packages	Description of Goods	Gross Weight	Measurement	
HLXU 17092025 SEALS: MLGB 11705678 MARKS Y NOS: HOTHI, HARVANA	BK 411	2464 WATERMELONS IN 822 BASKETS WITH DIMENSIONS OF 0.50 X 0.30 X 0.28 CM.	31.212 KG	66.4M3	
HLXU 17092025 SEALS: MLGB 11705678 MARKS Y NOS: HOTHI, HARVANA	BK4 11				
SHIPPED ON BOARD 27 / 12/ 2024 Particulars above declared by Shipper					
Freight and charges		RECEIVED the goods in apparent good order and condition and, as far as ascertained by reasonable means of checking, as specified above unless otherwise stated. The Carrier, in accordance with and to the extent of the provisions contained in this Bill of Lading, and with liberty to sub-contract, undertakes to perform and/or in his own name to procure performance of the combined transport and the delivery of the goods, including all services related thereto, from the place and time of taking the goods in charge to the place and time of delivery, and accepts responsibility for such transport and such services. One of the original Bills of Lading must be surrendered duly endorsed in exchange for the goods or delivery order. IN WITNESS whereof original Bills of Lading in the number specified above have been signed, one of which being accomplished the other(s) to be void.			
For delivery of goods please apply to:					
Shipper's declared value of		Place and date of issue			
subject to payment of above extra charge		Signed For			
Note: The Merchant's attention is called to the fact that according to Clauses 10 to 12 and Clause 24 of this Bill of Lading, the liability of the Carrier is, in most cases, limited in respect of loss or damage to the goods and delay.		by			
T - 3015 (udg. 12.02)					

DIAN		Solicitud de Autorización de Embarque y/o Registros Previos		MUSCA		602	
1. Año 2025		2. Concepto 1		4. Número de formulario 6027734112918			
Espacio reservado para la DIAN							
20. Tipo de documento 31		18. Número de identificación 890317082		6. DV. 5		7. Primer apellido 8	
11. Razón social FRESH AGRICAMLI S.A.S.		24. Diplomático					
25. Tipo de documento 31		26. Número de identificación 890317082		27. DV. 5		28. Primer apellido 8	
32. Razón social AGENCIA DE ADUANAS SERVICIOS ADUANEROS INTEGRADOS SAS NIVEL 1 - AGENCIA DE ADUANAS SERVADI SAS NIVEL 1							
33. Tipo de documento 43		34. Número de identificación		35. Primer apellido		36. Segundo apellido	
39. Razón social THE FRESH MARKET							
40. Domicilio (Dirección) 1800 WEST AVE. MIAMI BEACH FL 33139		41. País ESTADOS UNIDOS		Cód. US		42. Ciudad MIAMI	
43. No. Formulario anterior		44. No. Referencia		45. No. Autorización global			
46. No. de programa especial de MSVC o Contrato de suministro de mercancía							
47. Régimen aduanero Exportación definitiva		48. Aduana despacho 11		49. Región Procedencia 35		50. Tipo de embarque 76	
51. Tipo de datos Definitivos al embarque		52. Naturaleza de la transacción 01		53. Tipo de solicitud Especifica		54. Cód. Incidencia 01	
55. Lugar de entrega MIAMI		56. Valor factura en moneda de transacción USD		57. Valor factura en moneda de transacción 21980.35		58. Tasa de cambio	
59. Forma pago Pago a credito		60. Cantidad pagos anticipados 3		61. Fecha 1er. pago anticipado		62. Fecha 2er. pago anticipado	
63. Sistema especiales		64. Exportación en tránsito		65. Modo de transporte Transporte Marítimo		66. Tipo de carga 1	
67. Aduana de salida 35		68. Lugar de embarque Soc. Portuaria Regional De B/Tura S.A.		69. País destino final 1039		70. Tipo de destino final 76	
71. Lugar destino final Miami Beach		72. País destino final US		73. Tipo de documento 31		74. Número de identificación 860001560	
75. DV. 8		76. Primer apellido 8		77. Segundo apellido		78. Primer nombre	
79. Otros nombres							
80. Razón social NAVEMAR SAS							
81. Lugar LE		82. No. Aprobación solicitud inspección zona secundaria		83. Dirección ubicación mercancías SOCIEDAD PORTUARIA REGIONAL DE BUENAVENTURA		84. Solicitud inspección física SI NO X	
85. Valor total fletes USD 3792.40		86. Valor total seguros USD 141.95		87. Valor total otros gastos USD 0.00		88. Total valor FOB USD 18046.00	
89. Valor total exportaciones USD 21980.35		90. Total valor agregado nacional USD		91. Valor a reintegrar USD		92. Total series 1	
93. Total número de bultos 822		94. Total peso bruto kgs. 31212					
95. No. de aceptación ab1a37790808092		96. Fecha 2025 01 17		97. No. de redacción			
Colombia, un compromiso que no podemos evadir.							
Firma de quien suscribe el documento							
1001. Apellidos y nombres MIGUEL PEREZ		1003. No. identificación 94521032		1004. DV. 9			
1002. Tipo Doc. 13		1005. Cód. Representación		1006. Organización			
997. Fecha de aceptación 2025-01-17/10:30:02							

