

PLAN EXPORTADOR PARA COMERCIALIZAR EL PLÁTANO DEL SECTOR DE
ALTO CAUCA DEL DEPARTAMENTO DE ARAUCA PARA LA COMERCIALIZADORA
D&J AGRÍCOLA DEL LLANO S.A.S

DAYANA ALEJANDRA BARRERA VERJEL

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS E INNOVACIÓN
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2021

PLAN EXPORTADOR PARA COMERCIALIZAR EL PLÁTANO DEL SECTOR DE
ALTO CAUCA DEL DEPARTAMENTO DE ARAUCA PARA LA COMERCIALIZADORA
D&J AGRÍCOLA DEL LLANO S.A.S

Autor

DAYANA ALEJANDRA BARRERA VERJEL

Trabajo de Investigación presentado como requisito para optar título de
Magíster en Administración de Empresas e Innovación

Tutor y Cotutor metodológico:

Dra. ADRIANA MORA URBINA

Dra. KARINA ARENAS TORRADO

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS E INNOVACIÓN

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2021

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de este proceso de estudio y a lo largo de mi vida. A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por guiarme en mi camino y por permitirme concluir con mi objetivo.

A mi madre y mis abuelos, mi mayor inspiración, que, a través de su amor, paciencia, buenos valores, ayudan a trazar mi camino.

A mi esposo por ser el apoyo incondicional en mi vida, que con su respaldo me ayuda a alcanzar mis objetivos.

Y por supuesto a la Universidad Simón Bolívar, a todos los docentes, por permitirme concluir con una etapa de mi vida, gracias por la paciencia, orientación y guiarme en el desarrollo de esta investigación. A mis compañeros de estudios por las orientaciones, buena amistad, buenos momentos compartidos y en especial a un gran ser humano el profe Wilmar por su comprensión, paciencia, gran apoyo, excelente profesional y gran admiración... Gracias profe Wilmar por todo.

Contenido

	Pág.
Resumen	14
Introducción	15
Capítulo I. Planteamiento del Problema	17
El Problema	17
Delimitación	29
Descripción del Problema	29
Formulación del Problema de Investigación	30
Objetivos	30
Objetivo General	30
Objetivos Específicos	30
Justificación	31
Elemento Innovador	33
Capítulo II. Marco Referencial	34
Antecedentes	34
Antecedentes Internacionales	36
Antecedentes Nacionales	44
Antecedentes Locales	52
Bases Teóricas	57
Capacidad de Productiva de Plátano	57

Mercadeo Agrícola	59
Proceso de Logística y Distribución Física Internacional	61
Modelos de Internacionalización	63
El modelo Uppsala	64
El modelo Way Station	65
El modelo de Jordi Canals	65
Marco Conceptual	66
Marco Contextual	67
Marco Legal	69
Hipótesis y Variables o Postura Concluyente	71
Hipótesis	71
Hipótesis Nula	71
Hipótesis Alternativa	72
Variable	72
Dependiente	72
Independiente	72
Interviniente	72
Categorías de Análisis	73
Capítulo III Horizonte Metodológico	74
Paradigma de Investigación	74
Enfoque de Investigación	74
Método o Diseño de la Investigación	75
Población y Muestra	75

Técnicas e Instrumentos	76
Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	76
Capítulo IV. Discusión de Resultados	78
Determinación de la Capacidad de Producción de Plátano del Sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca	78
Identificación del Mercado Potencial para el Plátano del Sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca para la Empresa Comercializadora D&J Agrícola del Llano S.A.S.	86
Reino Unido	86
Datos principales del país	86
Acercamiento Cultural del Reino Unido	88
Moneda y Tipo de Cambio del Reino	89
PIB del Reino Unido	89
Inflación del Reino Unido	89
Tasa de desempleo del Reino Unido	90
Riesgo País del Reino Unido	90
Doing Business del Reino Unido	91
INDEX The Global Competitiveness Report del Reino Unido	91
Importaciones y Exportaciones del Reino Unido	91
Barreras de Entrada al Comercio del Producto (Barreras arancelarias y no arancelarias) del Reino Unido	92
España	92
Datos principales del país	92
Acercamiento Cultural de España	94

Moneda y Tipo de Cambio de España	95
PIB de España	95
Inflación de España	95
Tasa de desempleo de España	96
Riesgo del País de España	96
Doing Business de España	97
INDEX The Global Competitiveness Report de España	97
Importaciones y Exportaciones de España	97
Barreras de Entrada al Comercio del Producto (Barreras arancelarias y no arancelarias) de España	98
Italia	98
Datos principales de Italia	98
Acercamiento Cultural del País de Italia	99
Moneda y Tipo de Cambio de Italia	100
PIB de Italia	100
Inflación de Italia	100
Tasa de desempleo de Italia	101
Riesgo del País de Italia	101
Doing Business de Italia	101
INDEX The Global Competitiveness Report de Italia	102
Importaciones y Exportaciones de Italia	102
Barreras de Entrada al Comercio del Producto (Barreras arancelarias y no arancelarias) de Italia	102

EEUU	103
Datos principales del país	103
Acercamiento Cultural de EEUU	104
Moneda y Moneda y Tipo de Cambio de EEUU	105
PIB de EEUU	105
Inflación de EEUU	106
Tasa de desempleo de EEUU	106
Riesgo del País de EEUU	106
Doing Business de EEUU	107
INDEX The Global Competitiveness Report de EEUU	107
Importaciones y Exportaciones de EEUU	107
Barreras de Entrada al Comercio del Producto (Barreras arancelarias y no arancelarias) de EEUU	108
Definición del proceso de Logística de Distribución Física Internacional del plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca para la Empresa Comercializadora D&J Agrícola del Llano SAS	113
Mercado Objetivo Internacional	114
Tipo de Carga	117
Empaque, Embalaje y Etiquetado para la Exportación	118
Transporte	120
Costos de DFI	122
Documentos y Demás Pasos de la DFI	128
Permisos Fitosanitarios y de Consumo Humano	128

Aduanamiento o Proceso Exportación e Importación	130
Almacenaje	130
Puerto de Salida en Colombia	132
Puerto de Entrada en EEUU	133
Conclusiones	135
Recomendaciones	138
Referencias Bibliográficas	140
Anexos	157

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1 Área, producción y rendimiento – Departamental	23
Tabla 2 Área, producción y rendimiento a nivel mundial	24
Tabla 3 Clasificación arancelaria del plátano en fresco y producto procesado	26
Tabla 4 Exportaciones mundiales de plátano en fresco y producto procesado (volumen y valor en miles de dólares)	27
Tabla 5 Exportaciones mundiales plátano en fresco y producto procesado según país de origen	27
Tabla 6 Matriz de antecedentes de investigación	34
Tabla 7 Categorización de Análisis	73
Tabla 8 ¿Cuántas hectáreas de plátano tiene cultivadas?	79
Tabla 9 De las siguientes variables de plátano pica, parejo y bueno -Hartón, ¿en qué porcentaje considera su producción?	80
Tabla 10 ¿Cuántas cargas produce en cada cosecha de plátano?	81
Tabla 11 ¿Cuál es el lapso del corte del plátano en cada cultivo?	82
Tabla 12 Lead time de la cadena de suministro del plátano	85
Tabla 13 Resumen estadístico de mercados seleccionados	109
Tabla 14 Resumen cualitativo de mercados seleccionados	110
Tabla 15 Calculo Costos DFI - FOB	124
Tabla 16 Valor embarque y Unidad Comercial Términos Incoterms	125

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1 Cadena productiva del Plátano fresco en Colombia	22
Figura 2 Exportaciones vs importaciones	26
Figura 3 Ubicación geográfica Alto Cauca	68
Figura 4 ¿Cuántas hectáreas de plátano tiene cultivadas?	79
Figura 5 De las siguientes variables de plátano pica, parejo y bueno -Hartón, ¿en qué porcentaje considera su producción?	80
Figura 6 ¿Cuántas cargas produce en cada cosecha de plátano?	81
Figura 7 ¿Cuál es el lapso del corte del plátano en cada cultivo?	82
Figura 8 Proceso de maduración del plátano	84
Figura 9 Ciclo de producción de plátano	85
Figura 10 Plátano comercializado por El Sol Brands Inc.	115
Figura 11 Plátano comercializado por Freshway	116
Figura 12 Plátano comercializado por Dole	117
Figura 13 Embalaje y empaque del plátano	118
Figura 14 Detalles de la caja, estibas, arrume por estiba y cantidad por contenedor	119
Figura 15 Modelo etiqueta Plátano verde	120
Figura 16 Ruta de Transporte Marítimo empleada para el plátano	121
Figura 17 Incoterms 2020 seleccionado FOB	123
Figura 18 Servicios a la carga refrigerada	131
Figura 19 Puerto de salida en Colombia	133
Figura 20 Puerto de entrada en EE.UU.	134

Lista de Anexos

	Pág.
Anexo 1 Modelo de encuesta para aplicar a productores de plátano	157
Anexo 2 Evidencia aplicación encuesta	158
Anexo 3 Precios de referencia embalaje, transporte nacional e internacional	159

Resumen

El plátano verde es considerado un alimento completo que proporciona un buen aporte en hidratos de carbono, que se compensa a la perfección con su alto contenido en fibra y bajo aporte en grasas. Es un alimento que se destaca por su alto contenido en fibra, potasio, magnesio, vitamina C y ácido fólico en forma de betacarotenos.

Esta investigación busca identificar oportunidades en mercados internacionales para la comercialización del plátano verde, siendo propietaria de la Comercializadora D&J Agrícola del Llano S.A.S es de gran importancia mejorar mis conocimientos y experiencia empírica; Estoy interesada desarrollar y promover la cultura exportadora en el sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca. Esta propuesta nace de la necesidad de comercializar directamente con el comprador y así mismo eliminar intermediarios en la venta.

En este sentido se ha desarrollado una investigación de orden cuantitativo y cualitativo, con unos objetivos encaminados al estudio de cuatro mercados, determinando capacidad de producción y de un proceso logístico para hacerlo llegar al lugar de destino, lo cual es conocido como la Distribución Física Internacional DFI.

Palabras clave: Plátano verde, mercados internacionales, Distribución Física Internacional DFI, capacidad de producción, comercialización.

Introducción

Esta investigación busca identificar oportunidades en mercados internacionales para la comercialización del plátano fresco de origen colombiano, a partir del análisis de información obtenida de fuentes secundarias en el que son analizadas las variables. Se pudiera indicar que el Plátano es un alimento de gran importancia para la salud, y debido a que es un fruto de origen tropical, es bastante escaso y deseado por muchos consumidos en otros países europeos y EE.UU., por su gran composición de beneficios por las sustancias que le componen como los carbohidratos, la fibra, el potasio, y vitaminas A, B, C y fundamentalmente la vitamina E (García, 2012).

Una de sus principales particularidades del plátano, y, por lo cual lo conciben tanpreciado, es su textura suave y natural en el proceso digestivo cuando este ha madurado y adicionado a esto, su condición potásica, es recomendado para el tratamiento de lesiones gastrointestinales. De esta manera, el plátano y sus beneficios contribuyen en la tenacidad del tejido musculoso, impidiendo el agotamiento de estos y, por ende, las contracciones de estos y tendones, conjuntamente, proporciona mayor energía al cuerpo, es recomendado principalmente a los deportistas, o luego de realizar actividad física (Navarrete, 2003).

En el país, la producción agrícola y la vigilancia del sector bananero, hace que se destaquen mecanismos primordiales, de acuerdo a lo expuesto por Espitia Wilches, (2020) los describe como “el asociado directamente con la producción campesina que incluye la cosecha, sostenimiento, recolección y tratamiento primario del producto y el sector industrial que abarca la transformación y generación de valor agregado” (p.25).

De aquí nace la importancia del producto, ya que es influenciado por su cadena de producción, y comercialización en el mercado nacional e internacional; siendo instrumentos indispensables para la reproducción de valor agregado; de este modo, se confirman las invenciones que se han destacado de diversas investigaciones, así como del estado y las asociaciones privadas, que continuamente realizan sinergias para el mejoramiento de la agricultura.

Según lo expuesto, el éxito de la producción, comercialización, exportación y consumo del plátano en otras naciones, se deben al fortalecimiento de la cadena de obtención concernientes con el agro colombiano, las cuales han exhibido consecuencias auténticas como el acrecentamiento en la productividad de las siembras, aproximadamente entre un 25 % y 30% según la región y área donde se produzca, especialmente en el plátano, esto se debe a la aplicación de innovadores métodos y tecnologías (Niño, 2019).

La intención de esta investigación es el diseño de un plan de exportación para comercializar el plátano producido en el Alto Cauca, por medio de la Comercializadora D&J Agrícola del Llano S.A.S., debido que la investigadora es la propietaria de la empresa, busca mejorar con sus conocimientos y experiencia empírica, aprovechando la producción de los campesinos colombianos quienes en muchas ocasiones no tienen oportunidades de aumentar sus cultivos, por la baja demanda nacional, y de acuerdo a su capacidad productora se podrá abastecer el mercado internacional, el cual será seleccionado de acuerdo a los mayores beneficios y acceso que tengan para la producción colombiana; así mismo, irá acompañado de un proceso logístico para hacerlo llegar al lugar de destino, lo cual es conocido como la Distribución Física Internacional DFI.

Capítulo I. Planteamiento del Problema

El Problema

El Plátano es una fruta de carácter tropical, la cual es codiciada en el mundo deportivo y encontró muchas aplicaciones en la industria culinaria, su principal zona de exportación es Latinoamérica y el Caribe, sus principales productores China e India y sus consumidores Europa y EEUU. Es una de las frutas cultivadas y con mayor presencia en las regiones intertropicales, siendo superada a nivel mundial sólo por la manzana, las uvas y los cítricos, por lo que la ubican en el cuarto renglón de importancia (Espinal et al., 2005). Se especula que surgió en el extremo sureste de Asia, siendo trasladado por los comerciantes a territorio africano y posteriormente al caribeño y suramericano durante el periodo de la colonia; del mismo se puede señalar que no es un árbol, sino una planta herbácea perenne y gigante, cuyo método de reproducción es mediante sus retoños o hijos, ya que su semilla no es viable (Moscol & Navarro, 2018).

Según las cifras de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), después de Estados Unidos, con cerca de 60.000 toneladas promedio anual. A julio de este año, ya superaba las 36.000 toneladas (según datos de Madr, Agronet). Dicho de otra forma, recuperar los mercados externos perdidos y cubrir la demanda interna no satisfecha por la producción nacional de plátano podría significar la generación de aproximadamente 3,6 millones de jornales, en el ciclo de producción de dos años. Tal podrá ser la contribución del cultivo de plátano en la generación de empleo y, por ende, de ingresos en el sector campesino y el aporte de éstos a la generación de uno de los bienes básicos de más de la mitad de los hogares colombianos consumidores de dicho producto (Hoyos, 2012).

El plátano es una fruta tropical originada en el sureste asiático, perteneciente a la familia de las musáceas. Las dos especies más conocidas en nuestro medio son: La musa paradisíaca que corresponde al plátano para cocción. La Cadena del plátano, objeto de este documento, se refiere a la primera de estas especies. De acuerdo con la FAO(Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura), el plátano se cultivaba en el sur de la India alrededor del siglo V A.C. De allí se distribuyó a Malasia, Madagascar, Japón y Samoa. Fue introducido probablemente a África del este y oeste, entre los años 1000 y 1500 de la era cristiana. Finalmente llegó al Caribe y Latinoamérica, poco después del descubrimiento del continente. En América del sur se encontró en Bolivia y la mayor parte del Brasil. Los plátanos y otras especies para cocción se producen a lo largo del trópico húmedo, concentradas fundamentalmente en África, América Latina y el Caribe (Martínez, 2019).

Durante los últimos cinco años el cultivo de plátano ha venido presentando un crecimiento imparable, según la Organización de las Naciones Unidad para la Alimentación y la Agricultura (FAO) para el año 2012 el área empleada para su siembra tuvo un incremento del 0,6838% a nivel mundial. Del mismo modo, para el periodo comprendido entre los años 2011 y 2015 la Corporación Colombiana Internacional (CCI) reportó un crecimiento porcentual promedio del área empleada en Colombia para dicha actividad del 2,05%. Además, el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) valoró un incremento porcentual promedio del consumo per cápita del 3,04% para el periodo comprendido entre los años 2013 y 2015. Y de los datos suministrados para el Sistema de Información de Precios y Abastecimiento del Sector Agropecuario (SIPSA) se tiene que para el periodo comprendido entre los años 2014 y lo corrido del 2016 el precio del plátano hartón verde en las principales centrales mayoristas del país tuvo un incremento porcentual promedio del 11,53% (Diaz & Calvete, 2019).

Constituyen una importante fuente de carbohidratos y contribuyen a la seguridad alimentaria de millones de personas en África, el Caribe, Latinoamérica, Asia y el Pacífico. Las formas de su consumo varían ampliamente entre países, de acuerdo a los hábitos alimenticios. Los sistemas de producción son en su mayoría tradicionales, y se dan frecuentemente en asociación con otro tipo de productos agrícolas, como el café, coco, ñame, entre otros. En algunos países se da el esquema de monocultivo de plantación. El mejoramiento de los sistemas de producción permite, no solamente el incremento de la productividad, sino de la calidad del fruto. Esto se puede lograr con desarrollo tecnológico, especialmente en relación con el manejo de plagas y enfermedades, y un uso sostenible de la tierra (Martínez, 2019).

Su casi inexistente presencia de sodio, le hacen ser una fruta buena para la hipertensión arterial, así como algunos taninos promueven su uso para detener la diarrea. Su cualidad de tránsito lento en el tracto digestivo, disminuye la probabilidad de que una persona sufra algún riesgo de cáncer de colon. El Plátano también es usado en el mundo de la belleza, ya que este puede servir para eliminar verrugas de diferentes dimensiones, al igual que el mismo es bueno para quitar el acné. El mismo se usa como una mascarilla para trabajar la piel reseca, así como para fortalecer el brillo y dureza del cabello (Navarrete, 2003).

De acuerdo con AUGURA (Asociación de bananeros de Colombia), en Colombia se cultivan y cosechan cinco variedades de plátano: Dominico, Dominico Hartón, Hartón, Cachaco o Popocho, y Pelipita (Roldán et al., 2004); en este sentido, el plátano en una ración de cien gramos nos genera 1.1 gramos de proteínas, 0.2 gramos de grasa, 0.6 gramos de fibra que al unirse al resto de los carbohidratos llegan a 22.2 gramos. En el caso de las vitaminas y minerales del plátano podemos señalar que contiene 0.6 microgramos de vitamina A, 0.05 miligramos de vitamina B1, 0.06 miligramos de vitamina B2, 0.32 miligramos de vitamina B6, ácido nicotínico

con 0.6 miligramos, ácido Pantoténico con 0.2 miligramos y 10 miligramos de vitamina C (Navarrete, 2003).

Las características de la agricultura colombiana asociada a la disposición de sus suelos, las particularidades de la tierra y la disponibilidad de recursos naturales han marcado una ventaja estratégica en el desarrollo del sector. El potencial productivo, analizado por Fedesarrollo en las políticas para el desarrollo de la agricultura, indica que puede mantener el equilibrio en la demanda de alimentos locales y unas ganancias proyectadas para los agricultores, basadas en la exportación de productos competitivos en el mercado internacional (Perfetti et al., 2013).

Igualmente, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2016) a través de AGRONET (Red de información y comunicación del sector Agropecuario Colombiano), citado por Macias, (2016), reporta que para el 2016 la producción total de cultivos de plátano en Colombia ascendió a 3 684 344 t, de las cuales el departamento de Caldas registra una producción de 231 204 t, que significa una participación del 6.28 % del total nacional, y siendo el departamento de Antioquia el más representativo con una tasa mayor al 40 %. A pesar de ello, se presentan unas condiciones nacionales precarias para el campesino, donde se identifican dificultades de acceso a servicios de salud y educación, sumadas a una deficiente infraestructura vial secundaria y terciaria, que han retrasado el desarrollo rural y la incursión de los productos en los mercados globalizados. De esta manera, limitaciones asociadas a la baja incorporación de tecnologías en la producción, mínima tasa de formación empresarial y comercial, poco volumen de producción y deficiencias en calidad de producto, se suman al desconocimiento del mercado internacional, lo cual ha restringido las posibilidades de crecimiento (Macias, 2016).

Durante años la actividad agrícola del plátano se ha podido desempeñar como una de la mejor actividad a nivel nacional, debido a que muchos campesinos del país, principalmente los

del departamento de Arauca, se benefician de esta gran producción, sin contar con la posibilidad de exportar el producto a otro país, lo que mejoraría las condiciones del sector. Cabe denotar que después de la crisis cafetera que golpeó fuertemente la economía del país en todos sus niveles, el agro en Colombia tuvo un remezón producto que derivó en un sin número de situaciones entre las que se encuentra la migración de campesinos a la ciudad, el fortalecimiento de la economía informal entre otros, en tanto que una porción de campesinos inicio un proceso de cambio en sus cultivos para hacer frente a dicha crisis; a diferencia de los grandes productores, los pequeños, dada sus características son más vulnerables y por tanto su economía familiar más golpeada.

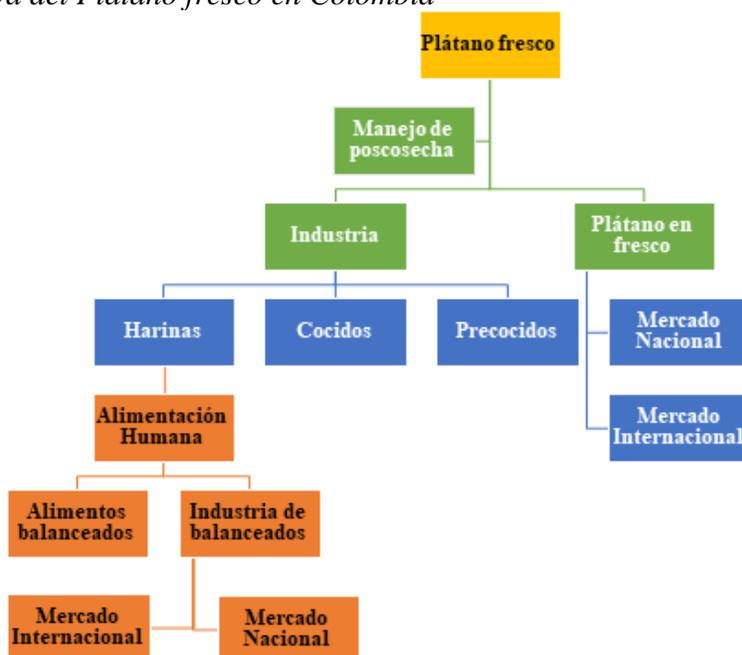
En el municipio de Alto Cauca -Arauca los pequeños productores que orientan su actividad en este caso al cultivo del plátano, se ven afectados por la cadena de intermediarios en las que al momento de llegar el producto ya se le ha asignado un precio de venta, lo que obedece a la regulación del mercado, esta condición no permite que el campesino obtenga la ganancia que le asegura el cubrimiento de los costos de producción; por lo tanto, no hay una efectiva distribución de su ingreso. Este fenómeno si bien es destacado para el corregimiento de Tame-Arauca, se presenta en todo el territorio Colombiano lo que hace necesario entrar a generar estrategias que mejoren la condición de los productores respecto a su comercialización, apuntando a la articulación de los gremios para el fortalecimiento del sector agrícola, dentro de los cuales parte de la estrategia consista en hacer exportaciones hacia otros países el cual se vea el plátano, así mismo generar empleo y mejor recursos a los campesinos.

En Colombia con su potencial agrícola tiene una riqueza productiva valiosa a nivel mundial, por la diversidad de sus cultivos; esto queda demostrado con los productos ya reconocidos internacionalmente como plátano, cacao, rosas, mango, piña, etc., y se necesita seguir trabajando para encontrar mercados y colocar los productos no tradicionales que pueden

estar en la mesa de cada familia en el exterior; para esto es necesario conocer los procesos de exportación hasta el destino del producto porque esta es la deficiencia principal de los agricultores. En el año 2017 el principal productor de plátano fue el departamento de Arauca con 16% de la producción nacional, los departamentos de Antioquia y Meta son los segundos mayores productores de plátano con una participación del 11% cada uno (Ramírez, A., 2017).

El dpto. de Arauca en la actualidad el primer productor de plátano a nivel nacional con un área sembrada de 28.410 hectáreas, una producción anual de 384.460 toneladas y un rendimiento promedio de 13,5 ton/ha. El impacto social y competitivo de este proyecto permitiría la generación de nuevas fuentes de empleo y la recuperación del incentivo a la vocación agropecuaria de la región. La cadena productiva del plátano en Colombia se compone de tres eslabones; Sector Primario o Productores, Industria y Plátano en fresco (Ciro & Miranda, 2014).

Figura 1
Cadena productiva del Plátano fresco en Colombia



Nota. Fuente: Elaboración propia, basado en Hurtado (2016).

Arauca por su parte, se ha limitado al sector primario de la cadena productiva y en él se han consagrado como los primeros productores a nivel nacional con el mayor índice de productividad por hectárea del país. Sin embargo, la calidad del producto no alcanza los requisitos de exportación. A la fecha, los esfuerzos por avanzar en la cadena productiva no han generado resultados satisfactorios, tanto así que los productores se limitan a la comercialización del plátano en fresco en finca sin algún manejo poscosecha adecuado. De la producción actual; 30% es plátano extra (más de 550 gramos el dedo), 50% es plátano de primera (entre 400-550 gramos el dedo) y el 20% restante es plátano de segunda y pica (250-400 gramos el dedo) (Steiner & Ramírez, 2019).

La queja recurrente de los productores es el bajo y en ocasiones nulo margen de rentabilidad en la comercialización, pues los intermediarios ofrecen precios bajos por la carga (130 Kg); plátano de primera se comercializa entre 75.000 y 85.000 pesos, plátano de segunda también llamado plátano parejo se comercializa en un promedio de 60.000 pesos (Ciro & Miranda, 2014).

Tabla 1
Área, producción y rendimiento – Departamental

Departamento	ÁREA (Ha)				PRODUCCIÓN (Ton)				RENDIMIENTO (Ton/Ha)			
	2015	2016	2017	2018*	2015	2016	2017	2018*	2015	2016	2017	2018*
Antioquia	57.376	57.376	59.382	58.915	401.799	414.390	449.685	474.860	7,2	7,2	7,5	8,1
Valle	28.982	28.982	32.195	29.156	262.662	260.908	282.693	342.462	9,1	9,2	8,7	9,2
Quindío	26.311	26.311	26.667	26.188	232.962	246.271	249.870	269.482	9,4	9,4	9,4	10,6
Arauca	30.145	30.145	32.226	29.775	428.048	460.089	481.304	584.043	15,2	15,2	14,9	15,6
Córdoba	28.377	28.377	31.153	29.152	224.848	250.122	293.075	304.687	8,4	8,6	8,8	9,4
Caldas	21.634	21.634	23.848	20.858	220.196	244.356	249.647	283.574	10,7	10,5	10,4	10,8
Meta	15.009	15.009	18.922	18.461	256.197	256.197	292.507	350.172	15,7	16,4	15,4	15,7

Otros	234.164	224.164	219.154	227.789	1.390.240	1.776.653	1.936.697	1.707.446	7,5	7,8	8	9,8
TOTAL	419.608	431.998	443.547	440.294	3.416.951	3.908.986	4.235.478	4.316.726	10,8	10,9	10,4	10,7

Nota. Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE- Agronet, citado por Yzquierdo et al., (2018).

Departamento con mayor rendimiento es el departamento del Meta con un rendimiento Promedio 15,7 Ton para el 2018; el departamento con mayor producción de plátano en el país es el departamento de Arauca con 584.043 Ton /Año.

Tabla 2
Área, producción y rendimiento a nivel mundial

PAÍS	REND (Tn/Ha)	PRODUCCIÓN	% AREA	% PROD.
Uganda	5,4	6.890.164	30,1	23,60
Camerún	13,2	6.822.133	5,1	9,70
Ghana	10,8	5.581.745	6,2	9,70
Colombia	10,6	3.908.986	7,3	8,70
Rwanda	8,7	3.786.504	6,8	8,60
Nigeria	6,1	2.665.129	8,2	8,20
Perú	11,3	3.010.391	3,0	5,00
Côte D'Ivoire	3,7	847.705	7,9	4,30
Rep. Dem. Del Congo	4,5	863.156	5,5	3,60
Otros	6,7	6.961.197	19,9	19,50
TOTAL	7,9	42.256.305	100,00	100,00

Nota. Fuente: FAOSTAT datos a 2016, Cálculos: STNM, citado por Yzquierdo et al., (2018).

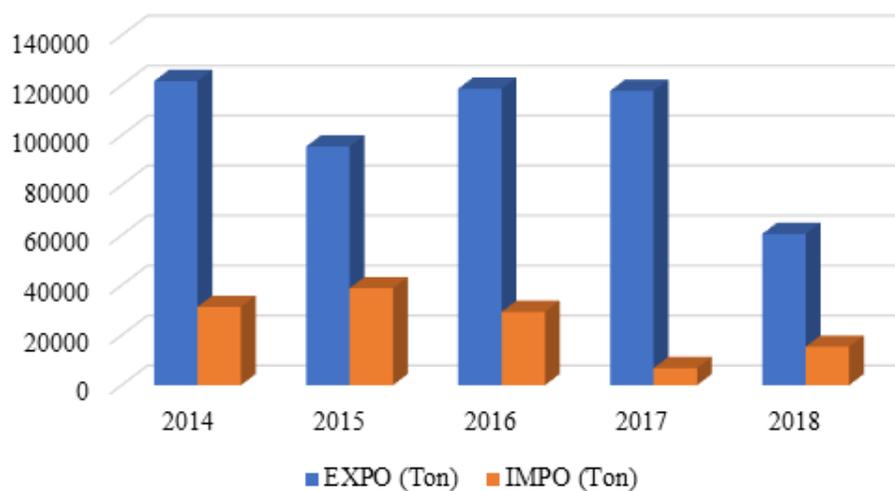
De acuerdo a lo expuesto en la tabla anterior Colombia ocupa el 4 lugar en producción, rendimiento y área sembrada de Plátano a nivel mundial; el país con mayor rendimiento es Perú presentando rendimientos promedio de 11,3Ton/Ha. Actualmente, y de acuerdo con las cifras del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR), Colombia participa con el 8.6 % de la

producción mundial de plátano, y presenta un comportamiento estable, con una tasa de crecimiento anual promedio de 4.1 %, entre 2010 y 2013 (MADR, 2014).

El cultivo de plátano en Colombia es considerado una actividad tradicional de la economía campesina con presencia geográfica significativa y de aporte socioeconómico relevante (MADR, 2014), de allí la importancia de la contribución al mejoramiento del sector productivo y transformador, con opciones de comercialización internacional de baja complejidad, que permita el acceso de pequeños productores.

Surge entonces frente a la crisis agrícola de Colombia, la cual afectó la producción debido a, por lo cual se han suscitado paros a nivel nacional en donde se evidenció que los inconvenientes del área rural colombiana tienen antecedentes, que en la actualidad generan dificultades para los agricultores (Bernal, 1998), así como las políticas nacionales están siendo orientadas a la actitud “exportadora” del país, pero en beneficio de productores con gran capital, no obstante, a pesar de que muchas de las políticas des atractivas del campo, se han emprendido algunas acciones donde se destinan recursos a iniciativas productivas de los campesinos con menor capacidad productiva. El proceso de desarrollo y comercialización de productos requiere del análisis sectorial de los mercados de destino, con el fin de conocer y entender las necesidades y deseos de los consumidores, lo que implica la identificación de las oportunidades de mercado (Grunert et al., 2011). Por ello, en la primera etapa se consideran las variables de tamaño de mercado, mercados destino, tendencias de consumo y perfil general de país.

Figura 2
Exportaciones vs importaciones



Nota. Fuente: Sicex.com, citado por Llerena, M., & Mateus, L. (2020).

Las importaciones en el país hay disminuido en un 392% de 2016 a 2017, esto se evidencia por el alza en el precio dólar lo que impidió a los importadores dar márgenes de rentabilidad y no ingreso al mercado nacional el volumen usual importado desde Ecuador. Colombia compite con Ecuador y Venezuela en el mercado de Estados Unidos y con Costa Rica en el mercado europeo; no obstante, cabe anotar que Ghana y otros países africanos están incursionando en el mercado europeo, aunque su participación es todavía, muy pequeña y no afecta las exportaciones nacionales.

Tabla 3
Clasificación arancelaria del plátano en fresco y producto procesado

Posición Arancelaria	Descripción del producto	Descripción de la partida arancelaria
080310	Plátano fresco o seco	Plátanos frescos o secos

Nota. Fuente: Manual de Clasificación del Sistema Armonizado, citado por Córdoba (2020).

El plátano congelado fue el segundo producto de los seleccionados, con mayores niveles de exportación mundial durante 2013-2017. Representó un crecimiento del 6 % en volumen y del 2% en valor.

Tabla 4

Exportaciones mundiales de plátano en fresco y producto procesado (volumen y valor en miles de dólares)

Descripción producto	Volumen MTn					Valor miles US				
	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
Plátano Fresco	961	889	1.112	1.165	1.278	493	488	578	643	686

Nota. Fuente: Datos de Trademap (2018), citado por Córdoba (2020).

Durante el 2017, Canadá fue el país que registró la mayor exportación mundial con un 10.4 %, mientras que Colombia ocupó el lugar 48 con una participación de 0.1 %. Por su parte, las exportaciones de plátano fresco crecieron un 80 % en volumen, en contraste con el 1 % en valor, durante el periodo analizado. República Dominicana fue el principal país exportador en el año 2017 con un 17.2 %, seguido de Guatemala con un 12.7 %, mientras que Colombia se ubicó en la quinta posición con una participación de 8.8 % (Córdoba, 2020).

Tabla 5

Exportaciones mundiales de plátano en fresco y producto procesado según país de origen

Posición arancelaria	Producto	Exportaciones 2017		
		País de origen	Valor (miles de USD)	Volumen (t)
080310	Plátano fresco y seco	República Dominicana	118.095	143.744
		Guatemala	87.466	236.571
		Ecuador	85.730	158.991
		Filipinas	79.541	251.792
		Colombia	60.809	117.797

Nota. Fuente: Datos de Trademap (2018), citado por Córdoba (2020).

Las exportaciones de harina de plátano durante el mismo periodo aumentaron en un 5 % en millones de dólares y presentaron una disminución en volumen del 2 %. Durante el 2017, España fue el principal exportador con una participación del 21.7 %, seguido de Estados Unidos con 9.2%; Colombia no registró exportaciones de este producto. En las estadísticas de importación, los chips fueron también los más representativos tanto en volumen como en millones de dólares, con un crecimiento de 10% y 5 %, respectivamente. En el 2017, Estados Unidos fue el principal país con una participación de 31.7 %, seguido de Japón con 8.8 %. Colombia se ubicó en la posición 50 con una participación de 0.1 %.

Para el departamento de Arauca la CCI reporta que los municipios que presentaron mayores índices de siembra de plátano para el año 2015 en orden descendentes fueron: Tame (58.7%), Fortul (12.6%), Arauquita (11,9%), Saravena (11.8%), Arauca (3%), Puerto Rondón (1.3%) y Cravo Norte (0.2%). Con unos rendimientos promedios de: 15 Ton/Ha, 16 Ton/Ha, 16 Ton/Ha, 16 Ton/Ha, 15 Ton/Ha, 10 Ton/Ha, y 10 Ton/Ha respectivamente. Sin embargo, de acuerdo con los resultados obtenidos en el Séptimo Hartón de Oro, en los cuales se refleja que para cultivos de plátano semi-tecnificados, se pueden alcanzar rendimientos superiores a 20Ton/Ha en el departamento de Arauca. Lo cual, combinado con el porcentaje de pérdida nacional que es del 12% de las plantas sembradas y teniendo en consideración los precios actuales de las cuatro calidades (muestra COP\$269,23; segunda COP\$423,08; primera COP\$653,84; y extra COP\$923,08) hace del cultivo de plátano un negocio financieramente viable al reportar una TIR=32,56%EA, un VPN=COP\$175.559.794, una relación B/C=2,382 y un DPB=1 año; para un periodo productivo de seis años con una inversión inicial de COP\$127.072.821 y un cultivo constante de 20000 plantas (Diaz & Calvete, 2019). De acuerdo a lo expuesto, es de resaltar que la investigación nace como iniciativa de la investigadora, la cual

es propietaria de la Comercializadora D&J Agrícola del Llano SAS., con la cual busca promover la producción de la región para contribuir a los cultivadores, y conjuntamente hacer crecer su emprendimiento y mejorar la experiencia empírica con los conocimientos adquiridos en la presente maestría.

Delimitación

El Objeto de estudio Investigación consiste en el proceso de exportación del plátano, proyecto que se realizará en un periodo de dos años, donde se llevará a cabo para el año 2021 en el segundo periodo. El Lugar para desarrollar el presente proyecto será el departamento de Arauca, municipio de Tame, Vereda Alto Cauca.

Descripción del Problema

Un plan exportador se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo y desarrollo de una organización. Plan exportador se basa en la exportación del plátano hacia nuevos mercados, esta idea nace debido a la alta calidad de producción en el Alto Cauca-Arauca; estos productos se están considerando sustitutos de algunas comidas ya que tiene gran fuente de nutrientes y pueden ser consumidos en todo momento. La producción del plátano se da durante el año, por lo que se podrá mantener el mismo volumen de exportación y lograr ser competitivos en el mercado internacional.

El problema se basa en la realización de un plan exportador del plátano para la producción y comercialización de este dónde se llevará a cabo en la vereda Alto Cauca del departamento de Arauca, siendo necesarios tener conocimientos de nuevos mercados a exportar.

Formulación del Problema de Investigación

¿Cuáles son las etapas de un plan exportador para comercializar el plátano del sector Alto Cauca del Departamento de Arauca para la Comercializadora D&J Agrícola del Llano SAS?

Objetivos

Objetivo General

Diseñar plan exportador para comercializar el plátano del sector Alto Cauca del Departamento de Arauca para la Comercializadora D&J Agrícola del Llano SAS.

Objetivos Específicos

- Determinar la capacidad de producción de plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca.
- Identificar mercado potencial para el plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca para la empresa comercializadora D&J Agrícola del Llano SAS.
- Definir el proceso de Logística de Distribución Física Internacional del plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca para la empresa comercializadora D&J Agrícola del Llano SAS.

Justificación

El Comercio Internacional a nivel mundial es muy importante ya que ayuda al desarrollo económico de los países con el intercambio de bienes y servicios que se brindan entre sí motivo por el cual siempre se requiere nuevas técnicas para su implementación. La producción del plátano de exportación es muy reducida, debido a que la mayoría de los dueños de fincas desconocen las ventajas de exportar y procedimientos que ayuden a oportunidades comerciales en otros países. Por tal motivo su producción es destinada exclusivamente al consumo departamental o nacional. La exportación del plátano es una oportunidad clara para el avance del departamento de Arauca y principalmente una opción para incrementar los ingresos de los agricultores dedicados a la siembra de este cultivo.

El plan de exportación de plátano a nuevos mercados contribuye que se gane posicionamiento en el mercado de origen como en el mercado de llegada del producto. Con este proyecto de tesis se obtendrá un mayor acceso a la comercialización extranjera por medio de diferentes herramientas para empezar agregar valor a sus productos, ofreciendo una propuesta de exportación y expansión a nuevas rutas de mercados.

La principal intención de esta investigación es mejorar el crecimiento económico del país, y a su vez, permitir que los campesinos puedan mejorar sus condiciones de vida, al presentar una oferta para el aumento de su producción de plátano, cumpliendo así con el octavo objetivo de la nueva agenda global, el cual considera que al elevar la productividad del sector agrícola, se alcanzaría a mejorar cada día los procesos, y de igual modo, llegar al punto de diversificarse y emplear técnicas y métodos vinculados con la tecnología; ya que la mayoría de las actividades

del gremio, tienen un valor agregado por su principal factor, que es el humano, por medio de la mano de obra, en los procesos de preparación de la tierra, siembra y cosecha (ONU, 2015).

Es importante destacar, en la época actual de pandemia, el campo ha presentado mayores oportunidades, debido a que, fue uno de los sectores que no se paralizó, sino, por el contrario, presentó mayor demanda. En donde los trabajadores expusieron sus vidas, para hacer llegar los alimentos a todos los hogares del país, y mantener la economía de este, a través de las exportaciones. Coadyuvando, en la disminución de pobreza, la tasa de desempleo, y rompiendo barreras, para las mujeres campesinas, al tener un empleo digno, incluso, la juventud y las personas con incapacidad, teniendo presente, que reciben la misma retribución por su labor.

Esta ha sido una estrategia, que ha garantizado el acceso a los alimentos, y la sostenibilidad ambiental, permitiendo que lo consumido, contribuya con el ambiente, presentándose de este modo el doceavo objetivo de desarrollo sostenible, optimizando de esta manera los estándares de vida de la población en general. Siendo competitivos en el mercado debido al crear una conciencia de cambios de hábitos alimenticios, buscando lo mejor para su salud, al consumir productos saludables y de calidad.