 DIAN Departamento Administrativo de Aduanas y Muestreo Nacional		Solicitud de Autorización de Embarque y/o Registros Previos		 MUSCA Ministerio de Comercio Exterior, Industria y Contratación		602	
Espacio reservado para la DIAN				Página _____ de _____ Hoja No. 2		4. Número de formulario 6027734112918	
Exportador	20. Tipo de documento	18. Número de identificación	6. DV	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre	10. Otros nombres
	31	890312277	8				
11. Razón social FRESH AGRICAMLI S.A.S.							
Documentos soporte y vistos buenos							
1	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor		
		Mandato	218	S/N	890312277		
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento	
	FRESH AGRICAMLI S.A.S.				2024 12 04	2025 12 04	
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial	
2	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor		
		Factura Comercial	201	17122003	890312277		
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento	
	FRESH AGRICAMLI S.A.S.				2024 12 17	2025 02 17	
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial	
	Dólar de los Estados Unidos de América	USD	21980.35	Numero de articulos	NAR	2464	
3	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor		
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento	
					Año Mes Día	Año Mes Día	
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial	
4	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor		
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento	
					Año Mes Día	Año Mes Día	
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial	
5	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor		
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento	
					Año Mes Día	Año Mes Día	
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial	
6	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor		
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento	
					Año Mes Día	Año Mes Día	
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial	
7	105. No. Serie	106. Tipo documento	Cód.	107. No. del documento	108. NIT emisor		
	109. Nombre emisor				110. Fecha expedición	111. Fecha vencimiento	
					Año Mes Día	Año Mes Día	
	112. Moneda	Cód.	113. Monto del documento	114. Unidad comercial	Cód.	115. Cantidad unidad comercial	
Colombia, un compromiso que no podemos evadir.							

 DIAN Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales		Declaración de Exportación				 MUNISCA Ministerio Único de Integración, Servicio y Control Aduanero		600					
1. Año		4. Número de formulario				6027734112918							
Espacio reservado para la DIAN													
20. Tipo de documento		18. Número de identificación		6. DV		7. Primer apellido		8. Segundo apellido		9. Primer nombre		10. Otros nombres	
3 1													
Exportador		11. Razón social											
24. Tipo de documento		25. Número documento de identificación		26. DV		27. Primer apellido		28. Segundo apellido		29. Primer nombre		30. Otros nombres	
3 1													
Declarante		31. Razón social											
		AGENCIA DE ADUANAS SERVICIOS ADUANEROS INTEGRADOS SAS NIVEL											
32. Tipo de documento		33. Número documento de identificación		34. Primer apellido		35. Segundo apellido		36. Primer nombre		37. Otros nombres			
43													
Destinatario		38. Razón social											
		THE FRESH MARKET											
		39. Domicilio destinatario											
		1800 WEST AVE. MIAMI BEACH FL 33139											
		40. Ciudad											
		MIAMI											
41. Clase DEX		Cód.		42. No. Formulario anterior		43. Tipo de diligenciamiento		Cód.					
DEX UNICO DATOS DEFINITIVOS		1											
44. Tipo despacho		Cód.		45. Tipo de corrección		Cód.		46. No. Referencia		47. No. Programa especial de muestras o contrato de suministro de energía		48. No. Autorización de embarque global	
Inicial		1 1											
49. Régimen aduanero		Cód.		50. Aduana despacho		Cód.		51. Cód. País trámite		52. Cód. Región de procedencia			
Exportación definitiva		11		Buenaventura				3 5		C O		7 6	
53. Tipo de datos		Cód.		54. Tipo de embarque		Cód.		55. Cód. Naturaleza transacción		56. Cód. Incoterms		57. Lugar de entrega	
Definitivos al embarque		0 1		Unico		0 1		1		CIF		MIAMI	
58. Cód. Moneda de transacción		59. Valor factura en moneda de transacción		60. Tasa de cambio		61. Forma de pago		Cód.		62. Cantidad de pagos anticipados			
U S D		21980.35				Pago a credito		3					
63. Fecha 1er. pago anticipado		64. Mercancía a la mano con el seguro		65. Sistemas especiales		66. Exportación en tránsito		67. Modo de transporte		Cód.		68. Tipo de carga	
Año Mes Día		SI NO X		SI NO X		SI NO X		Transporte Marítimo		1		Contenerizada	
69. Aduana de salida		Cód.		70. País destino final		Cód.		71. Cód. Lugar destino final					
Buenaventura		3 5		ESTADOS UNIDOS		US							
72. Valor total FOB USD		73. Valor total fletes USD		74. Valor total seguros USD		75. Valor total otros gastos USD							
18046.00		3792.40		141.95									
76. Valor total exportaciones USD		77. Valor a reintegrar USD		78. Total valor agregado nacional USD									
18046.00													
Totales para control													
79. Total series		80. Total número de buitos		81. Total peso bruto lgs.									
1		822		31212									
82. No. Autorización embarque		83. Fecha autorización embarque		84. No. Solicitud autorización de embarque		85. Fecha solicitud autorización embarque							
141692018005455		Año Mes Día				Año Mes Día							
86. Nombre funcionario responsable		87. Cargo		88. Tipo de documento		89. No. del documento de identificación		Firma funcionario responsable					
90. No. Radicación													
Firma de quien suscribe el documento													
1001. Apellidos y nombres													
1002. Tipo doc.													
1003. No. identificación													
1004. DV													
1005. Cód. Representación													
1006. Organización													
997. Fecha declaración exportación													
AAAA MM DD hh mm ss													

Certificado de Origen
ACUERDO DE LIBRE COMERCIO
ESTADOS UNIDOS- COLOMBIA

Número de Certificado: 015170788

1. Nombre, dirección y número de registro fiscal (RUT) del Exportador AGRICAMLI S.A.S DIRECCION: CARRERA 25 #56 A 63, SANTIAGO DE CALI RUT: 890.312.277-8				
2. Nombre, dirección y número de registro fiscal (RUT) del Importador THE FRESH MARKET 1800 West Ave, Miami Beach, FL 33139, Estados Unidos NIT: 816.008.443-6				
3. Descripción de las mercancías	4. Clasificación S.A. 6 dígitos	5. Criterio de Origen	6. Número de Factura Comercial	7. Peso bruto (kg.) u otra medida (opcional)
2 Contenedores 1X20' CONTENEDORES CON SANDIAS EN CANASTILLAS: 2464 SANDIAS en 822 canastillas, Dimensiones: 0.50x0.30x0.28	0807.11	"B"	1712203	31212 KG
8. Observaciones: CONTENEDOR: SEKU102359-7 / SELLO: EMCLKH1913 EMB 2020-2257				
9. Declaración del exportador El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la emisión del presente certificado. País de origen.....COLOMBIA..... Lugar y fecha.....SANTIAGO DE CALI-- 08/12/2024..... Firma.....		10. Visado de la autoridad competente o entidad habilitada Certifico la veracidad de la presente declaración Nombre FRESH AGRICAMLI S.A.S Lugar y fecha.....15/12/2024 Firma.....Melissa Grant.....		

Instrucciones para el llenado del Certificado de Origen

Para efectos de obtener un tratamiento arancelario preferencial, este documento debe ser llenado en forma legible y debe ser emitido por la autoridad competente o entidades habilitadas. Llenar a máquina o con letra de imprenta o molde.

Número de Certificado: Llenar con el número de serie del certificado de origen. Corresponde a un número de serie que la autoridad competente o entidades habilitadas asignan a los certificados de origen que emiten.