Evitando la contaminación al ambiente, al manejar procesos eficientes, en la siembra y cosecha, disminuyendo al máximo, el desperdicio de agua, y otros elementos, siendo producidos de modo natural, sin aditivos químicos. Haciendo que esta producción sea aprovechada al ser exportada a países europeos o norteamericano, eliminando la posibilidad de desperdicios al no tener una opción para la venta o comercialización de su producción, fortaleciendo la capacidad de innovación, a medida que surgen mayores necesidades de los consumidores (ONU, 2015).

Elemento Innovador

Con este proyecto de investigación el componente innovador consiste en eliminar la cadena de distribución (producto inicial- producto final). El cual es fundamental a la hora de la venta del plátano de la empresa comercializadora D&J Agrícola del Llano SAS dado que los dueños de fincas o campesinos vende su plátano al buen postor y no se están llevando una buena utilidad del plátano.

La exportación del plátano es una oportunidad clara para el avance del departamento de Arauca y principalmente una opción para incrementar los ingresos de los agricultores dedicados a la siembra de este cultivo.

Capítulo II. Marco Referencial

Antecedentes

Tabla 6

Matriz de antecedentes de investigación

Título de la Investigación	Autor	Ciudad - País	Año
Propuesta de exportación de snack de plátano verde al mercado de Buenos Aires, Argentina	Quezada Mazzini, P., & Rodríguez Asqui, K.	Guayaquil - Ecuador	2018
Plan de negocios para la exportación de chips de plátano verde a Asunción-Paraguay	Uribe Velalcázar, L.	Quito - Ecuador	2020
Propuesta comercial de negociación colaborativa justa para productores y exportadores de plátano, caso El Carmen	Montoya Villaroel, A.	Guayaquil - Ecuador	2019
Análisis de la posición comercial de las exportaciones del plátano frito en los mercados europeos	Ortiz Ledesma, S., & Vaca Mora, K.	Guayaquil - Ecuador	2019
Plan de negocios para la producción y exportación de mermelada orgánica de banano con chía hacia Chile	Macías, J., & Joanne, D.	Guayaquil - Ecuador	2019
Plan de negocios para la exportación de banano orgánico peruano de una empresa familiar a Estados Unidos y Corea: propuesta de expansión de 80 hectáreas de terreno agrícola en Piura.	Barrenechea García, L., Castillo Ghiotto, G., Herrera Lazarte, D. M., & Wong Chía, F.	Piura - Perú	2017
Monografía: Plan de Exportación de Harina de Plátano Verde.	Almanza Guzmán, A.	Cochabamba, Bolivia	2019
Plan de Negocios para la Producción y Exportación de Snack de Plátano Orgánico con Aceite de Coco hacia Estados Unidos	Vera, I.	Guayaquil - Ecuador	2019
Plan de Negocio Internacional para la elaboración y exportación de platos orgánicos a Países Bajos	Ramos Ramírez, J.	Guayaquil, Ecuador	2019
Perfil económico del aguacate de Guatemala y su potencial de exportación para los mercados de el salvador y hondura	Monzón Martínez, Z	Guatemala - Guatemala	2019
Plan de negocio: Solución tecnológica Cafésmell para hacer conexión entre caficultor y comprador de café.	Sogamoso Moreno, N.	Bogotá - Colombia	2021
Aproximación a un plan de negocios para la exportación de uchuva colombiana a Canadá	Cañas Restrepo, J.	Bogotá - Colombia	2020

Estudio de caso sobre la admisibilidad del aguacate Hass colombiano en el mercado estadounidense: oportunidades en el Este de Asia.	Vásquez, J., López, C., & Aranguren, M.	Medellín - Colombia	2019
Propuesta de un plan de gestión empresarial para la Asociación Hortifrutícola de Colombia, basado en un modelo estratégico y ambiental.	Beltrán Tejada, M.	Bogotá - Colombia	2018
Estudio de las condiciones de créditos para los pequeños productores agropecuarios en el sector financiero privado de Colombia	Montaña Puerto, J., & Holguin Carrillo, I.	Bogotá - Colombia	2018
Análisis de viabilidad y la conveniencia de la selección e implementación de un Esquema Asociativo Territorial tipo Área metropolitana o provincia para la zona central del Urabá antioqueño	Barzola Escobar, M., Mena Mena, E., & Zabala Castro, J.	Medellín - Colombia	2018
Diversificación de productos agroindustriales colombianos para exportación: Caso plátano.	Arizabaleta, C., & Giraldo, A.	Bogotá - Colombia	2018
Caracterización del modelo de negocio del plátano en organizaciones de pequeños productores para el departamento de Córdoba, Colombia.	Pabón Pedraza, R.	Bogotá - Colombia	2017
Complejización económica del sur del Tolima: Una propuesta desde la agricultura y la economía creativa.	Hernández Varón, S	Bogotá - Colombia	2020
Plan exportador empresa Fitnut SAS	Garavito Hortúa, Ó.	Medellín - Colombia	2020
Formulación de estrategias para mejorar la competitividad de las empresas que intervienen en el sector de molinería de arroz del departamento de Norte de Santander.	Durán Barrera, D.	Cúcuta – Norte de Santander	2020
Plan de negocios para la creación de la empresa “Alvort” en el municipio de Tibú Norte de Santander	Alviz Aguas, D.	Tibú Norte de Santander	2021
El Cacao de Norte de Santander: Producto con potencial de exportación.	Medina Pulido, K., Rivera Álvarez, D., & Acevedo Rincón, L.	Cúcuta – Norte de Santander	2018
Diseño de un modelo de negocio para la comercialización del Anamú en Cúcuta, Norte de Santander.	Ibarra Castellanos, E., & Rojas Hernández, A.	Cúcuta – Norte de Santander	2021
Oportunidades de negocios del mercado de frutas exóticas de Norte de Santander para los Emiratos Árabes Unidos.	Medina, A., Villamizar, D., Chacón, D., & Arenas, N.	Cúcuta – Norte de Santander	2019

Nota. Fuente: Elaboración propia, basada en autores

Antecedentes Internacionales

Quezada, & Rodríguez (2018). Propuesta de exportación de snack de plátano verde al mercado de Buenos Aires, Argentina

La presente investigación tuvo como objetivo la demostración de la viabilidad de una propuesta de exportación de snack de plátano verde ecuatoriano encaminado al mercado de Buenos Aires, se empleó una metodología inductiva deductiva, y como instrumento se aplicó una entrevista y encuesta a expertos; lo cual dio como resultado es una gran idea de negocio y oportunidad para expandirse al mercado extranjero, aprovechando la presencia del snack de plátano verde en Argentina para luego a través de las negociaciones con productores ecuatorianos, ofertar un producto de exportación, asegurándose que cubra todas las condiciones descritas en las necesidades de los compradores. Se concluyó que la internacionalización del snack de plátano tiene gran viabilidad, debido a la ventaja significativa que tiene este producto y los tratados internacionales entre ambos países (Quezada & Rodríguez, 2018)

Este estudio permite ver la importancia del análisis de mercado, para tener conocimiento general del país de destino, primacía de tratados de comercio y relaciones comerciales, hábitos y costumbres alimenticias, y de negociación con el fin de crear estrategias para mejorar la producción, y darse a conocer en mercados internacionales.

Uribe (2020). Plan de negocios para la exportación de chips de plátano verde a Asunción-Paraguay. Quito, Ecuador

El presente plan de negocios tuvo como objetivo principal el diseño de un plan de negocios para la exportación de chips de plátano verde a Asunción-Paraguay durante los próximos 5 años, aplicando técnicas de ingeniería en negocios internacionales. Empleo una

metodología cualitativa, debido a que se estudió la competitividad del producto en Paraguay, como instrumento funcional, bajo estándares de calidad altos. Lo cual arrojó como resultados que esta estrategia permite la atracción de clientes particulares, entre los cuales se encuentran grandes distribuidores, llegando con un precio justo pero competitivo, concluyéndose que la evaluación de factibilidad del mismo fue positiva resaltando las fortalezas y oportunidades, a pesar de la inexperiencia en otros países (Uribe, 2020).

Esta investigación contribuye con técnicas y estrategias de marketing para tener presentes en los puntos de mayor relevancia en el estudio de mercado, el cual es el precio, como otras características del producto, haciéndolo llamativo, lo que permite impulsar una empresa que inicia en el área del comercio exterior.

Montoya (2019). Propuesta comercial de negociación colaborativa justa para productores y exportadores de plátano, caso El Carmen. Guayaquil, Ecuador.

El objetivo principal de la investigación fue la creación de una propuesta comercial para establecer contratos en compra anual por caja de plátano barraganete con productores del Cantón El Carmen - Manabí, efectuando una negociación colaborativa. Se utilizó una metodología inductiva, lo cual implicó un análisis de los indicios de una hipótesis o suceso y lógicamente hacer énfasis de lo general a lo preciso, siendo a la vez exploratoria debido a que efectuó un conversatorio con productores de plátano, resididos en la provincia de Manabí, cantón El Carmen, Parroquia El Carmen (cabecera cantonal) por medio de la observación y la entrevista. Lo cual dio como consecuencia que los bienes para el comerciante es el liderazgo para conseguir alianzas en la distribución del producto, y con proveedores de la materia prima a un precio moderado, mejorando su capacidad ante la competencia, y acrecentando su capacidad de

marketing en el exterior, mientras que los beneficios para el productor son el pago del importe oficial de la caja de plátano barraganete. Se pudo concluir que esta propuesta permite ampliar la capacidad de venta en el mercado internacional al realizarse negociaciones con una buena participación de la fabricación, mientras que los productores recogerían sugerencia de métodos y transformación para optimizar las cualidades del producto (Montoya, 2019).

Esto permite ver que las alianzas comerciales ayudan al fortalecimiento de las partes involucradas, ya que a medida que una aumenta su producción, la otra mejora su competencia al lograr ofrecer productos de buena calidad a precios más bajos, reduciendo las fluctuaciones de precios del mercado por la oferta y la demanda.

Ortiz & Vaca (2019). Análisis de la posición comercial de las exportaciones del plátano frito en los mercados europeos. Guayaquil- Ecuador

La presente tesis tuvo como objetivo la determinación del comportamiento de los consumidores de plátano frito aprovechando el consumo de los europeos, y de este modo tomar decisiones correctas para implementar en los perfeccionamientos del producto y como consecuencia se distinguirá la aprobación de los consumidores en mercados internacionales. Se llevo a cabo mediante una metodología mixta, por medio de la revisión bibliográfica, entrevista y encuesta, con una muestra definida análoga a la zona del Guayas a 68 negocios; dando como resultado la determinación del producto de plátano Frito que tiene el mercado de modo propicio para irrumpir en los naciones occidentales estribando de la eficacia de métodos de producción de los bienes efectuando con los estándares internacionales, concluyendo que como consecuencia de esto, es una oportunidad significativa para la exportación de plátano frito con

las debidas certificaciones para el fundamento de calidad de alimentos y alianzas comerciales (Ortiz & Vaca, 2019).

La investigación deja como aporte que la exportación de plátano a diversos mercados internacionales progresa rápidamente a las permutas y conciliaciones que se dan en la globalización influenciada por progresos científicos, la dinámica del incremento del consumismo, que permite el aumento de la demanda y diversificación de productos.

Macías & Joanne (2019). Plan de negocios para la producción y exportación de mermelada orgánica de banano con chía hacia Chile. Guayaquil – Ecuador

El presente estudio tuvo como objetivo principal el plan de negocios para producir y exportar la mermelada orgánica del banano mezclada con chía desde Ecuador hacia Chile, con un método cualitativo, por medio de la investigación documental, lo cual dio como resultados que el plátano es un producto muy apetecido en el mercado chileno, el cual es consumido como postre, almuerzo, fuente de vitaminas en los alimentos para bebés, y que su producción está sujeta a normas y certificaciones, para garantizar la calidad, fertilidad de suelos garantizando su consumo humano. Se concluye que la tendencia de consumo se dirige a personas que buscan o mantienen un estilo de vida saludable, y consumidores de productos orgánicos, sin aditivos químicos (Macías & Joanne, 2019).

Esta investigación simboliza el beneficio de este producto es característico ya que contribuye a buenos hábitos alimenticios, generando su mayor producción, y expansión a mercados internacionales, el cual es necesario estudiar para conocer las necesidades en estos países donde no es producido, dando un valor agregado con otras industrias que pueden diversificarlo en otras presentaciones.

Barrenechea et al., (2017). Plan de negocios para la exportación de banano orgánico peruano de una empresa familiar a Estados Unidos y Corea: Propuesta de expansión de 80 hectáreas de terreno agrícola en Piura.

El objetivo de la actual tesis fue la evaluación de la posibilidad productiva, operante y financiera para el plan de negocio que pertenece al cultivo de 80 hectáreas de plátano de exportación, en el departamento de Piura para la compañía CORAGRO SAC. Utilizó una metodología descriptiva, documental, en la cual investigó los beneficios del consumo y cultura de los países de destino; dando como resultado que son mercados potenciales, y que los más apropiados fueron los mercados de Estados Unidos y Corea, debido a que, el desarrollo inmutable de la petición de este fruto, declarado por el mayor beneficio en el consumo de alimentos orgánicos, concluyendo que así como la correspondencia que mantiene la compañía con empresas comercializadoras transnacionales que poseen como primordial comprador al mercado de Estados Unidos y una intervención reveladora en el país Asiático (Barrenechea et al., 2017).

Esta investigación es de gran aporte ya que permite ver la gran amplitud y demanda del plátano en Norteamérica y países asiáticos, donde es rentable su exportación, y confirma que mantienen hábitos de consumo sanos, orientando el interés por su participación tan significativa en el mercado internacional.

Almanza (2019). Monografía: Plan de Exportación de Harina de Plátano Verde. Cochabamba. Bolivia

La presente investigación se realizó con el fin diseñar un plan de exportación de la harina de plátano verde hacia el mercado de Brasil, como una nueva opción de consumo sano. Por

medio de una metodología mixta, tomando datos a través de una matriz de evaluación, que destacaron los factores más relevantes del mercado de destino y la capacidad de producción para su demanda; dando como resultado ser la demanda del producto según la capacidad productiva de la compañía, los convenios de internacionales, la ubicación geográfica, hacia factible la exportación del producto, por lo tanto se creó la por medio del marketing mix, una marca “PLAVERD” para el producto y todo lo relacionado con su presentación, publicación en redes sociales, haciendo que sea un producto y marca reconocida. Por lo tanto, se concluye que el presupuesto y costos de producción y exportación son viables para la realización de la negociación (Almanza, 2019).

Este proyecto se considera importante para la presente investigación debido que, su plan busca un crecimiento orgánico tanto del producto, como la marca, permitiendo a la compañía un posicionamiento a nivel nacional e internacional, debido al alcanza del nuevo marketing digital, estudiando a fondo los costos y utilidades que se puede obtener de una exportación, para dar mayor fiabilidad al plan que se proponga.

Vera, (2019). Plan de Negocios para la Producción y Exportación de Snack de Plátano Orgánico con Aceite de Coco hacia Estados Unidos (Master's thesis, Universidad Casa Grande. Departamento de Posgrado). Guayaquil- Ecuador

Este plan de negocios tuvo como finalidad estudiar la factibilidad de la producción y exportación de snacks de plátano combinado con aceite de coco para ser comercializado en Estados Unidos, la metodología empleada fue cuantitativa, por medio de estudio de costos, presupuestos. Lo cual dio como resultado que este producto tiene un amplio mercado mundial donde este fruto es bien admitido debido a sus peculiaridades en componente nutricional, siendo

de una materia prima de calidad, concluyendo que se realiza bajo normas y modelos estandarizados, conjuntamente, cuenta con certificación internacional, como requisito indispensable para la exportación del producto y por ofrecer un importe adherido (Vera, 2019).

En una exportación es importante la realización de estudios específicos para lograr un aprovechamiento de la solicitud del producto en otros mercados, en donde vaya bajo una mejora continua en sus procesos y transformación de nuevas expectativas, sabores, cambio de imagen, y productos con campañas exclusivas, para crear un atractivo al cliente.

Ramos (2019). Plan de Negocio Internacional para la elaboración y exportación de platos orgánicos a Países Bajos. Guayaquil, Ecuador

El presente trabajo tuvo como propósito dar a conocer un plan de negocios para la exportación de platos biodegradables fabricados a partir de hojas de banano, hacia Amsterdam, Países Bajos, en donde emplearon una metodología cualitativa y cuantitativa, por la novedad del producto, permitiéndole diferenciarse con los demás al ser amigable con el ambiente y cumplir con los valores económicos de factibilidad económica; y se obtuvo como resultado que no genera una huella ecológica dañina, por el contrario fortalece e incentiva el aprovechamiento de los desperdicios del plátano para producir un subproducto; concluyendo que el ser estudio la comercialización y exportación del mismo, por medio de una página web de gran renombre como es Amazon, lo que le da un prestigio y mayor aval de calidad y responsabilidad en toda la cadena productiva (Ramos, 2019).

Investigaciones como estas son de gran complemento debido que ayudan a ir más allá de los métodos tradicionales, y utilización básica de las materias primas, expandiendo ideas y mercados, como producto sustituto a lo comúnmente empleado, y adicional a esto con un estudio

de precios y costos que están al alcance y nivel que lo tradicional, siendo de esta manera una competencia sana, y más cuando se trata del mercado mundial, donde cada país resguarda su producción nacional.

Monzón (2019) Perfil económico del aguacate de Guatemala y su potencial de exportación para los mercados de el salvador y hondura (maestría en artes en comercio internacional de productos agrícolas; Universidad de San Carlos de Guatemala) Guatemala

La tesina fue fundamentada en la exploración de mercados a nivel exploratorio, empleando una base de datos de posibles clientes a nivel mundial de productos agrícolas, visitando y entrevistando a los fabricantes de la región, con el propósito de tener una indagación que sirviera como instrumento a productores, alumnos, capitalistas para la decisión de participar en el proyecto de aguacate y su comercialización con fines a la exportación; lo cual dio como resultado que este proyecto genera beneficios socioeconómicos para el país como la generación de empleo, mejora en el ingreso de divisas, aumento de las exportaciones, y prestigio a la nación por ser productores agrícolas. Así mismo, se pudo concluir que, es factible, y se puede establecer una buena producción que suministre la demanda nacional e internacional de este fruto tan apetecido, manejando una logística idónea con sus respectivos canales de comercialización hasta llegar al consumidor final (Monzón, 2019)

Esta tesis es de gran aporte para la presente investigación debido que, permite ver ejemplos con otros productos agrícolas que han tenido gran éxito para al ser exportados a mercados internacionales, y empleando técnicas de recolección de información significativas en donde el investigador se involucra en el proceso para aprender y tener mejores expectativas del negocio.

Antecedentes Nacionales

Sogamoso (2021). Plan de negocio: Solución tecnológica Cafés mell para hacer conexión entre caficultor y comprador de café (Maestría en Gerencia de Sistemas de Información y Proyectos Tecnológicos-Virtual). Bogotá - Colombia

Este plan de negocios tuvo como objetivo principal crear una empresa que brinde una solución tecnológica para una problemática identificada en el sector caficultor, ya que se deja pasar la oportunidad de expandirse a mercados internacionales, donde puedan hacer contactos externos para exportar o vender directamente su café a mayor precio. Se empleó una metodología cualitativa por medio del *Lean Startup*; la cual permite tener una orientación sistemática de los elementos claves del modelo de negocio de una modo eficaz y productivo. Obteniendo como resultado la identificación del inconveniente primordial por medio del prototipo del caficultor de Ortega Tolima, y generando una propuesta de valor de CafeSmell. Concluyendo que la idea de negocio se desarrolló con la intención de facultar, guiar, persistir y ofrecer una solución al conjunto de técnicas al caficultor, para que pueda participar activamente en el mercado, y potencializar la exportación (Sogamoso, 2021).

Esta investigación es de gran aporte, ya que permite visualizar, que se puede dar inicio a la exportación aun siendo pequeño productor o comercialización, siempre que se organice y realice una estrategia para aumentar sus ventas, siendo rentable.

Cañas (2020). Aproximación a un plan de negocios para la exportación de uchuva colombiana a Canadá (Bachelor's thesis, Fundación Universidad de América). Bogotá – Colombia

El presente proyecto tuvo como fin identificar un plan de negocios para la exportación de uchuva con destino a Canadá; se utilizó una metodología descriptiva, exploratoria y cualitativa, en el cual requería para el diseño de la creación de una compañía dispuesta a la exportación de uchuva. Luego de consultar diferentes fuentes teóricas permitieron tener como resultados, la realización del plan de negocios con mecanismos técnicos y logísticos para el proceso de exportación hacia Canadá, fundamentado en información y parámetros dispuestos por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN y de la Cámara de Comercio en la inscripción de la empresa, adquiriendo información de gran valor que contribuyó a obtener un proceso logístico más práctico en cuanto a los favoritismos de los canadienses. Se pudo concluir que, un plan de negocios es fundamental para la producción y exportación de los productos a mercados extranjeros (Cañas, 2020).

Este proyecto es de contribución para la investigación, ya que hacen énfasis en hacer un estudio detallado de la empresa, alianzas comerciales, y capacidad de producción, para evitar inconvenientes en el momento de solicitarse un pedido, poder suplir evitando inconvenientes, y, por el contrario, aprovechar oportunidades de expansión.

Vásquez, et al. (2019). Estudio de caso sobre la admisibilidad del aguacate Hass colombiano en el mercado estadounidense: Oportunidades en el Este de Asia. Online Journal Mundo Asia Pacifico. Medellín -Colombia

La presente publicación es un caso expuesto de modo conciso, donde tuvo como objetivo estudiar la admisibilidad del aguacate Hass colombiano en Estados Unidos y posibles oportunidades en el Este Oriental; por medio de la metodología cualitativa, se estudiaron sucesos, contextos y participantes; dando como resultado que en la entrada oficial del aguacate

Hass colombiano al mercado estadounidense, donde se presentaron grandes retos para el cumplimiento de las exigencias del mercado norteamericano, para la admisión de importación en su territorio; se concluyó que, si se pueden abrir nuevas oportunidades de negocio, mejorando la economía personal y del país, al introducir mayor inversión extranjera y nuevas alianzas productivas; para dinamizar el agrícola (Vásquez et al., 2019).

Este estudio es de gran aporte, por cuanto, permite ver la importancia de tener varias expectativas y conocer la competencia a nivel internacional, estudiando su funcionamiento de trabajo, cultura y métodos de producción, para jugar un papel importante en mercados externos.

Beltrán (2018). Propuesta de un plan de gestión empresarial para la Asociación Hortifrutícola de Colombia, basado en un modelo estratégico y ambiental. Bogotá – Colombia

La presente investigación tuvo como fin la formulación de una propuesta para un plan de gestión empresarial para la Asociación Hortifrutícola de Colombia, fundado en un guía de gestión estratégica y ambiental para el aumento del nivel de competitividad; empleando una metodología de investigación de tipo exploratorio descriptivo según lo expuesto por Sampieri, por medio de la revisión bibliográfica de informes y documentación referente al proceder de la asociación. Dio como resultado que, al interpretar y analizar la información existente y comparativa de las técnicas internas, podían llegar a impactar el mercado mundial, determinando los objetivos importantes partiendo de tres cimientos esenciales en el área económica, social y ambiental; llegando a articularse estos ejes con la rentabilidad, sostenibilidad y crecimiento, y generando objetivos que despliegan estrategias haciendo seguimiento para alcanzar las metas en tiempos establecidos. Se pudo concluir que, de acuerdo a este modelo de sostenibilidad presentado de modo gráfico y sencillo la Asociación Hortifrutícola de Colombia ve su

direccionamiento estratégico y como este se localiza parametrizado por aspectos intrínsecos y externamente del mercado internacional (Beltrán, 2018).

Es importante destacar que la asociación mencionada, es una de las principales del país que contribuye a la promoción de la exportación de los bienes agrícolas, dando una oportunidad de negocio a los productores de manera inclusiva, para darlos a conocer en otros países, creando una cultura de sostenibilidad, capacitación para la mejora de las técnicas y habilidades para negociar, lo cual es importante tener presente al realizar un plan de negocios.

Montaña & Holguin (2018). Estudio de las condiciones de créditos para los pequeños productores agropecuarios en el sector financiero privado de Colombia (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario). Bogotá - Colombia

La presente investigación se realizó con el fin de analizar detalladamente en el marco teórico exponiendo la insuficiencia que presentan los pequeños productores, para lograr estimularlos; esto se llevó a cabo a través de metodología de investigación de modo descriptivo exponiendo el contexto a la que está presentando en el sector agrario en materia de fuentes de financiamiento en Colombia. Dando como resultado que el gobierno nacional ha ofrecido los fondos a través de los créditos encaminados al sector agrícola y así consigan grandes avances en la producción de productos que sean para el consumo nacional y también para la exportación. Concluyendo que es elemental la creación de estrategias que estimuladoras para los pequeños productores quienes son parte primordial del sector rural (Montaña & Holguín, 2018).

La importancia de este documento es que resalta la importancia en Colombia de los productos que exporta, donde se pueden ir diversificando y desarrollando de este modo la economía sostenible, al cambiar y mejorar los hábitos alimenticios de la población mundial, para

aprovechar al máximo los beneficios de las tierras del país, al cultivar productos de calidad excelente.

Barzola et al., (2018). Análisis de viabilidad y la conveniencia de la selección e implementación de un Esquema Asociativo Territorial tipo Área metropolitana o provincia para la zona central del Urabá antioqueño (Doctoral dissertation, Universidad EAFIT). Medellín - Colombia

Este artículo estudia la posibilidad y provecho de la elección y ejecución de una guía institucional para aplicar en el eje bananero de Urabá, con la perspectiva de enfrentar los nuevos retos organizacionales, de desarrollo y planificación regional. Para esto se fundó en una metodología de tipo cualitativa; los métodos de recolección utilizados fueron entrevistas semiestructuradas. Los resultados exponen la presumida falta de decisión política de los participantes implicados y la falta de seguridad jurídica que puede poseer hoy la realización de Jurisdicciones Productoras y de Planeación en el Departamento de Antioquia, sin excluir sus posiciones a la hora de creación, mediación de conflicto y facilidad de ejecución para los tomadores de disposiciones, y en respeto a la semejanza de los objetos y puestos que logran desenvolver, para el eje bananero de la región. Concluyendo que este producto es de gran calidad para su exportación, debido a la alta demanda de mercados con el estadounidense, siendo una gran oportunidad de negocio (Barzola et al, 2018).

Las exportaciones de productos agrícolas permiten mejorar la implementación de planes de negocios, para conocer las fortalezas, técnicas de producción, barreras comerciales o de regulación, destreza para la implementación y adaptación a nuevos métodos, conocer la competencia y productos sustitutos, y precios para ser competitivos en otras naciones.

Arizabaleta & Giraldo (2018). Diversificación de productos agroindustriales colombianos para exportación: Caso plátano. Bogotá - Colombia

El principal objetivo de este estudio fue analizar la diversificación de productos agroindustriales en las diferentes transformaciones que se puede dar al plátano con la idea de crear un portafolio de productos. Utilizando una metodología cualitativa, buscar por medio de la revisión bibliográfica representaciones y variedades que se pueden realizar con este producto. Dando como resultado que las exportaciones en Colombia se han especializado por mucho tiempo debido a la materia prima que es de gran calidad, las particularidades territoriales, la diversidad de flora y fauna que logra dar como resultado, lo irrefutable que es enviar al extranjero materia prima, por lo cual lo ideal sería ofrecer un producto terminado que dé mayor valor agregado a las exportaciones colombianas, al mostrarse en diversas presentaciones. Se concluyó que, si es posible realizar estos cambios en la diversificación, siempre que se cuenta con la mano de obra calificada y la tecnología para los subproductos (Arizabaleta & Giraldo, 2018).

En todo plan de negocios, es importante medir los factores que pueden influir en la cadena de valor del producto, por tanto, esta investigación es de gran aporte debido a que hace énfasis en los fundamentos que se deben tener presente para mejorar las técnicas y análisis de emprendimiento al dar a conocer un producto mejor procesado, que puede generar mayor impacto e ingresos para los productores y exportadores.

Pabón (2017). Caracterización del modelo de negocio del plátano en organizaciones de pequeños productores para el departamento de Córdoba, Colombia. Bogotá - Colombia

Este documento tuvo como finalidad la caracterización del modelo de negocio del plátano de las organizaciones de pequeños productores, en el Departamento de Córdoba, Colombia y así, conocer las dificultades del proceso de comercialización y exportación. Para lo expuesto, se partió de una metodología mixta que observa el estudio de fuentes primarias, por medio de la recolección de datos concedidos por una encuesta y de fuentes secundarias, aportadas por otras investigaciones; con la cual se consiguió conocer la estructura de la dificultad, se realizó a través de la gestión de las distribuciones de pequeños productores de plátano del Departamento de Córdoba, ya que el cultivo del plátano tiene un gran potencial de producción y financiero por las situaciones presentes de los compradores y el ambiente climático de la zona de producción. Se concluye que, a pesar de estas preeminencias, este sector agrícola ha registrado poco incremento en su representación en otras naciones, a causa de la falta de intervención institucional y poca promoción de los pequeños productores (Pabón, 2017)

Lo expuesto incentiva a promover la exportación del plátano como un modelo de negocio, lo que coincide con la investigación en proceso, ya que la intención es organizar con un grupo de pequeños productores, para comprarles la materia prima, y por medio de la empresa creada realizar la exportación del producto, lo cual es un negocio rentable para todos los participantes.

Hernández (2020). Complejización económica del sur del Tolima: Una propuesta desde la agricultura y la economía creativa. Universidad Jorge Tadeo Lozano, maestría en Comercio Internacional. Bogotá - Colombia

El propósito de esta investigación fue analizar cómo la inscripción de la economía creativa dentro de la actividad agrícola en el sur del Tolima puede crear nuevos instrumentales

para fortificar la capacidad e internacionalización de la región. Se empleó una metodología descriptiva, cualitativa, por medio de fuentes secundarias. Arrojando como resultado información valiosa donde el sur del Tolima es un territorio en el cual gran parte de su población es rural, se dedican especialmente en la agronomía con el cultivo, para la exportación de café y cacao y, se halla ubicado en áreas geográficas ricas de multiplicidad natural. Se concluye que el cambio de modelo de desarrollo de la región implica una transformación de la organización productora, para ser más completa y sofisticada (Hernández, 2020).

Este documento expone las virtudes del agro colombiano, donde se puede explotar una mayor diversificación de productos y subproductos agrícolas, para brindar mayores oportunidades, haciendo que el desarrollo rural se fomente en las regiones del país, con una visión de exportación, generando empleo y teniendo una economía próspera del país.

Garavito (2020). Plan exportador empresa Fitnut SAS (Doctoral dissertation, Universidad EAFIT). Medellín – Colombia

El presente contenido tuvo como propósito realizar un análisis de los contextos presentes de la empresa FitNut S. A. S., empleando una metodología cualitativa, por medio de entrevistas con su propietario y de consejos de la encuesta actual del ejercicio corporativo, así como también se revisan algunas fuentes primarias y secundarias, diferentes bases de datos y fuentes gubernamentales, como el Ministerio de Comercio (Mincit). Arrojando como resultado que los procesos productivos, comerciales y de mercadeo con mayor potencial para la exportación del producto agrícola, permitirá seleccionar el mercado imparcial que simbolice la mejor elección para la compañía. Por último, se estudió el fruto en el mercado objetivo a través del estudio de aranceles, barreras comerciales, conociendo la competencia, los procesos logísticos de

exportación y la intermediación al coste y precio, para posteriormente diseñar la estrategia a partir de un estudio DOFA que permitirá contar con las operaciones claves y representaciones para la ejecución de un plan exportador (Garavito, 2020).

Esta tesis da como aporte, que es importante conocer los requerimientos tanto para la producción, creación de empresa de comercialización ante las entidades colombianas, y todo el proceso de distribución física internacional que conlleva el proceso de exportación, para tener mayor soporte y contar con la documentación adecuada, para llevar a cabo el plan exportador.

Antecedentes Locales

Durán (2020). Formulación de estrategias para mejorar la competitividad de las empresas que intervienen en el sector de molinería de arroz del departamento de Norte de Santander. Universidad Libre de Cúcuta.

El presente trabajo de grado residió en exponer habilidades para optimizar la capacidad de las empresas que entran en el sector de molinería de arroz del departamento de Norte de Santander; se utilizó una metodología de tipo descriptivo debido a que se explicó y caracterizó los contextos del sector contiguo con una orientación cuantitativa deductiva en la recolección y análisis de información en un contexto natural y documental para la valoración de ámbitos internos y externos soportando estrategias de mejora en función de la competitividad. Se obtuvo como resultado que la cadena de valor de Porter para el estudio intrínseco se identificaron ciertas fortalezas y debilidades como el la determinación de entradas periódicos insuperables para el progreso de planes de negocio, el ejecutar buenas destrezas de producción, el desperdicio de capacidad lucrativa situada, la pérdida en técnicas de mercadeo del sector, y, no poseer un departamento o área de indagación, invención y mejora; además, el análisis externo fundado en

el estudio de variables financieras, científicas y ecológicas; las cinco fuerzas y el diamante de Porter se determinaron algunos aspectos a resaltar y a fortalecer como que existe marco normativo y organismos de control para la vigilancia de operaciones del sector, la existencia de tratados de Libre Comercio con Estados Unidos, la regulación ambiental rigurosa, y, el reemplazo de productos sustitutos con marcas reconocidas; por lo cual se concluye que es necesario que el sector tenga una posición competitiva y se ubique en el período medio de detener y conservar por lo que se solicita ahondar en habilidades de agudeza del mercado y de adelanto de bienes (Durán, 2020).

Este trabajo deja como aporte el empleo de estrategias organizacionales internas y externas para la exportación de productos agrícolas a clientes en el extranjero, y la importancia de dar a conocer las bondades más reveladoras del producto y sus métodos, fundando alianzas con clientes y proveedores, para asegurar la provisión de materia prima, así como también, conociendo a los competidores, y clientes objetivos.

Alviz (2021). Plan de negocios para la creación de la empresa “Alvort” en el municipio de Tibú Norte de Santander (Master's thesis, Maestría en Administración de Empresas-MBA-Virtual).

El documento tuvo como objetivo elaborar un plan de negocio para la empresa “Alvort S.A.”, realizado con una metodología de investigación cualitativa, en donde se basó en una sucesión de estudios de mercado, técnico, financiero, administrativo y legal para la demostración de su factibilidad. Los resultados expusieron que se evidenció que la actividad de la palma de aceite tiene un aspecto dinámico en la zona, debido a que es acreditada por la localidad y contribuye al progreso de la región y del país, empero, permanecen ciertas prevenciones en el

sentido que no consideran que una nueva compañía les genere beneficios inmediatos, así como una buena administración para el medio ambiente, de este modo, concluyen se presentó la propuesta para la introducción de una empresa que les permita a los productores de aceite de palma, expandirse en mercados internacionales, ya que se cuenta con los conocimientos, destrezas para hacer un negocio sostenible y sustentable (Alviz, 2021)

En este sentido, esta investigación es de gran aporte, ya que su contenido permite estudiar cada elemento que se tuvo en cuenta para el plan de negocios, en donde primero le costó un esfuerzo integrarse al mercado nacional, y convencer a los productores de palma la diversificación del producto, haciendo estudios financieros y ambientales para certificarles el mantenimiento del área rural.

Medina et al., (2018). El Cacao de Norte de Santander: Producto con potencial de exportación. Universidad Francisco de Paula Santander; Reflexiones contables (Cúcuta), 1(1), 13-16.

La presente investigación tuvo como propósito estudiar el potencial de exportación del cacao de Norte de Santander; se utilizó una metodología descriptiva-documental, lo cual permitió describir los beneficios del cacao nortesantandereano como producto exportable. Dio como resultado que el campo colombiano, por su gran diversidad de suelos tropicales y clima consienten el aprovechamiento en independencia de casi todo tipo de labranzas, y en consideración a esto, el departamento Norte de Santander es destacado por su variedad agraria, produciendo cultivos como el cacao, en vista que cuenta con el ambiente adecuado, con gran contenido nutricional, abriendo la oportunidad para incursionar en el mercado nacional e internacional; por lo tanto se concluyó que al examinar los elementos que se involucran como las

ventajas comparativas y competidoras del cacao, puede llegar a posicionarse como un producto a nivel internacional (Medina et al., 2018)

Esta investigación revela grandes factores que se deben tener en cuenta para la realización de un plan de exportación, y uno de esos es, tener en cuenta que antes de salir a otras naciones, es importante conocer la aceptabilidad del producto en el interior de la región y país donde es producido, posteriormente si es recomendable hacer estudio de mercado de los lugares a donde se quiera exportar el bien. De igual manera, tener en cuenta, que la idea principal es apoyar a los campesinos, quienes son los más comprometidos, y gracias a su esfuerzo el agro colombiano genera productos de calidad.

Ibarra & Rojas (2021). Diseño de un modelo de negocio para la comercialización del Anamú en Cúcuta, Norte de Santander. Universidad Libre de Cúcuta

La actual investigación tuvo como propósito el diseño de un modelo de negocio para la comercialización y exportación de una hierba conocida como Anamú en San José de Cúcuta, como producto como suplemento dietario. La metodología que se utilizó fue documental con orientación cuantitativa. Teniendo como resultados positivos una aceptación en el mercado internacional y gran rentabilidad, el cual se estudió mediante análisis de marketing, plan económico, plan de mercadeo, manejo de recursos humanos y habilidades para la formación de empresas de bienes naturales; así mismo, por un amplio potencial al ser una planta medicinal, ya que inclusive hasta multinacionales la procesan en disímiles presentaciones como: Capsulas, jarabe, extractos entre otras diversificaciones en el mercado. Se pudo concluir que la exportación de anamú es una gran alternativa para los productores de la planta, debido a la baja demanda regional y nacional (Ibarra & Rojas, 2021).

Este plan de negocios es de gran aporte, ya que permite ver que a pesar que un producto no sea vendido en la región o país, es importante hacer estudios de mercadeo para identificar cual sería el comprador o aliado comercial indicado para poder ofrecerle el bien producido. Teniendo presente que se debe hacer énfasis en el estudio de los beneficios del producto, conocerlo para promocionarlo de la mejor forma.

Medina, et al., (2019). Oportunidades de negocios del mercado de frutas exóticas de Norte de Santander para los Emiratos Árabes Unidos. Visión Internacional (Cúcuta), 2(1), 6-20. Universidad Francisco de Paula Santander.

El departamento de Norte de Santander no es muy competidor en el mercado mundial debido a que su patrimonio no ha sido bien dirigido, es posible que sus líderes no realicen o chequeen las contribuciones significativas a las disímiles secciones de la economía; una de estas poco aventajadas es el área rural, por ello, el propósito de la exploración es estudiar las conformidades de ejercicio que tiene el mercado Norte Santandereano. La metodología usada fue cuantitativa ya que tiene fundamentos descriptivos establecidos en la capacidad de producción que tiene el departamento, con el propósito de conseguir convertirse en un vendedor competitivo a nivel internacional en la sección de frutas exóticas. Teniendo como resultados la identificación de las capacidades y algunas falencias al momento de conseguir magnas metas de fabricación de los agricultores de Norte de Santander. La conclusión es que, si departamentalmente se alcanzara a ejecutar pactos en el cual los líderes se involucren para ayudar con inyección de capital al área agraria, tanto las exportaciones de frutas exóticas como demás rubros del agro colombiano (Medina et al., 2019).

Para finalizar este apartado, se puede decir que, Norte de Santander cuenta con cuantiosos espacios que acceden en el sector rural la siembra de productos, debido a la lugar geográfico y las otras situaciones como la tierra y clima, lo que aprueba una invariable cosechas y producción, por consiguiente, se requiere que los cultivadores que tengan una amplia perspectiva del negocio del campo, y que no quede solo allí en las fincas, sino que abran su mente y se visualicen en países extranjeros negociando su producción.

Bases Teóricas

Capacidad de Productiva de Plátano

El plátano es un vegetal monocotiledóneo y corresponde al orden Escitamineales, a la stirpe de las Musáceas y a la subfamilia Musoideae; esta tiene dos especies: el Ensete al cual atañen cuantiosas plantaciones decorativas y el Musa. Las diversidades de plátano que se diseminan en Colombia están explícitas colectivamente por la elevación respecto al nivel del mar: Desde los 0 hasta los 1000 m se cultiva la diversidad Hartón; de los 1000 a los 1500 m se siembra Dominico-Hartón. Entre más sea la elevación, el lapso orgánico se dilata (Turner & Rosales, 2003).