Campo 1: Indique el nombre legal completo, la dirección (incluyendo ciudad y país) y el número de registro fiscal del exportador. El número de registro fiscal será: en Chile, el Rol Único Tributario (RUT) y en Colombia el Registro Único Tributario (RUT).

Campo 2: Indique el nombre legal completo, la dirección (incluyendo ciudad y país) y el número de registro fiscal del importador. El número de registro fiscal será: en Chile, Rol Único Tributario (RUT) y en Colombia el Registro Único Tributario (RUT). Si se desconoce el importador, señalar como "DESCONOCIDO".

Campo 3: Proporcione una descripción completa de cada mercancía. La descripción deberá ser lo suficientemente detallada para relacionarla con la descripción de la mercancía contenida en la factura y en el Sistema Armonizado (SA).

Campo 4: Para cada mercancía descrita en el Campo 3, identifique los seis dígitos correspondientes a la clasificación arancelaria del Sistema Armonizado (SA).

Campo 5: Para cada mercancía descrita en el Campo 3, indique qué criterio (A, B o C) es aplicable. Las reglas de origen se encuentran en el Capítulo 4 y Anexo 4.1 (Reglas Específicas de Origen) del Tratado.

Criterio Preferencial

A la mercancía sea obtenida en su totalidad o producida enteramente en el territorio de una u otra Parte, según la definición del Artículo 4.26;

B la mercancía sea producida en el territorio de una u otra Parte, a partir exclusivamente de materiales que califican como originarios conforme a las disposiciones de este Capítulo; o

C la mercancía sea producida en el territorio de una u otra Parte, a partir de materiales no originarios que cumplan con un cambio de clasificación arancelaria, un valor de contenido regional u otros requisitos según se especifica en el Anexo 4.1 (Reglas Específicas de Origen) y la mercancía cumpla con las demás disposiciones aplicables de este Capítulo.

Campo 6: Indique el número de la factura comercial.

Campo 7: Indique el peso bruto en kilogramos (Kg.) u otras unidades de medida como volumen o número de productos que indiquen cantidades exactas. (Campo opcional).

Campo 8: Este campo deberá ser utilizado para cualquier información referente a la comprobación de origen de la mercancía o mercancías, como por ejemplo resoluciones anticipadas indicando su número y fecha de emisión o facturación por un operador de un país no Parte indicando el nombre legal completo y domicilio del operador, si es conocido.

Campo 9: Este campo debe ser llenado por el exportador. La fecha deberá ser aquella en la cual el certificado de origen fue llenado por el exportador.

Campo 10: Este campo debe ser llenado por la autoridad competente o entidad habilitada. La fecha deberá ser aquella en la cual el certificado de origen fue llenado por la autoridad competente o entidad habilitada.

10. Conclusiones y Recomendaciones

10.1. Conclusiones:

-La exportación de sandías desde, Cali hacia Miami, ha representado una gran oportunidad debido a la alta demanda de los productos frescos y saludables, especialmente entre la población latina y caribeña en Miami. En especial este mercado valora las frutas tropicales como la sandía debido a las vitaminas y minerales que nos aporta aparte de su frescura y alta calidad, lo que nos ayuda a facilitar la aceptación de la sandía colombiana.

- Colombia posee diversas fortalezas en la producción de sandías, incluyendo sus tierras y temperaturas ideales para el cultivo, sin embargo, se enfrenta a desafíos considerables, como la competencia de España que es el principal exportador de sandías a Italia, Esto indica que, aunque Colombia tiene el potencial para competir en mercados internacionales, necesita superar barreras significativas para consolidarse.

- Para lograr el éxito en este proyecto de exportación de sandías a Miami, es fundamental tener claros los objetivos generales y específicos de manera ordenada. Debemos cumplir con todas las normativas y regulaciones, crear una infraestructura eficaz, ser respetuosos con el medio ambiente y asegurar los recursos financieros necesarios. Este mercado internacional en crecimiento ofrece una oportunidad fructífera, aunque también enfrenta una fuerte competencia. Es crucial planificar y ejecutar meticulosamente, sugiriendo un plan de negocios detallado y un análisis de riesgos para evaluar la viabilidad a largo plazo. Con una observación cuidadosa, este proyecto puede convertirse en una exitosa operación de producción y exportación desde Cali a Miami.