Así mismo, la temperatura tiene una consecuencia predominante en el progreso y evolución del producto; por esto esta demanda temperaturas respectivamente elevadas, entre 21 y 29°C, con una media de 27°C; manteniendo los límites ya que, al exponerse a temperaturas mayores de 37°C, o menores de 15°C producen detrimento y lentitud en el desarrollo del producto y deterioros en el mismo. El plátano (*M. paradisiaca*) solicita de un gran recurso de

humedad continuo en la tierra, para alcanzar los requisitos indispensables de una cosecha óptima (Sánchez & Bello, 2008).

Es recomendable sembrar plátano en lugares donde varíe una precipitación entre 1800 a 3000 mm distribuidos durante un año. La permanencia del día es significativa y pende de la “latitud, altitud, nubosidad, polvo y cubierta vegetal”. El área foliar, el ángulo y la forma de la hoja influyen en la adaptación de la luz, especialmente cuando hay contextos competitivos. No hay contestación de la planta de plátano al fotoperiodo, pero se conoce que bajo condiciones de baja resplandor el ciclo vegetativo se prolonga de manera notable, traspasando de aproximadamente de 8 meses en plantas bien expuestas a la luz, hasta 14 meses en plantas que crecen en penumbra (Arboleda, 2014).

Con suelos generosos de buen contenido de materia orgánica y un pH entre 5.5 a 6.5, en Norte de Santander, se localiza con las categorías apropiadas para la producción de este producto y conjuntamente, en el área se ha comprobado producciones con promedios muy competitivos y pues las utilidades son constantes, lo único es que, por las temporadas tienen otras representaciones en otras siembras (Ramos et al., 2016).

Por esta razón, muchos agricultores consideran que es un riesgo de inversión el cultivo de plátano, ya que, para ser competitivos, se necesita contar con grandes espacios o hectáreas para tener varias cosechas en el año, y no desviar su interés hacia otros cultivos que sean de más rápida producción. En vista de esto, el abandono de las actividades agrarias, se debe especialmente a esto, ya que consideran que otras actividades rurales a cultivos ilícitos o área petrolera, el menoscabo de compañía a los productores, y también debido a la insuficiencia de opciones especializadas asequibles que les admita optimizar las técnicas productivas (Pinzón & Zamudio, 2016).

Mercadeo Agrícola

El mercadeo agrícola es considerado como un asunto que inicia al decidir ser parte de los agricultores o buscar alianzas comerciales con estos, para llegar a un acuerdo en donde el producto se pueda vender y que ambas partes resulten beneficiadas. Esto trae consigo diversos factores de planificación y comercialización, desde una perspectiva práctico y corporativa como lo que se describe a circunspecciones de representación material o experimentada, envolviendo las reservas de los productos y subproductos, ya que la materia prima puede presentar transformaciones para ofrecer variedad, y su distribución sea eficaz (De Zea, 2015).

Este tipo de mercadeo permite abrir las puertas del campo al mundo entero, ya que se flexibilizan los procesos de producción, incorporando tecnologías para su mayor rendimiento y calidad, para que sea atractivo al consumidor, quien es el que verifica sus características físicas, y los clientes expertos realizan estudios químicos, componentes nutricionales, propiedades saludables y demás que puedan dar la validez de sus atributos; igualmente, se debe marcar la presencia de bienes análogos o suplentes en el mercado (Márquez, 2015).

Los oferentes experimentan el importe de provecho, el cual los cultivadores están preparados a proporcionar, al analizar las situaciones del proceso productivo, partiendo de información actual y futura, donde las proyecciones puedan darse en base a estos datos; con el propósito de predecir los posibles cambios y los escenarios que plantee la competencia; ya que en la demanda del producto se establecen si existe un aumento o disminución de los clientes preparados a obtener y que demuestran la actuación de las presentaciones de obtención, además, de disponer de capacidad adquisitiva asaz para obtener el fruto. Para esto se debe Velandia (2019) indica que

“Comprender la evolución de la demanda actual, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro. El precio analiza los mecanismos de formación en el mercado del producto. Existen diferentes posibilidades de fijación de precios mediante los cuales se debe señalar la que corresponda con las características del bien y el tipo de mercado” (p.67).

Entre las características de un buen mercadeo agrícola se presenta: El costo ofrecido por el mercado nacional, el fijado por el estado, el estimado de acuerdo al precio de obtención, siendo determinado conforme a la demanda y oferta del producto, y el valor en el mercado mundial, en este proceso se debe tener en cuenta los valores máximos y exiguos posibles entre los que fluctuara la venta del producto, y sus consecuencias sobre la solicitud de este. Una vez que se ha determinado el importe, es el que se debe manejar para las evaluaciones financieras del plan (Páez & Cardozo, 2019).

Para establecer el mercado objetivo se discurre en primera solicitud el propósito del estudio de mercadeo como planear la capacidad de producción en contraste con la cantidad de la demanda por los consumidores, de este modo se hace más funcional, al clasificar las primordiales acciones técnicas que suceden en el procedimiento de comercialización. Manejar el enfoque funcional involucra una serie de competencias que se deben tener para realizar en el mercado con los diversos negociantes o cultivadores para instaurar las conveniencias más apropiadas de ejecutar para la verificación de progresos en la experiencia de la ocupación (Briones, 2019).

Proceso de Logística y Distribución Física Internacional

El área internacional es significativa para muchas compañías, en vista que presenta oportunidades de llevar los productos a otros países, donde se deben tener presente diversos aspectos para las relaciones con los aliados comerciales en el extranjero, entre los cuales se pueden mencionar las técnicas de mercadeo, términos de negociación, medios de transporte: Aéreo, terrestre, marítimo o fluvial, y otras decisiones que deben tomar en la negociación (Curcio, 2019).

Dicho esto, es indispensable esclarecer la diferencia entre la logística y la distribución física internacional; debido que la primera, envuelve toda tendencia y procedimiento de acopio que suministre el flujo de los bienes y de la indagación, esto abarca desde la fábrica hasta el punto de venta el cual variaría según los términos que se determinen, o muchas veces el consumidor final.

Por el contrario, la Distribución Física Internacional – DFI, es la consecuencia de la causa logística para que el fruto se estacione en el mercado mundial o llevarlo al mercado local; teniendo en cuenta, los medios de transporte y las cláusulas convenidos entre el proveedor y el cliente. Por consiguiente, lo que se observa es la intervención de una gran cuantía de representantes. Esto crea una variedad de culturas, que consiguen proceder en restricciones (Barbá, 2012).

En vista de esto, se debe tener conocimiento de las regularidades, y las variables teniendo que analizar cada una de las partes de la comercialización técnica del producto; para saber dominar la situación en caso de cualquier acontecimiento y lograr superarlo. Esto procederá en fallas de eficacia, buscando cumplir con las responsabilidades a nivel específico o las comercializaciones que se proyectan y pudieran concretarse en los mercados mundiales. De igual

forma, esta relación directa con las compañías en el exterior, contribuye en dejar por escrito y de modo claro las condiciones de entrega, en donde el producto consiga un estatus privilegiado donde se logre cumplir con el tiempo de entrega y también entre los consumidores finales (Mesa, 2020).

Por consiguiente, cuando se habla de logística se hace referencia a las actividades y productos de carácter material y ejecutivo para el manejo de las mercancías de un país a otro. O importante es lograr la reducción de los costos de la logística nacional, de modo que no incremente el costo del producto, ya que el consumidor final es quien debe cubrir este gasto por lo que, muchas veces recurren a la adquisición de productos sustitutos. es poder reducir los costos logísticos locales, de forma tal que no se tengan que aumentar los valores que, finalmente, terminarán pagando los consumidores; por lo tanto, es transcendental tener conocimiento claro de cada parte del proceso, y luego puedan actuar de modo más eficiente (Cahuas, 2018).

En la DFI se manejan diferentes elementos afines con el proceso logístico, dando inicio con el etiquetado el cual debe identificar el producto, características, modo de empleo, marca, proveedor, distribuidor, país de origen y sus respectivos de entidades certificadoras de calidad. Continuando con el empaquetado y embalaje, para proporcionar mayor garantía al cuidado del embarque hasta el destino, para disminuir y evitar posibles daños (Honores, & Vargas, 2019).

Ya teniendo presentes los procesos en fabrica, se procede al inicio del transporte, donde según la distancia cuenta con los medios para llegar al destino, incluyendo todo tipo de medios, desde vehículos de transporte de carga, aviones hasta contenedores. El proceso de almacenamiento y distribución donde son las conocidas almacenadoras, donde se mantienen mientras se efectúa el proceso de aduana, en el cual inspecciona la mercadería para asegurarse que la mercancía y documentación se encuentren en regla. Dicho esto, se tiene una mejor teoría

acerca del proceso de logística y DFI, los cuales cumplen características determinadas en la búsqueda del producto ideal, país al que se va vender, negociación de términos, e información del mercado de destino (Custodio & Vía, 2019).

Modelos de Internacionalización

Los modelos de internacionalización asimilan los métodos intrínsecos de transmisión de información en las compañías, siendo una orientación imperiosa para el análisis de la asociación multinacional a partir del trabajo publicado por Barrueto & Petters (2020), la internacionalización se instituye como una actual línea de indagación, estableciendo el aporte más significativo de los micro economos a la comprensión de las sociedades multinacionales. Por lo cual, busca revelar el por qué las actividades comerciales de bienes y servicios, entre las naciones están constituidas por rangos en vez de aparecer definidas por las potencias del mercado en donde se deben relacionar los costes de las transacciones.

Es de destacar, que uno de los teóricos con mayor aporte a los modelos de internacionalización fue Adam Smith, debido al enfoque hacia la “ventaja absoluta”, recalando la necesidad de registrar la insolvencia de dinero, y proponiendo, razonablemente, la necesidad de instituir un método de comercialización, siendo de esta forma, en la que las naciones podrían fabricar y exportar bienes y servicios que sean menos demandados en la localidad, e importar los que son solicitados o escasos; de esta forma, se da a conocer que, los países con la labor de recurso humano económico exportan productos intensos en compromiso hacia pueblos más acelerados financieramente y con la capacidad de productividad (Torres, 1976).

El modelo Uppsala

Este modelo enseña que la compañía aumentará progresivamente su capital destinado en un estado, mientras va logrando práctica de las acciones que ejecutan en dicho mercado y que la actividad en el exterior sucederá a lo largo de una serie de etapas sucesivas que representarían un grado cada vez mayor de implicación en sus operaciones internacionales. Este modelo presenta fases para conseguir su progreso, por lo cual Johanson & Wiedersheim, (1975) mencionan las más importantes en sucesión de pasos en la empresa: “1. Actividades ocasionales o no regulares de exportación; 2. Exportaciones a través de representantes independientes; 3. Establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero; 4. Establecimiento de unidades productivas en el país extranjero” (p.73). A medida que van avanzando en las etapas, conjuntamente, el nivel de responsabilidad de recursos universal de la sociedad en el exterior; también, acrecienta sucesivamente la práctica e indagación que posee la sociedad sobre los clientes extranjeros, involucrando conjuntamente la aceptación de una forma de ingreso disímil.

En relación a lo dicho, se presentan tres contextos que se exceptúan en este caso, en donde: La compañía instala de gran cuantía de recursos donde los resultados de las responsabilidades recientes, son minúsculas en vista que se encuentra a la expectativa que las magnas compañías o aquellas con abundancia de capital ejecuten anticipos más representativos en sus métodos de internacionalización. Por otra parte, en el momento que las circunstancias de los compradores son constantes y uniformes, se va adquiriendo experiencia en los procesos de negociación internacional, tornándose más fácil la dinámica. Conjuntamente, cuando la compañía ha obtenido rutina significativa en distintos lugares con gran similitud al habitual, el exportador ya posee la experiencia, lo cual emplea como instrumento para la negociación y demás proceso logístico.

El modelo Way Station

Este modelo, propone que es la práctica la que enseña la vía a alcanzar en el procedimiento de internacionalización, teniendo como fundamento la proposición de Uppsala, integrada con investigación emanada en fuentes bibliográficas, que permiten recolectar conocimientos distinguidos que son empleados para precisar tácticas que involucran recursos arremetiendo, para luego emplearlos; por esto, el procedimiento comienza con antelación a la primera experiencia como exportador; por esta razón el proceso empezaría mucho antes de la primera exportación. Los autores diseñan el modelo en diferentes períodos que simbolizan la comprensión y la responsabilidad que las sociedades deben perseguir para cumplir la internacionalización: “Estimulación y Planeación Estratégica; estudio de mercados; selección de mercados; elección del modo de entrada; planear los problemas y contingencias; habilidad de post entrada y vinculación de recursos; prerrogativa competitiva obtenida y consecuencia colectiva integral” (Monti, J., & Yip, 2000, p.25).

El modelo de Jordi Canals

El modelo de Jordi Canals, se establece en el indicio que una compañía puede tomar decisiones para ingresar en mercados mundiales de acuerdo a su motivación y vinculado de imaginarios relacionados con el nivel presente y próximo de los precios del rubro en el que se desea desempeñar, por lo cual, según Canals (1994), puede ser activado por un conjunto tripartito de componentes como:

“Fuerzas económicas: Se relacionan con las economías de escala, know-how, economías, discrepancias de coste, barreras impositivas, infraestructuras y transporte. Fuerzas de mercado: Tiene afinidad con las necesidades, clientela

internacional, canales de distribución y publicidad. Estrategias empresariales: Efectos competitivos y seguimiento del líder” (p.65).

De acuerdo con Canals las sociedades persiguen un procedimiento en serie, que acrecienta paulatinamente el grado de encargo y que cuenta con las siguientes fases y acciones:

- Fase 1: Inicio. Exportación neutral, constantemente la iniciación del procedimiento de internacionalización es pausada, con envíos pasivos o circunstanciales, precisos y empíricos.
- Fase 2: Desarrollo. Exportación ágil y fusiones. Se apresura el procedimiento de internacionalización y la compañía emprende a valorar cómo asociarse al mercado exterior, conectando y estableciendo actividades comerciales con sociedades de otros países o ya determinadas en el estado destino.
- Fase 3: Consolidación. Exportación, convenios, inversión directa, ganancias. Se origina el afianzamiento de las acciones mundiales, garantizando las operaciones hacia el exterior, y eligiendo la disyuntiva de inversión extranjera directa.

Por otro lado, según Canals (1997) se pueden diferenciar 4 magnos ejemplos de sociedades mundiales que, así mismo, manifiestan sus fases idénticas de internacionalización iniciando como exportadora, luego multinacional, alcanzando a ser global, y por último transnacional.

Marco Conceptual

- *Aduana*. Es la entidad reguladora de los países, que se encargan del aforo, y revisión documental de las mercancías objeto de operaciones aduaneras, y asimismo, de recaudar impuesto que se deducen de cada uno de los productos que salgan o ingresen al país.

- *Cultivo*. Es el producto vegetal o fruta que se siembra, cultiva y cosecha, para beneficio propio, o como medio para el desempeño de una actividad económica.
- *Diversificación*. Son las múltiples opciones que tiene un producto, principalmente, materia prima para transformarse en otros subproductos o sustitutos de esta.
- *Exportación*. Es una operación aduanera, donde una persona jurídica o natural, realiza una negociación con otra en país diferente, cumpliendo con la legislación de la nación en relación al área de control aduanero y tributario.
- *Mercadeo*. Es un estudio que se realiza con el propósito de estudiar un mercado objetivo, lugar, en donde se propende dar a conocer un bien o servicio nuevo para el sector, lo cual permite distinguir la viabilidad económica, como legal.
- *Plátano*. Es el fruto del cultivo que es cosechado al cumplir con características propias para su consumo humano.

Marco Contextual

La presente investigación se está llevando a cabo en el sector del Alto Cauca, ubicado en el Departamento de Arauca limitado entre los 06°, 02' 40" Y 07° 06' 13" la latitud norte y los 69° 25' 54" y 72° 22' 23" de longitud oeste, en la región norte de la Orinoquia colombiana. Sus límites son al norte, el río Arauca que lo aleja de Venezuela, al este una raya recta entre los ríos Meta y Arauca, que sirve de frontera con Venezuela, al sur los ríos Meta y Casanare, que son límites con los departamentos de Vichada y Casanare individualmente, y por el oeste con la cordillera Oriental que lo separa de Boyacá (Lemus, 2009).

Los resúmenes principales que establecen el comportamiento climático de Arauca son los vientos alisios del noreste y del sureste, el desplazamiento de la Zona de Convergencia

Intertropical (ZCIT) y la cordillera Oriental. El régimen de lluvias es básicamente monomodal, con una temporada de lluvias que comprende los meses de marzo a noviembre; en Arauca se encuentran los pisos térmicos cálido, templado, frío y nival (Pinzón et al., 2017).

Figura 3
Ubicación geográfica Alto Cauca



Nota. Fuente: Conferencia Episcopal de Colombia (2020)

Esta región se dedica principalmente en la producción rural, fundamentalmente de fique, caña de azúcar, caña panelera, café, papa, maíz, yuca, frijol, tomate, mora, espárragos y plátano, asimismo significativa la ganadería, y sus divisiones de productos cárnicos y lácticos. Ha tenido un progreso notable en los últimos tiempos la piscicultura. En la región del costero Pacífico se encuentra una de las más grandes reservas forestales del país. En la región del río Naya hay

grandes reservas de oro, que en gran parte es explotado de modo ilegal y termina siendo fuente de dinero para los grupos subversivos y bandas culpables que dominan la zona, y en la Bota Caucana existen yacimientos petrolíferos (Pinzón et al., 2017).

Marco Legal

La *Constitución Política de Colombia* de 1991, establece en sus artículos 9 y 226, expone los principales fundamentos para la internacionalización y las relaciones políticas y comerciales con países aliados

“Artículo 9. Las relaciones exteriores del Estado se fundamentan en la soberanía nacional, en el respeto a la autodeterminación de los pueblos y en el reconocimiento de los principios del derecho internacional aceptados por Colombia” (p.2).

“Artículo 226. El Estado promoverá la internacionalización de las relaciones políticas, económicas, sociales y ecológicas sobre bases de equidad, reciprocidad y conveniencia nacional” (p.54).

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

“Artículo primero. Con el fin de fomentar las exportaciones de conformidad con los términos de la presente Ley y en desarrollo del ordinal 22 del artículo 120 de la Constitución Nacional, el Gobierno podrá otorgar incentivos especiales a las sociedades nacionales o mixtas que tengan por objeto la comercialización de productos colombianos en el exterior.

Entre sus actividades dichas compañías podrán contemplar también la importación de bienes o insumos, bien sea para abastecer el mercado interno o para la fabricación de productos exportables” (p.1).

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

“Artículo 1º. Las modificaciones que en el Arancel de Aduanas decreta el Gobierno con fundamento en el artículo 65 del Acto Legislativo número 1 de 1968, modificadorio del artículo 205 de la Constitución Nacional, se efectuarán con sujeción a las siguientes normas generales: Actualización de la Nomenclatura, Reestructuración de los desdoblamientos de las posiciones de la Nomenclatura,, Actualización de las Normas de Valorización de mercancías, estrictión o derogatoria de exenciones de derechos arancelarios de importación, Variación en la tarifa” (pp.1-2).

Ley 7 de 1991: Ley marco del Comercio Exterior

“Artículo 21. Derogado por el Artículo 62 del Decreto 1159 de 1999. Crease el Banco de Comercio Exterior como una institución financiera vinculada al Ministerio de Comercio Exterior, a la cual corresponderá ejercer las funciones de promoción de las exportaciones. La promoción será desarrollada, entre otros instrumentos, a través de las agregadurías comerciales en el exterior las cuales dependerán de las embajadas colombianas” (p.12).

Decreto 2505 de 1991: Reglamenta la transformación del Fondo de Promoción de Exportaciones Procolombia en el Banco de Comercio Exterior - Bancoldex. También define su naturaleza jurídica y funciones y le ordena constituir un fideicomiso o patrimonio autónomo con el fin de promover la exportación.

Decreto 663 de 1993: Estatuto orgánico del Sistema Financiero, parte Décima, capítulo XI. Actualiza el estatuto orgánico del sistema financiero y modifica su titulación y numeración. Del artículo 279 al 285 se contemplan las disposiciones de Bancoldex contenidas en el Decreto 2505 de 1991.

Decreto 390 de 2016: Instituye la regulación aduanera con los acuerdos mundiales, para la salida e ingreso de bienes y servicios al territorio nacional, practicando las formalidades aduaneras presentadas en este decreto; especialmente con las reglas de la Comunidad Andina y el Convenio Internacional para la Simplificación y Armonización de los Regímenes Aduaneros - Convenio de Kyoto examinado de la Organización Mundial de Aduana.

Resolución 00000448 de 2016: Por la cual se fundan los requerimientos para el registro ante el ICA de los dominios de producción de vegetaciones para la exportación en fresco y el registro de sus comercializadores y el registro de las plantas embaladoras de verduras para la exportación en fresco.

Hipótesis y Variables o Postura Concluyente

Hipótesis

Hipótesis Nula

El Departamento de Arauca, no cuenta con los recursos necesarios para la producción, comercialización y exportación de plátano al extranjero.

Hipótesis Alternativa

Se logrará el diseño del plan exportador para comercializar el plátano del sector Alto Cauca del Departamento de Arauca para la Comercializadora D&J Agrícola del Llano S.A.S.

Variable***Dependiente***

Determinación de la capacidad de producción de plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca.

Independiente

Definición del proceso de Logístico y Distribución Física Internacional del plátano.

Interviniente

Identificación del mercado potencial para el plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca.

Categorías de Análisis

Tabla 7

Categorización de Análisis

Objetivos	Variable	Tipo de Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Instrumento
Determinar la capacidad de producción de plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca	Valoración	Dependiente	Con el propósito de determinar que la comercialización para la exportación del plátano, se requiere tener información de la producción de los proveedores nacionales, para saber si se puede abastecer la demanda internacional.	Calidad Variedad Producción promedio	Encuesta a los productores de plátano de la zona
Identificar mercado potencial para el plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca para la empresa comercializadora D&J Agrícola del Llano SAS	Eficacia	Interviniente	Todo proyecto exportador requiere del estudio previo para la selección del que tenga mayor acceso y demanda del bien a exportar.	Información general del país Económicos Demografía y Estabilidad Económica Comercio Exterior Demanda y Oferta Logística y Canales de Distribución	Estudio de mercado de cada país a estudiar
Definir el proceso de Logística de Distribución Física Internacional del plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca para la empresa comercializadora D&J Agrícola del Llano SAS	Cambio o mejora	Independiente	Esta información es indispensable para el cálculo de los costos del producto en el país de destino, y garantizar la entrega del producto en óptimo estado y en el tiempo estimado	Mercado objetivo internacional Incoterms Acceso marítimo Puerto de Salida en Colombia Puerto de Entrada en EEUU Almacenaje Aduanamiento Proceso Exportación e Importación Empaque, embalaje y etiquetado para la exportación Permisos Fitosanitarios y de Consumo Humano Costos de DFI	Proceso de Logística de la DFI

Fuente: Elaboración propia

Capítulo III Horizonte Metodológico

Paradigma de Investigación

La presente investigación está fundamentada en el paradigma interpretativo, el cual, para Cárcamo, (2005), “se enfoca en la generalización del objeto de estudio, con mayor concentración en factores abstractos, interpretando y evaluando la realidad, que generalmente tiene variaciones, por lo que parece contradictoria” (p.25). De acuerdo a lo expuesto por el autor, se relaciona con el estudio ya que en la dinámica del comercio internacional se tiene una realidad en el presente, pero de acuerdo a los cambios en las legislaciones, contexto, ambiente u otro factor, podría tener elementos para actualizar, teniendo en cuenta que estas diferencias no son continuas.

Enfoque de Investigación

Según lo expuesto por Hernández (2018) “es comprendido como el proceso de recopilación de información, análisis y datos cuantitativos y cualitativos, generándose un enfoque mixto, en donde ambas partes se interrelacionan” (p.207). Por lo tanto, la presente investigación tuvo un enfoque mixto, donde se tomaron datos e información para evidenciar y estudiar modelos esquematizados de la investigación.

Método o Diseño de la Investigación

Para Newman (2006), “el método deductivo se utiliza para verificar el fenómeno observado. Los enfoques inductivos están asociados con la investigación cualitativa y los métodos deductivos están asociados a la investigación cuantitativa” (p.189), dicho esto, el método de la investigación fue deductivo descriptivo, ya que coincidió con el paradigma y enfoque de la investigación, al manejar el diseño mixto.

Población y Muestra

Según Del Pino (2008), “una población es un conjunto de elementos o casos, ya sean personas, cosas o sucesos, que concuerdan a juicios determinados y para los que se procura generalizar las secuelas de la indagación” (p. 105). En tal sentido, la población de la presente investigación fueron los cuatro países seleccionados para la identificación del mercado internacional, así como también los 3500 productores de plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca (González, 2018).

La muestra fue no probabilística, también conocida como “dirigida”, ya que, “presume una forma de deliberación informal. Se operan en varias indagaciones, y en base a ellas, se hacen deducciones sobre la población. La elección de la muestra no probabilística se fracciona en: Voluntarios y muestra de especialistas” (Scharager & Reyes, 2001, p.12). Debido a que se consideró que debía ser elegida a conveniencia por el investigador, teniendo presente que de acuerdo a los antecedentes estudiados el país con mejor perfil para la exportación de plátano fue Estados Unidos, este se tomó en cuenta como la muestra objeto de estudio, y por parte de los

productores se seleccionaron 35 de ellos, quienes lograron participar, debido a que en la zona rural, no todas las personas cuentan con los equipos y tecnologías para la participación de encuestas digitales.

Técnicas e Instrumentos

En virtud de lo dicho, se considera que la encuesta “es una técnica que se realiza a través del estudio de un cuestionario a una cantidad de personas estipulada, ya que estas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos” (Romo, 1998, p. 65). Consecuentemente, el estudio de mercado fue empleado como una técnica de recolección de información documental, que permitió “garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se puede enfrentar al momento de realizar sus operaciones” (Aaker & Day, 1998, p.47). Y por último el proceso de logística de la DFI, el cual es un método de comercio internacional que contribuyó en la determinación de la factibilidad económica, política y social para llevar un producto a otro país (Ramírez, 2015).

Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Los datos fueron recogidos por medio preguntas cerradas dirigidas a los productores de plátano, con el propósito de recolectar datos cuantitativos en cuanto a los puntos más relevantes para la adquisición de información, conjuntamente, señala que el encuestador debe elegir las preguntas más necesarias, en correspondencia con la naturaleza de la investigación. Los mismos se aplicaron con el fin último de determinar la capacidad de producción de plátano del sector de

Alto Cauca del Departamento de Arauca; y posteriormente, el estudio de mercado de cada país a estudiar y el proceso de logística de la DFI, estuvieron fundamentados en investigación documental, en donde se seleccionó y analizó la información para la presentación de resultados.

Capítulo IV. Discusión de Resultados

Determinación de la Capacidad de Producción de Plátano del Sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca

La producción de plátano de Arauca es uno de los sectores financieros más destacados representado con un 12%, de la producción nacional, hace parte de la cesta familiar de los ciudadanos colombianos y es una de las siembras más significativas para la seguridad alimenticia del país. Según estadísticas del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE y Agronet, citado por Yzquierdo et al., (2018), el departamento de Arauca tiene:

“Un área de cultivo que sobrepasa las 25.000 hectáreas de alto beneficio; de esta actividad se sustentan alrededor de 3.500 familias, y es el departamento con mayor producción de plátano en el país es el departamento de Arauca con 584.043 Ton /Año”

(p.11)

Adicional a esto, Alto Cauca, cuenta con características atmosféricas esenciales para la producción con un clima “templado y cálido (trópico húmedo)”, y es perfeccionado, en su gran totalidad, por pequeños sembradores para quienes desarrollan esta actividad como un recurso para subsistir; por otra parte, un pequeño grupo hace parte de las grandes plantaciones o sociedades, ordinariamente se ofrecen el producto a los exportadores; por lo tanto, se aplicó una encuesta a 35 productores de plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca, con el propósito de determinar la capacidad de producción, por medio de la plataforma de Google Forms (Anexo 2).

Tabla 8
¿Cuántas hectáreas de plátano tiene cultivadas?

1. ¿Cuántas hectáreas de plátano tiene cultivadas?	
a. De 1 a 5 hectáreas	17,1
b. De 6 a 15 hectáreas	22,9
c. De 16 a 25 hectáreas	34,3
d. De 26 a 100 hectáreas	25,7

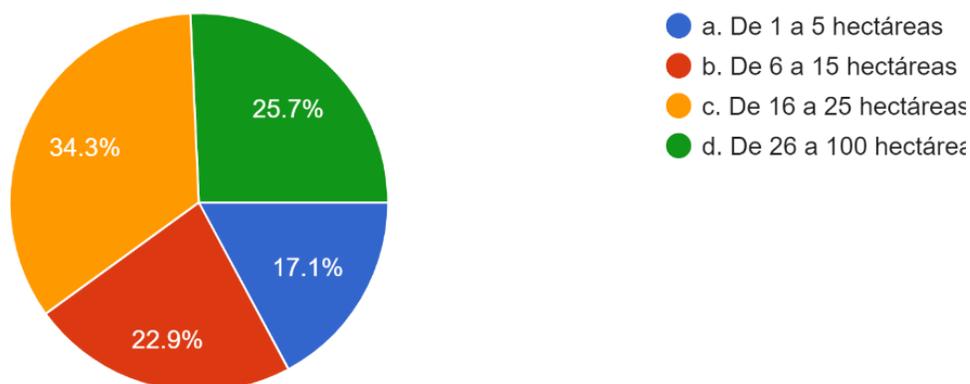
Nota. Fuente: Elaboración propia

Figura 4

¿Cuántas hectáreas de plátano tiene cultivadas?

1. ¿Cuántas hectáreas de plátano tiene cultivadas?

35 respuestas



Nota. Fuente: Obtenida de resultados en encuesta Google Forms

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede observar que, la producción de la zona oscila entre las 16 a 100 hectáreas, con una sumatoria representativa del 60%, seguido de una producción de 6 a 15 hectáreas con un 22,9%, y los pequeños productores con un 17,1%. Por lo tanto, la densidad de la siembra de plátano es significativa, siendo esto, una buena señal para contar con la materia prima a exportar, así como para los campesinos de la zona, optimizando su producción al tener una venta más fija con mejores ingresos y rentabilidad de sus siembras, en caso de lograr realizarse una negociación con el país que se seleccione más adelante. Ya que se

requiere conocer la capacidad productiva para lograr la determinación de la capacidad de negociación y competencia en cuanto al valor de este.

Tabla 9

De las siguientes variables de plátano pica, parejo y bueno -Hartón, ¿en qué porcentaje considera su producción?

2. De las siguientes variables de plátano pica, parejo y bueno -Hartón, ¿en qué porcentaje considera su producción?	
a. 15% pica, 35% parejo, 50% bueno – hartón	20
b. 10% pica, 25% parejo, 65% bueno-hartón	31,4
c. 5% pica, 20% parejo, 75% bueno-hartón	40
d. otro, ¿cómo? 5% pica, 10% parejo, 85% bueno- hartón	8,6

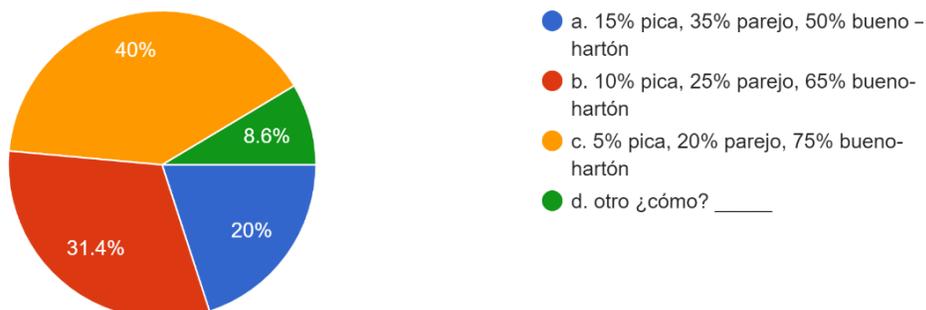
Nota. Fuente: Elaboración propia

Figura 5

De las siguientes variables de plátano pica, parejo y bueno -Hartón, ¿en qué porcentaje considera su producción?

2. De las siguientes variables de plátano pica, parejo y bueno -Hartón, ¿en qué porcentaje considera su producción?

35 respuestas



Nota. Fuente: Elaboración propia

Los productos de exportación se distinguen de los demás debido a la superioridad en la calidad, en el caso de las exportaciones de productos agrícolas, es importante la calidad de las cosechas, por lo cual, se planteó la interrogante del porcentaje del tipo de plátano que se produce en donde el 8,6% de los cultivadores tienen un 85% de sus cosechas de mejor calidad, seguido

por un significativo 40% expuso que el 75% de plátano es el de mejor calidad, un 31,4% de expresó que la mejor cosecha es de un 65%, y el 20% con una producción del 50%; por lo tanto, en cuanto a la calidad, se puede decir que, la mayor parte de la cosecha de plátano de la zona cuenta con los requerimientos que demandan entidades de inspección y verificación como el Instituto Colombiano Agropecuario -ICA, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA y la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, para de esta forma, facilitar los trámites requeridos para la exportación de plátano.

Tabla 10

¿Cuántas cargas produce en cada cosecha de plátano?

3. ¿Cuántas cargas produce en cada cosecha de plátano?	
a. De 1 a 5 ()	8,6
b. De 6 a 20 ()	25,7
c. De 21 a 40 ()	40
d. Más de 41, ¿cuánto? De 45-55	25,7

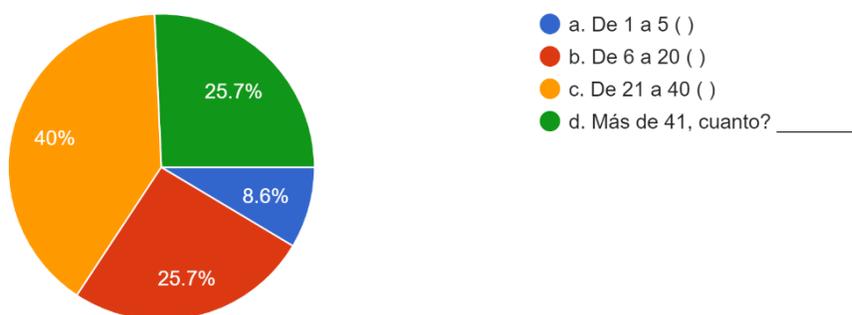
Nota. Fuente: Elaboración propia

Figura 6

¿Cuántas cargas produce en cada cosecha de plátano?

3. ¿Cuántas cargas produce en cada cosecha de plátano?

35 respuestas



Nota. Fuente: Elaboración propia

Antes de realizar una descripción de los resultados obtenidos en esta pregunta, es de aclarar que la carga de plátano es representada por la cantidad de 125 kilos (Turbay, et al., 2014), por lo tanto, según los resultados obtenidos se puede decir que, la zona del Alto Cauca, tiene una producción significativa en cada cosecha, en donde un 65,7% obtiene entre 21 a 55 cargas de plátano en cada recolección.

Continuado por un 25,7% con producción de 6 a 20 cargas, y una pequeña participación de 1 a 5 cargas del 8,6%. Este rendimiento promedio presente de obtención de plátano por hectárea, en la zona del Alto Cauca, podría ser mejorado al comenzar una producción fija, en donde los cultivadores obtendrían mayores ingresos económicos, con los cuales invertirían en mejores fertilizantes, para proporcionar mejores prácticas en el cultivo, así como la adquisición de mayor cantidad de hectáreas para la siembra.

Tabla 11

¿Cuál es el lapso del corte del plátano en cada cultivo?

4. ¿Cuál es el lapso del corte del plátano en cada cultivo?	
a. Cada semana ()	0
b. Cada 15 días ()	22,9
c. Cada 1 mes ()	60
d. Otra; ¿Cuál? 5 a 8 meses	17,1

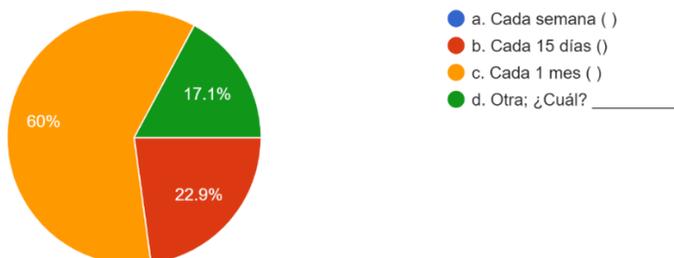
Nota. Fuente: Elaboración propia

Figura 7

¿Cuál es el lapso del corte del plátano en cada cultivo?

4. ¿Cuál es el lapso del corte del plátano en cada cultivo?

35 respuestas



Nota. Fuente: Elaboración propia

Rosales, et al., (2010), exponen que el lapso mínimo entre el corte del plátano en cada cultivo es de aproximadamente 65 a 90 días, y un periodo máximo de 8 meses; y posterior a este, se emplea la labranza mínima del suelo a partir del segundo período de plantación. De acuerdo a los resultados obtenidos exponen que el 60% de las cosechas se realizan en un lapso mensual, esto se da en los casos donde se presenta una cantidad considerable de hectáreas en donde se van sembrando en periodos distintos, para obtener un ingreso fijo mensual; por otra parte, el 22,9% expuso que la cosecha la realizan cada 15 días, y un 17.1% de los cultivadores se refirieron a periodos más extensos entre los 5 a 8 meses, quienes representan los pequeños agricultores de la zona.

Se puede decir que, la producción del Alto Cauca, es apta para la exportación, ya que cuentan con la calidad, el tipo de plátano, capacidad de producción aproximada de más de 50.000 kl, así como las hectáreas necesarias para comenzar la comercialización del producto en el extranjero, siendo esta la idea principal de la presente investigación, para permitir que los agricultores colombianos sean reconocidos por su gran trabajo en mercados internacionales, al iniciar se dejaría como reserva en caso de pedidos continuos 30.000 kl, en caso el comprador desee más plátano. Esta reserva es de beneficio para los cultivadores, debido a que la compra que realizaría la comercializadora sería mayor, lo cual les permite conseguir un mejorar sus ingresos y estilo de vida, es por esta razón que es aplicable el Fairtrade, que de acuerdo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible se manejan los criterios de comercio justo, en donde lo principal es apoyar el agro colombiano, y sus cultivadores, para proporcionarles mejores escenarios laborales y personales, respetando sus remuneraciones, al igual que el cuidado de las tierras, para garantizar que puedan continuar en su labor sin dejar a un lado el bienestar de sus hectáreas, y con una paga digna en la labor tan importante que representa para el país (García & Reyes, 2018).

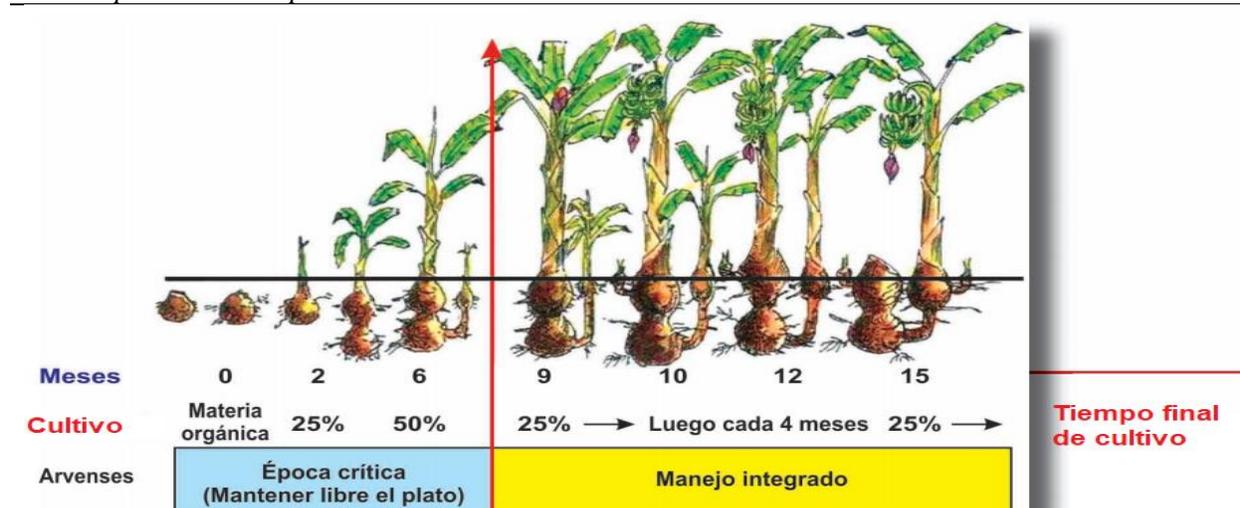
Figura 8
Proceso de maduración del plátano



Nota. Fuente: Elaboración propia

De esta manera la composición química del plátano varía a medida que va madurando, encontrándose un incremento de los azúcares reductores y una disminución de la presencia de almidón.

Figura 9
Ciclo de producción de plátano



Nota. Fuente: Merchán (2018).

De esta manera es el ciclo de producción del plátano son en total 12 meses de cosecha, la mata empieza dar producción desde los 7 meses de sembrado, su siembra se realiza desde el mes de diciembre para evitar el verano y afectaciones en el cultivo.