La exportación de sandías desde Cali hacia Miami representa una alternativa viable para diversificar la oferta agrícola colombiana en mercados internacionales. Sin embargo, para lograr una presencia sólida, es fundamental consolidar alianzas comerciales estratégicas y garantizar un suministro constante de alta calidad.

A pesar del potencial del producto, es esencial considerar los desafíos logísticos y regulatorios que pueden afectar la competitividad en el mercado de Miami. Implementar soluciones eficientes en transporte y distribución será clave para asegurar la frescura y calidad de la sandía en su destino final.

10.2. Recomendaciones:

-Realizar estudios de inteligencia de mercado para poder comprender mejor las preferencias de los consumidores en Miami y otros mercados potenciales esto incluye los análisis de poder adquisitivo acuerdos comerciales normatividad y características demográficas en el mercado objetivo el cual es Miami, este conocimiento permite adaptar mejor el producto a las expectativas y necesidades de los consumidores.

-Mejorar la logística de la exportación mediante capacitación de personal y monitoreo, colaboración con proveedores que sean confiables, en esto es fundamental minimizar la manipulación inadecuada y asegurar una buena ventilación en los contenedores para así mantener la calidad de las sandías durante todo el proceso de transporte.

Diversificar y explorar hacia otros mercados internacionales además de Miami, los países podrían ser Italia o Japón que también son mercados fuertes donde hay demasiada demanda de frutas exóticas, aquí aprovecharía los tratados de libre comercio y otras ventajas que ofrece el país, ya que, esto puede abrir varias oportunidades de exportación y reducir la dependencia de un solo mercado.

Desarrollar campañas de marketing dirigidas al público latino y caribeño en Miami, resaltando los beneficios de la sandía colombiana y su frescura, para generar mayor demanda y fidelización en el mercado.

Implementar tecnología en la cadena de producción y exportación, como sistemas de monitoreo de temperatura y trazabilidad, para garantizar que la sandía llegue en óptimas condiciones y cumpla con los estándares internacionales.

12. Webgrafía

Acevedo Hernández, Ruiz Velandia, Monterrosa Regino , A. c. (1 de Enero de 2015). Estrategia de exportación de sandías a Japón. Obtenido de <https://ciencia.lasalle.edu.co/>:

https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1614&context=administracion_de_empresas

agropecuario, i. c. (s.f.). Colombia potencial de la vida. Obtenido de <https://www.ica.gov.co/>: <https://www.ica.gov.co/normatividad/normas-nacionales?page=4>

AnalDEX, & Murillo, Nieto, y. d. (2022). AnalDEX. Obtenido de <https://www.analdex.org/>: <https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2023/04/Informe-de-Exportaciones-de-Fruta-2022.pdf>

Brendon. (27 de agosto de 2023). <https://www.mediummultimedia.com/>. Obtenido de <https://www.mediummultimedia.com/>: <https://www.mediummultimedia.com/marketing/que-dice-kotler-del-marketing/>

Cartwright, M. (14 de diciembre de 2023). <https://www.worldhistory.org/>. Obtenido de <https://www.worldhistory.org/>: <https://www.worldhistory.org/trans/es/1-22500/david-hume/>

Infante, M. p. (2020). Oportunidad comercial de exportar sandía colombiana al mercado italiano. Obtenido de <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/>:

<https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/1520/HerediaGo mez-YeimyAndrea-2020.pdf> Invima,colombia potencial vida. (s.f.). Obtenido de

<https://www.invima.gov.co/>: <https://www.invima.gov.co/el-instituto/informacion-contractual/normatividad>

Organizacion de las naciones unidas . (febrero de 2020). Obtenido de <https://openknowledge.fao.org/>:

<https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/a013806b-25cd-41f2-b3e0-6b0ef2802722/content>

Producepay. (27 de abril de 2022). Obtenido de <https://producepay.com/>: <https://producepay.com/es/el-blog/analisis-de-los-precios-de-sandia-en-el-mercado-de-estados-unidos/>

Questionpro, & Ortega, C. (s.f.). QuestionPro. Obtenido de <https://www.questionpro.com/>: <https://www.questionpro.com/blog/es/marco-teorico/>

Santos, D. (17 de abril de 2024). Hubspot. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/>: <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-genericas-de-porter>

treid. (15 de febrero de 2021). Obtenido de <https://www.treid.co/>: <https://www.treid.co/post/sandias-colombianas-oportunidad-de-exportacion>