Tabla 12
Lead time de la cadena de suministro del plátano

Descripción	Estado	Tiempo
Recién cosechado	Fresco - Verde	15 semanas de maduración antes de cosechado
Lavado	Fresco - Verde	1er día de cosechado
Empaquetado	Fresco - Verde	2do día después de cosechado
Puesto en puerto de salida	Fresco - Verde	5to día de cosechado
Tramite exportación	Fresco - Verde	7mo día de cosechado
Puerto de entrada	Fresco - Verde	15to día de cosechado
Nacionalización país de destino	Verde	17mo día de cosechado
Distribución	Verde	20do día de cosechado
Consumidor final	Verde	25to día de cosechado

Nota. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla anterior, se puede ver la relación del lead time del plátano, durante su proceso de cosecha hasta el consumidor final, quien alcanza a recibir el plátano verde en buen estado, lo cual garantiza la calidad del producto a exportar; debido al empaque y su presentación lo que permite su conservación.

Identificación del Mercado Potencial para el Plátano del Sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca para la Empresa Comercializadora D&J Agrícola del Llano S.A.S.

Como profesionales o empresarios es indispensable la realización de una preselección de mercados que permita identificar el mercado potencial con los cuales se puede efectuar una negociación internacional, que contribuya en el reconocimiento de las potencias, garantías, beneficios económicos y geográficos para el producto a ofrecer, así como su cultura para todo el proceso de contratación, con el propósito de seleccionar el comprador más acorde y competitivo para el producto. Por esta razón, durante la investigación de los mercados inicialmente seleccionados, se preestableció cuatro posibles socios comerciales Reino Unido, España, Italia y Estados Unidos, los cuales se analizaron por medio del estudio de variables determinantes para el ingreso a mercados internacionales.

Reino Unido

Datos principales del país

Oficialmente es denominado como “Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte”, conformado por Gran Bretaña (“Inglaterra, Gales y Escocia”) e Irlanda del Norte. Tiene un área geográfica de 243.305 km²; regionalmente subdividida de la siguiente manera: Inglaterra con

130.395 km²; Escocia 78.313 km²; Gales: 20.754 km²; Irlanda del Norte 13.843 km². En general limita con Europa al noroeste, Francia al norte, y Países Bajos y Dinamarca al oeste, por el mar del Norte en pleno con el “Océano Atlántico, el Canal de la Mancha, el Gran Sol, y el Mar de Irlanda” (Giménez, 2020).

Su capital se encuentra ubicada en Londres; este país tiene una densidad poblacional de 66,4 millones de habitantes, se habla el inglés, aunque el idioma oficial es el Gales. El gaélico es el dialecto en ciertos territorios escocotes y de Irlanda del Norte (Pardo, 2013). Su modalidad de gobierno es la Monarquía Parlamentaria. Su sistema legislativo no se fundamenta en una normativa fija, sino que varía según los acuerdos y convenciones constitucionales, así como lo que decreta la reina, Isabel II, es jefa del Estado y asimismo superior de la Iglesia anglicana. El congreso arroga el imperio en este sistema político, explícitamente “The Queen in Parliament” (Whitelock, 2016).

El Poder Parlamentario es bicameral asimétricamente constituido por la Cámara de los Comunes es designada por sufragio ecuménico directo por medio del método mayoritario; tiene una representación predominante sobre la Cámara de los Lores, no electa por sufragio. La división geopolítica se representa en 4 regiones magnas “Inglaterra, Gales, Escocia e Irlanda del Norte” (Elton, & Elton, 1989).

Cuenta con una geografía de relieve es montañoso al norte y al oeste, con alturas dócilmente onduladas y tierras descendientes al sur y al este. Proverbialmente se ha desarrollado entre las tierras altas “Highlands” y las bajas “Lowlands”, ubicando las iniciales al norte y al oeste de las dos cadenas montañosas “Grampianos y Peninos” invadiendo Escocia, el Distrito de los Lagos, el Macizo Cambriano “Gales” y la Península Suroriental, y coexistiendo el resto parte y persistencia de la gran llanura europea. La altura media es de 300 metros sobre el nivel del

mar, el punto más alto es la montaña escocesa Ben Nevis (1.343 m) y el río más largo el Severn (354 Km.) seguido del Támesis (346 Km.). Tiene conjuntos de Islas en el Norte de Escocia “Shetland, Hébridas, Orkney” y pantanos en el noroeste de Inglaterra, el citado “Distrito de los Lagos”.

Acercamiento Cultural del Reino Unido

En cuanto a su religión predomina el cristianismo en casi un 60% de la población, el restante se representa con un 40% siendo la anglicana, sucedida de la católica, presbiteriana (Escocia) y metodista. Otros cultos con gran aspecto en la nación como consecuencia debido a la gran cantidad de inmigrantes son la musulmana, la hindú y la sikh (Pardo, 2013).

Entre los indicadores sociales de Reino Unido, se puede decir que cuenta con más de 66 millones de habitantes muy desproporcionadamente diseminados, con gran urbe, su densidad poblacional es muy inconstante, pero en general excelsa. Es un país de diversas razas, a consecuencia de la procedencia inmigracional como los originarios del “sudeste asiático, extremo oriente, Mediterráneo, Europa Oriental, África negra, etc” (Navarro, et al., 2014).

Cuenta con una población por km²: 274 habitantes (2018), y una longevidad del 18,2% con 65 años, reflejado con una diferencia del 4% entre hombres y mujeres; si índice de desarrollo humano es del 0,920, siendo el # 15 a nivel mundial”, con una esperanza de vida: 81,2 años promedio siendo más extensa para las mujeres. Su tasa de alfabetización es del 99%, los hijos estimados por mujer son de 1,7, con una tasa de nacimiento por cada 1000 hab. De 11,1, y fallecimiento de 9,75; su población urbana es del 83,4% y rural del 16.6%. el número de hogares es de 28,2 millones, cantidad de persona por hogar de 2,4. El nivel de matrimonio y divorcios por habitantes es casi pareja oscilando entre el 8,4 y 8,9. El 95,9% cuenta con equipos

tecnológicos suficientes en el hogar entre las líneas telefónicas, televisión e internet. El 78% cuenta con móviles inteligentes.

Moneda y Tipo de Cambio del Reino

La moneda en el Reino Unido, así como de las regiones de la Corona y de ciertos Departamentos Ultramarinos anglos, es la libra esterlina, adicional a estos, en sus restantes territorios coloniales se usan diversas monedas, pero adheridas a la esterlina: “La libra gibraltareña, libra malvinense y libra de Santa Elena”; la cual se simboliza monetariamente con la £ y procede del latín libra, que se describía como una unidad de masa. En relación a la moneda colombiana 1 libra esterlina equivale aproximadamente en el mercado actual a 5,188.85 COP, y en referencia al dólar equivale a 1,42 USD (Bou, 2020).

PIB del Reino Unido

El Producto Interno Bruto de Reino Unido está representado por un 1% a la agricultura, 19% a la industrial y un 80% a los servicios, por lo cual, refleja que la mayoría de sus movimientos financieros se enfocan al mercado de capitales, sufriendo un declive del 9,9% en el último registro del año 2020, quedando con un PIB de 2.710.970 M. \$ (Ortiz, et al., 2020).

Inflación del Reino Unido

La inflación o Índice de Precios al Consumo (IPC) en Reino Unido calcula el progreso del conglomerado de costes de los productos y servicios que ejecute la localidad habitante en el país, por lo tanto, el IPO es denominado por rubros de consumo interno como IPC UK compuesto por cada categoría, entre las que se pueden mencionar: “Alimentación y bebidas no

alcohólicas, bebidas alcohólicas y tabaco, artículos de vestir, alquiler de viviendas, menaje doméstico, medicinas, transporte, comunicaciones, ocio y cultura, enseñanza, hoteles, cafés y restaurantes, otros bienes y servicios” (Kronz, & Grevink, 1980, p.109).

En diciembre 2020 cerró con una interacción anual del 0,6%, y en el transcurso de este año ha presentado una fluctuación del IPC de 1,5%, siendo 8 décimos adicionales en comparación al cierre del año anterior. Es de resaltar que el aumento de precios se ha reflejado en los rubros de calzado y vestido, cultura y ocio, con una variación entre el 2,4% y 0,7% interanual (Posada et al., 2021).

Tasa de desempleo del Reino Unido

En el transcurso del año 2020, la tasa de desempleo británica presentó un alza de 1,3% situada en el 5,1%, de acuerdo a lo revelado por la Oficina Nacional de Estadísticas (ONS) citado por Grant Thornton, (2021), con respecto a un año anterior 2019, cuando las finanzas no habían sido impactadas por el COVI-19, y destacando que al cierre del año más del 10% de los habitantes tenían trabajo, con edades desde 17 años en adelante (p.11).

Riesgo País del Reino Unido

La economía británica desmantelada por el coronavirus se constriñó un 9,9% en 2020, el mayor desplome periódico en la fabricación desde que emprendieron las investigaciones actuales, pero impidió revertir a la recesión a finales del año anterior, revelaron datos públicos que el riesgo financiero del país disminuyó en un 1,1%, posteriormente a una caída del 2,3%, recuperándose en un 1,2%. No obstante, la banca inglesa lo predijo que la economía disminuiría un 4% debido a un nuevo sitio y la obstaculización por el Brexit, y se retrasará hasta

aproximadamente inicios de 2022 antes de que recobre una estabilidad económica (Tomasi, 2021).

Doing Business del Reino Unido

Reino Unido se halla en el 9º lugar del "Doing Business" de los 190 países que son parte de este ranking en la OCDE, que cataloga las naciones según la habilidad que prometen para hacer transacciones. En el último año Reino Unido ha descendido 2 puestos en este ranking, lo que expone que se ha hecho más difícil hacer actividades comerciales en el país; sin embargo, se trata, sin duda de un país donde en consecuencia es simple hacer negociaciones (Cusipuma & Suárez, 2021).

INDEX The Global Competitiveness Report del Reino Unido

El último reporte del INDEX del Reino Unido, fue de 81,2 puntos para el año 2019; Khazaei, et al (2021), basados en los datos del Foro económico Mundial, exponen que esta nación emplea sus fortunas para mejorar la producción nacional, permitiendo a sus ciudadanos tener un mejor estilo de vida, a pesar de haber presentado una variación mínima respecto al 2018, en donde se ubicaba con 81,99 puntos. Siendo de este modo, considerado uno de los 10 estados más competidores internacionalmente (p. 91)

Importaciones y Exportaciones del Reino Unido

El país anglo es la 5ª país con mayor comercio en el planeta, los productos más importados son maquinarias industriales, transportes (aéreo, terrestre, marino), insumos relacionados con la industria farmacéutica, productos químicos, entre otros; con la situación

mundial desde hace más de un año, las importaciones disminuyeron un 10,33% en relación al año 2019, generando un déficit comercial. Representando en su PIB un porcentaje del 23,41, ubicándose en el lugar 50, de los 191 países en el ranking de importaciones, representadas en un monto aproximado de 555.691 millones de euros (Buesa et al., 2021).

Por otra parte, las exportaciones han sido beneficiadas en cierta manera, ya que, como estrategia comercial, se ha exonerado de la solicitud de certificación e inspección sanitaria para los productos ofrecidos al exterior como el “plátano, piña, coco, durián, dátil y otros como el kiwi, el caqui, el mango y los productos procesados o ultracongelados”. Esto debido a la disminución significativa de las exportaciones de un 40,7% de lo que va del año 2021, y se le atribuye Brexit que ha causado un deterioro en la comercialización regional, ya que el principal aliado comercial es la Unión Europea (Buesa et al., 2021).

Barreras de Entrada al Comercio del Producto (Barreras arancelarias y no arancelarias) del Reino Unido

La principal barrera de entrada, es que el Reino Unido es productor de plátano, y adicional a esto, está apoyando su producción nacional, eliminando barreras no arancelarias, como los certificados de producción para incentivar la agricultura, que como se vio reflejada en su distribución del PIB, representa tan solo el 1%, de los ingresos nacionales.

España

Datos principales del país

Uno de los países de Europa Occidental y parte del continente africano es España, también conocido como Reino de España, conformado por capitales independientes y es parte de

la Unión Europea, su capital es Madrid. Es una nación generosa en su geografía, cultura, historia, valores entre otros aspectos. Cuenta con una amplificación geográfica de 505.370 km². Dispone de la Península Ibérica, más acreditada como “España peninsular” y las “islas Baleares”; el área española que hace parte de África se desarrolla por las urbes de “Ceuta y Melilla y las islas canarias, Chafarinas, Alhucemas, isla de Alborán y el peñón de Vélez de la Gomera”. Es registrado como la 4^o nación más extensa de Europa, antecedido por “Rusia, Ucrania y Francia” (Navas, et al., 2021).

El país cuenta con una cantidad de habitantes de 46,94 millones de habitantes. Según datos últimos publicados por la ONU, citado por Lorenzo, S. (2020), aproximadamente el 12,6 % de los pobladores son inmigrantes, y en general el 51% de los habitantes son mujeres y el 49% hombres. Su tasa de mortalidad debido a que posee un tipo de población que pertenece en una alta participación a “la tercera edad ya que el 18,87 % tienen más de 65 años de edad, por lo tanto, esta es mayor a la de natalidad 9,02 %” (p.29), en últimos tiempos los decesos han aumentado debido a la situación de pandemia.

Su representación de política es fundada en la “monarquía parlamentaria”, es decir que, el poder legislativo se practica por medio de las Cortes Generales y el control del poder ejecutivo; se exonera de este control las leyes decretales. Como régimen legislativo es significativo expresar que la potestad nace del pueblo español. El aspirante a presidente debe ser admitido por lo mínimo por mayoría simple en el parlamento de representantes (Castro et al., 2021).

Entre las características geográficas se destaca por su altura de 650 metros sobre el nivel del mar en gran porción de su región, por lo tanto, es una de las naciones más montañosas del continente; así mismo, su clima por ser peninsular, se encuentran aglomeraciones de aire fresco y ardiente. Empero, en la parte norte es más frío y húmedo, mientras que, en la parte céntrica y sur,

es seco y más cálido. Condicionalmente, España es una patria con una extensa diversidad de temperatura, su fauna y flora derivación variedades exclusivas de la región, la zona norte de la región, abundan las “praderas, pastos y paisajes verdes, predominando la vegetación caducifolia”, por otra parte, en la franja sur predominan “las plantas perennifolias, aromáticas y los matorrales”. En cuanto a la fauna es disímil y exuberante en mamíferos, aves e insectos. El suelo de español consecuencia ser poco beneficioso puesto que es estimado un tipo de suelo arenoso. Por consiguiente, no es un favorable para el sembrado sino se lo aplica o maneja fertilizantes y regadío conveniente (García, 2020).

Acercamiento Cultural de España

Este país ha sido alimentado por diversas culturas y civilizaciones “musulmanas, fenicias, romanas, griegas, cartaginesas y visigodas”, dejando un aporte, formando así, una nación muy rica y variada desde una perspectiva cultural. Por esto, concurren varias representaciones artísticas, festividades, gastronomía, música y danzas. Así mismo, esto ha conllevado que no exista un idioma oficial, en cambio, se manejan 4 lenguajes “castellano, catalán, gallego, euskera y aranés”. existen, además, otros dos dialectos no públicos pero registrados por la UNESCO, que son “el aragonés y el astur-leonés” (Castro et al., 2021).

No obstante, la religión primordial y mayoritaria es el catolicismo, están otros cultos de menor cuantía de órganos “protestantes, musulmanes, ortodoxas, bahá’í”. Conjuntamente, existe un 9,6 % de ateos y un 15,6 % de no practicante, es decir “agnósticos”. La formación imperativa es desde los 6 hasta los 16 años y se halla reglamentada por el Ley orgánica para la mejora de la calidad educativa (LOMCE). La formación básica se fracciona en dos porciones: “La educación

primaria y la educación secundaria”, hoy en día cuenta con 78 universidades públicas y privadas con una extensa oferta académica (Castro et al., 2021).

El deporte es otro de los desarrollos disciplinares en los que ha llegado a competencias internacionales como el fútbol más notorio en España; entre los equipos de fútbol más apreciables se localizan el Barcelona, el Real Madrid, Sevilla, Valencia y el Atlético de Madrid. Siendo ganadora dos veces de la Copa del Mundo; así mismo, aporte a otros deportes, y cuenta con jugadores destacados en tenis, la vuelta ciclista y carreras de Fórmula (Moscoso, 2020).

Moneda y Tipo de Cambio de España

La moneda oficial de España es el euro simbolizado por €. Cada euro se fracciona en 100 centésimos y existen ocho monedas diferentes las de 1, 2, 5, 10, 20 y 50 céntimos, y 1 y 2 euros, sus billetes cuentan con siete series los 5, 10, 20, 50, 100, 200 y 500 euros; en comparación a la moneda Colombia 1 euro es equivalente a 4.548,11 COP, y en relación al dólar 1,22 USD (Ayuso & Conesa, 2020).

PIB de España

El PIB del país europeo cayó en 2020 en un 10,8% y en cifras monetaria es de 1.121.698 M.€, en relación al año preliminar, esta tasa es 128 décimas menor al descrito, en el que la diferenciación fue del 2% en montos financieros sería de 123.074 M.€, ubicándose en el 14 país del ranking entre 196. El PIB Per cápita en 2020 estuvo en 23.690€, 2.740€ menos que en 2019, cuando fue de 26.430€ (Bermúdez, 2021).

Inflación de España

Los índices inflacionarios españoles se mantuvieron en negativo, concluyendo en el año 2020 en el -0,5%; conjuntamente, la media periódica se comprime un punto hasta el -0,3%. Los

factores sociales y ambientales han tenido gran influencia en esta baja, debido a que el IPC ha disminuido, aunque el consumo de los servicios eléctricos aumentó para finales del año citado, lo cual se condicionó por la pandemia global, donde los patrones de actividades económicas en cuanto a la demanda, como resultado del menoscabo de la libertad y las medidas prohibitivas para dominar la propagación del virus, siendo los más impactados por la restricciones los servicios, transporte, ocio, etc., debido a que las personas se enfocaron más en el consumo de la cesta básica, la cual también se vio afectada por la alza de los precios debido a la escasez y deficiencia para conseguirse (Pulido & Torres, 2021).

Tasa de desempleo de España

La situación actual ha generado una crisis laboral, en donde la gran mayoría de empresarios se vieron obligados a cerrar sus establecimientos, disminuyendo las oportunidades profesionales, siendo una de las más afectadas de la Unión Europea y una de las inferiores a nivel mundial. Empero, que la tasa de empleo de España se aumentó en 1,7 puntos, ubicándose con un total de 57,44% en el 2020, ésta se halla 6 puntos por debajo de la media de la OCDE, que está en el 66,7%. Dejando un saldo total de tan solo 19.048.433 ocupados en 2020 (Wilches, 2021).

Riesgo del País de España

En base a la situación política y económica del país y según los demás indicadores económicos estudiados, su riesgo tanto a nivel comercial, político y económico es medio, sus reservas económicas son sólidas, ya que se representan en oro; y la cultura española, permite una relación amena con los negociantes, otra ventaja es que se maneja el mismo idioma, por lo tanto, beneficia a la hora de ofrecer el producto (López, 2021).

Doing Business de España

En el Doing Business para el año 2020, España se posicionó 2 puestos por debajo del año anterior, ubicándose en el puesto 30, a nivel mundial, ya que este ranking global que cataloga los estados en cuanto a la facilidad para hacer actividades comerciales, y en este se requieren 7 procedimientos y aproximadamente 12,5 días para poder crear empresa, siempre y cuando cumplan con los requerimientos adecuados para esta (Narváez & Mishell, 2018).

INDEX The Global Competitiveness Report de España

Es importante destacar que el INDEX, revela el promedio de la economía de un país y su competitividad, dicho esto, España se encuentra en el lugar 23° en el índice mundial, con un acrecentamiento de 1,1 puntos en relación al año anterior, lo cual le admite escalar tres puestos. A pesar, de evidenciar una estabilidad en sus estadísticas, no llega a ubicarse entre los 10 primeros, aunque es una de las naciones más desarrolladas y con grandes oportunidades para el comercio (Khazaei et al., 2021)

Importaciones y Exportaciones de España

Las operaciones internacionales españolas han sido modificadas en los últimos años, ya que, en 2020, se destacó por ser uno de los mayores exportadores e importadores de productos internacionalmente; con ventas ubicadas en US\$ 307 mil millones, para una disminución de 6,9%, con productos y servicio de 8,8% Coches, 6,3% Refinado de petróleo, 3,7% Medicamentos envasados, 3,5% Repuestos, 1,9% Camiones de reparto y servicios con cifras de US\$ 158 mil millones. En tanto, sus compras fueron US\$ 327 mil millones decreciendo 12%, entre los productos más destacado de importación se pueden mencionar 13% petróleo crudo,

4,6% Refinado de petróleo, 4,2% Repuestos, 4% Gas de petróleo, también mantiene una dinámica en el comercio de servicios, por US\$ 86 mil millones (Vásquez & Subiaga, 2021).

Barreras de Entrada al Comercio del Producto (Barreras arancelarias y no arancelarias) de España

En cuanto a las barreras arancelarias la nomenclatura de la Unión Europea de acuerdo a la codificación de las mercancías, usan diferentes tipos de tasas, los más habituales son los ad Valorem, para los países no miembros, principalmente en los productos agrícolas con mayor resguardo arancelario, continuado por las manufacturas y el sector minero (Ramírez, 2020).

Y como barreras no arancelarias se solicitan permisos especiales o licencias de importación, fitosanitarias, zoonosanitarias, que se utilizan en la mayoría de productos agrarios como la “carne de bovino, ganado ovino y caprino, pollos, pavos, productos lácteos, patatas, huevos, frutas, legumbres y hortalizas, trigo, cebada, arroz, almidón, hongos, embutidos, azúcar y jugo de uva” (Ramírez, 2020).

Italia

Datos principales de Italia

La República Italiana, conocida popularmente como Italia, su capital es Roma, es un país fundador de la Comunidad Europea, hoy en día Unión Europea, cuya forma de régimen es la “república parlamentaria”. Su región, se fragmenta en veinte territorios formados estas, a su vez, por 106 provincias; está ubicada en el sur de Europa, tiene una extensión geográfica de 301.340 Km², y cuenta con una población de 59.641.488 personas, es un país muy poblado y tiene una densidad de población de 198 habitantes por Km². La política se fundamenta en una democracia representativa desde mediados de 1946, cuando la monarquía fue suprimida por sufragio popular.

El poder ejecutivo está a compromiso del Consejo de ministros que están liderados por el jefe de gobierno “presidente del Consiglio dei Ministri”, llamado de modo informal primer ministro, siendo este uno de los 5 cargos más importantes del país contiguo a los de “presidente de la República, presidente del Senado de la República, presidente de la Cámara de diputados y presidente de la Corte constitucional” (Duggan, 2017, p.47). Conjuntamente, es un gobierno multipartidista; en el sur de la península y en la isla de Sicilia, la caterva tiene tanto o más dominio que el Estado, alcanzando a intervenir periódicos, magistrados y policías (Gordon, R., 2020).

Acercamiento Cultural del País de Italia

La cultura italiana es el grupo de expresiones ilustrativas derivadas de la región, este país es reconocido por su arte, sus saberes y sus cuantiosos monolitos, entre ellos la “Torre de Pisa y el Coliseo romano, La Fontana Di Trevi; así como por su culinaria que es muy reconocida a nivel mundial con platos como la pizza, la pasta, el risotto y el gelato; así mismo, sus vinos, su modo de vida, pinturas, diseños, material cinematográfico, teatro, retórica y música, principalmente la ópera, permitiéndoles crear una cultura integral.

De igual manera, la religión o creencias religiosas hacen parte de esta cultura, los católicos, protestantes, ortodoxos, Testigos de Jehová, mormones, y cristiano, en Italia simbolizan la generalidad de los cultos. Como en varios estados europeos, el procedimiento de irreligión es progresivo, especialmente en los jóvenes, no obstante, siempre están presentes los movimientos católicos como “Acción Católica, la Juventud Franciscana, la AGESCI, Comunión y Liberación y Camino Neocatecumenal”, que intentan rescatar la juventud para Dios. Su lengua italiana es conocida como “romance”; existen una gran cantidad de dialectos provinciales; el italiano actual es, como toda lengua oriunda, un habla que ha impactado como idioma propio de un territorio mucho más extenso que su zona lingüística (Machuca et al., 2021).

Moneda y Tipo de Cambio de Italia

La moneda existente italiana es el euro representado por €, no obstante, hasta el ingreso de la moneda única en las naciones partes de la Comunidad Europea, los billetes y monedas en el país fueron las liras. El valor específico de la lira era semejante a la de los francos 4,5 g de plata o 0,29 de oro, alcanzando la analogía entre el importe del oro y la plata de 1:15,5. Según lo dicho, en base a la moderna actual italiana y comparación a la moneda Colombia 1 euro es similar a 4.548,11 COP, y en correlación al dólar 1,22 USD (Guerrero, 2021).

PIB de Italia

El PIB de Italia en el primer trimestre de 2021 cayó un -0,4% en proporción al cierre del 2020 que fue del -6,6%, con cifras de 424.686 millones de euros. La variación interanual ha estado en -1,4%, 52 décimas superior al año anterior. Esto permite que el país se sitúe como la 7ª economía en el ranking de PIB trimestral de los países más destacados; su PIB per cápita trimestral de 7.121€ euros, -383 euros menor que en el mismo lapso del año preliminar, cuando fue de 7.504 euros (Delgado et al., 2021).

Inflación de Italia

El canon de variación anual del IPC en Italia en el transcurso del 2021 ha estado en 1,1%, 3 décimas por encima a la del mes anterior. La variación mensual del IPC se representa con un 0,4%, de forma que la inflación acumulada en 2021 es del 1,5%. Es de recalcar el aumento del 2,2% de los precios de hosterías, cafés y restaurantes, hasta situarse su tasa interanual en el 1%, que contrasta con el declive de los precios de Comunicaciones del -0,5%, y una variación

interanual del -3,4%, también, siendo esto afectado por la situación del COVID-19 (Mingot, 2021).

Tasa de desempleo de Italia

La cantidad de individuos sin ocupación que habían estado buscando trabajo de modo activo y vivían disponibles para unirse a un nuevo cargo, ya que, como otros países Italia, ha sido uno de los más golpeados por la pandemia mundial, con diferentes ciclos de confinamiento, cerrando el 2020 con un aproximado de 2,5 millones desempleados, con una tasa promedio de 0,5%; en donde se ven involucrados ambos sexos, tanto jóvenes como adultos (Brutto & Minutti, 2021).

Riesgo del País de Italia

De acuerdo a la situación política y económica del país, el riesgo de negociación no es tan elevado, aunque hoy en día se considera que el riesgo ha aumentado un poco en consideración a tiempos anteriores. Así mismo, el ingreso al mercado italiano tiene un riesgo considerable, ya que estos por su cultura, tienden a cerrarse un poco y proteger la producción nacional (Valderrama, 2021).

Doing Business de Italia

El país italiano se ubica en el puesto 51 del "Doing Business", entre los 190 que consienten este ranking, que cataloga los estados según la habilidad que brindan para hacer oportunidades de comercialización. En el 2020 Italia cayó 5 lugares en este ranking, lo que revela que se ha hecho más dificultoso hacer transacciones en la nación (Cornford, 2021).

INDEX The Global Competitiveness Report de Italia

En el último periodo registrado 2019, Italia ha derivado 71,53 puntos en el índice de competitividad, divulgado por el Foro económico Mundial y citado por Khazaei et al., (2021), que calcula cómo maneja una nación sus recursos y capacidad para suministrar a sus ciudadanos de un mejor estilo de vida. Ha mejorado su puntuación respecto al informe del año anterior en el que obtuvo 70,77 puntos (Khazaei et al., 2021)

Importaciones y Exportaciones de Italia

Las exportaciones para el 2019 registraron un aproximado de “USD 517.706,5 millones, y los principales productos fueron medicamentos dosificados (4,2%), partes de vehículos (2,8%), petróleo refinado (2,7%), automóviles de turismo (2,4%), baúles y maletas (2,0%), artículos de grifería (1,5%). Entre sus socios comerciales más importante se destacaron Alemania (12,3%), Francia (10,5%), EEUU (9,2%), Reino Unido (5,3%), Suiza (5,2%), Colombia (0,145%)”.

Por otra parte, las importaciones reflejaron un total de “USD 468.707,6 millones, y sus principales productos adquiridos fueron automóviles de turismo (6,4%), petróleo crudo (6,2%), medicamentos dosificados (3,6%), gas de petróleo (3,5%), sangre para usos terapéuticos" (2,0%), “teléfonos (1,9%). Alemania (16,6%), Francia (8,7%), China (7,6%), Países Bajos (5,5%), España (5,1%), Colombia (0,22%)” (Ministerio de Comercio, 2020).

Barreras de Entrada al Comercio del Producto (Barreras arancelarias y no arancelarias) de Italia

Los países europeos tienden a ser proteccionistas con los competidores externos, por lo tanto, generan barreras como tarifas Ad Valorem, y otros impuestos aduaneros con el propósito de restringir el ingreso de ciertos productos, y en caso de no tener mayor competencia, aplican

las no arancelarias como permisos para regular el acceso. En el caso de los productos agrícolas tienen ciertos lineamientos para su autorización, teniendo mayor aceptación por los orgánicos (Ramírez, G., 2020).

EEUU

Datos principales del país

Los Estados Unidos de América (EUA) o en inglés The United States of America (USA o EE. UU), su capital es la ciudad de Washington, ubicada en América del Norte, tiene una zona geográfica de 9.831.510 Km², así pues, es uno de los estados más magnos a nivel mundial. Gran parte de este se ubica en la parte central de América del Norte en el cual se hallan sus 48 estados adyacentes y Washington D.C., entre los piélagos Pacífico y el Atlántico, circunscribiendo con Canadá al norte y con México al sur. El estado de Alaska está en el noroeste del continente, limitando con Canadá al este y apartado de Rusia al oeste por el Estrecho de Bering. El estado de Hawái es un piélago polinesio en intermedio del Océano Pacífico y es el único estado estadounidense que no se localiza en América; de igual manera la nación tiene diferentes territorios en el Mar Caribe y en el Océano Pacífico. La nación americana tiene una población de 328.461.000 individuos, es uno de los estados más poblados del mundo 33 habitantes por Km² (Curzio, 2021).

Tiene una de las economías más estables a nivel mundial. Su geodesia expone un territorio con variadas formas de relieve e incidentes territoriales. Posee el río Mississippi-Missouri, el cuarto sistema fluvial más largo del mundo, corre de norte a sur a través del centro del país (Curzio, 2021).

Estados Unidos es la federación más pretérita internacionalmente, así mismo es una “república constitucional, democrática y representativa”, en la que la habilidad de la colectividad

es regulada por las retribuciones de las minorías, resguardados por la legislación. La administración está regulada por un método de inspecciones y proporciones, determinados por la Constitución, que se utiliza como el instrumento legal superior de la nación. En el sistema federalista americano, los habitantes están colectivamente sometidos a tres horizontes de administración: “Federal, estatal y local”; las obligaciones del gobierno local usualmente se fragmentan entre las direcciones de los condados y municipios. En aproximadamente todos los casos, los empleados del poder ejecutivo y reglamentario son designados por sufragio directo de los habitantes de la jurisdicción (Curzio, 2021).

Acercamiento Cultural de EEUU

Su idioma oficial es el inglés, a pesar que según las leyes oficiales y federales, no existe ninguno oficial, tan solo como un requerimiento para los tramites de naturalización; es importante destacar que el español es el segundo dialecto más departido en EEUU; existen aproximadamente 43 millones de hablantes nativos de español, con un 11,6 millones adicionales que son bilingües, según reseñas acopiadas en el censo de Estados Unidos y otras fuentes oficiales, con una pronunciación en los estados del sur y suroeste, en específico en “California, Arizona, Nuevo México, Texas, Florida, Nevada, Colorado”), pero también en las jurisdicciones hispanas de las ciudades de “Nueva York, Los Ángeles, Miami o Washington (D.C.) y municipios contiguos a estas ciudades.

Estados Unidos practica una autoridad financiera, política y militar en el mundo, adicional a esto es parte del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas, conjuntamente la Sede de la Organización de las Naciones Unidas se localiza en la ciudad de Nueva York. Igualmente, es miembro del G8, el G-20 y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, la gran mayoría de las naciones poseen una delegación o una cancillería en Washington D. C. u

otra ciudad significativa del país. A su vez, cerca de todos los estados a nivel mundial cuentan con una “misión diplomática estadounidense” (Ruiz & Aviléz, 2021).

Moneda y Moneda y Tipo de Cambio de EEUU

La moneda oficial de Estados Unidos, de otros países y dependencias es el dólar americano representada por su símbolo \$ y siglas USD, hoy en día la gran mayoría de las divisas se involucran entre sí, de acuerdo al flujo de capital de la misma o la nación, lo que hace modificar los cánones de cambio y los precios. Esta actividad es lo que hace que una moneda tome y disminuya su valor en el mercado. El dólar tuvo gran representación en la economía del mundo, pero en la actualidad con el euro y otras monedas virtuales ha suscitado que la oferta y la demanda sea diferente. En el mercado mundial un dólar americano equivale a 0,8196 EUR, y en relación a la moneda colombiana 1 dólar vale 3.721,71 COP (Tian et al., 2021).

PIB de EEUU

El gasto personal se destacó como motor de la actividad económica del país, con una contribución del 68% al Producto Interior Bruto estadounidense. La inversión privada y el sector estatal, tanto gasto como inversión, representaron un 17,5% del PIB. No obstante, el período efusivo más extenso de la historia financiera de los EE. UU, este se obstaculizó con la irrupción del coronavirus y su esparcimiento por todo su territorio hizo, que el país registrara el mayor número de casos inscritos, con incidencia específicamente en la “Costa Este y el Golfo de México”. En el 2020 la economía estadounidense se contrajo un 5% intertrimestral anualizado y llegando a un PIB con 33,1% intertrimestral anualizado (Urdaneta et al., 2021).

Inflación de EEUU

La tasa de variación anual del IPC en la nación americana, según el registro más actualizado del mes de abril de 2021 fue del 4,2%, 16 décimas por encima al mes de marzo. Por lo cual se puede determinar que la variación mensual del IPC fue del 0,8%, generando una inflación acumulada para lo que va del 2021 con un 2,5%. Es imperante indicar que, el aumento de transporte subida del 3,2% de los precios de Transporte, hasta ubicarse en una tasa interanual en el 14,9%, que difiere con el declive de los costos de vestido y calzado del -0,1%, y una variación interanual del 1,9% (Beker, 2021).

Tasa de desempleo de EEUU

La tasa de inactividad se situó en 2019 en EEUU en el 37,8% de acuerdo a las cifras de la Oficina de Estadísticas Laborales (Bureau of Labor Statistics, BLS) en 2019 la tasa de despido redujo dos décimas hasta el 3,5%. Apuntando que durante todo 2020 se establecieron aproximadamente 178.000 puestos de trabajo mensuales, cifra inferior a los 193.000 puestos de trabajo del año anterior, como toda la economía mundial, estos valores han sido afectados por la pandemia mundial, aunque en la actualidad se ha recuperado con un 6% el desempleo (Caicedo, 2021).

Riesgo del País de EEUU

Es el país de América con menor riesgo de inversión, debido a que es la mejor economía mundial, una moneda sólida, y un mercado con diversidad cultural y amplias relaciones internacionales, en el caso en mención cuenta con tratado de Libre Comercio con Colombia, lo cual es una ventaja competitiva, representando un riesgo comercial del 0,05% (Madrid, 2021).

Doing Business de EEUU

La nación de Estados Unidos se localiza en el 8º lugar del “Doing Business” de los países que participan en este ranking, que encasilla los estados según la habilidad que brindan para llevar a cabo actividades comerciales. En el actual año ha disminuido 2 sitios en este ranking, lo que indica que se ha hecho más arduo la realización de negocios en el país. Empero, se trata, sin duda de un país donde resulta sencillo ingresar al mercado (Cañardo, 2021).

INDEX The Global Competitiveness Report de EEUU

El INDEX valora la capacidad de los estados de suministrar altos grados de bienestar a sus habitantes". A su vez, esta práctica pende de cuán productivo y competitivos es con los recursos que dispone, midiendo en general todos los aspectos en general tanto las empresas del estado como las privadas, en donde Estados Unidos se ubica en el puesto 2, siendo uno de los países más atractivos para la inversión extranjera, debido a que conduce el ranking como innovador, competitivo y gran talento humano (Khazaei et al., 2021)

Importaciones y Exportaciones de EEUU

Las exportaciones estadounidenses disminuyeron parcialmente, representando un 11,7% del PIB, aunque las importaciones un poco menos simbolizando un 14,6% del PIB, a finales del año 2019., según lo expuesto por Flores & Cusipuma (2021), quienes resaltan que Estados Unidos es el mayor importador de “automóviles, petróleo crudo, dispositivos de sistemas telefónicos, computadoras, medicamentos y repuestos de automóviles” (p.45) y el segundo mayor exportador de productos y servicios comerciales en el mundo, se enfocaron en “aceites refinados de petróleo, automóviles, piezas y accesorios de automóviles, circuitos integrados electrónicos, teléfonos móviles y gases de petróleo” (p.47). Empero, la economía de Estados

Unidos tiene gran vinculación con las operaciones internacionales, las cuales se han visto impactadas por el COVID-19, con un déficit de “12,6% y 12,3% en 2020 a nivel de las exportaciones e importaciones respectivamente. En el transcurso del 2021 ha logrado estabilizar su economía en general aumentando considerablemente las importaciones con un 7%, y las exportaciones y 7,2%” (p.65).

Barreras de Entrada al Comercio del Producto (Barreras arancelarias y no arancelarias) de EEUU

Estados Unidos ha mantenido barreras de entrada de modo arancelario, como no arancelario, con el propósito de proteger su producción nacional, y en ciertos momentos ha sido rígido con ciertas naciones, en la actualidad está comenzando a reabrir muchos tratados que se habían paralizado, como con China, en donde su relación comercial está volviendo a fluir, teniendo presente prioridades de estado, en relación con el producto a exportar, tiene gran aceptación en el mercado norteamericano, y sus exportaciones han sido positivas, con solicitud de registros fitosanitarios esenciales para verificar la calidad del producto (Riojas, et al., 2018).

De acuerdo a lo estudiado con cada detalle de los cuatro mercados potenciales se puede decir que en general todos tienen gran aceptación por el plátano fresco, y que sus economías son bastante rentables, aunque es importante tener presente aspectos como la ubicación geográfica y convenios internacionales con Colombia, y la mejor opción fue Estados Unidos, el cual es un mercado con gran recorrido y antecedentes positivos de las negociaciones con esta nación.

Tabla 13
Resumen estadístico de mercados seleccionados

IDENTIFICAR MERCADO POTENCIAL	ANÁLISIS MERCADOS EXTERNOS			PAIS: PAIS No. 1 REINO UNIDO			PAIS: PAIS No. 2 ESTADOS UNIDOS			PAIS: PAIS No. 3 ESPAÑA			PAIS: PAIS No. 4 ITALIA			
	FACTOR	Valoración		DESCRIPCIÓN / VALOR	CALIFICACION	PONDERACION	DESCRIPCIÓN / VALOR	CALIFICACION	PONDERACION	DESCRIPCIÓN / VALOR	CALIFICACION	PONDERACION	DESCRIPCIÓN / VALOR	CALIFICACION	PONDERACION	
	ECONOMICOS	30%	MONEDA	20%	Libra esterlina	3,00	0,18	Dólar Americano	4,7	0,28	Euro	4,67	0,28	Euro	3,00	0,18
			PIB \$	15%	2,978 billones	3,67	0,17	22,321 billones	4,7	0,21	\$1,398 billones	3,33	0,15	\$1,989 billones	3,67	0,165
			INFLACIÓN %	15%	1.7%	3,33	0,15	0.7%	4,7	0,21	1%	4,00	0,18	0.1%	3,33	0,15
			TIPO DE CAMBIO	30%	0,00021 libra esterlina (1 PESO	3,67	0,33	0,00025 dólar estadounidense (1 PESO	4,3	0,39	1 euro=1,12dólares	3,00	0,27	0,9107	2,67	0,24
			TASA DE DESEMPLEO	20%	2.8%	3,67	0,22	4.1%	2,3	0,14	13.7% MENOS	2,00	0,12	9.80%	3,67	0,22
				TOTAL		3,47	1,05		4,13	1,23		3,40	1		3,27	0,955
	DEMOGRAFIA Y ESTABILIDAD POLITICA	20%	RIESGO PAIS	40%	67 747 826	3,00	0,24	309 349 689	4,0	0,48	47 650 000	2,67	0,32	60,541,000	3,67	0,44
			DOING BUSINESS	20%	Inglés	4,00	0,16	INGLES AMERICANO	4,7	0,28	Castellano	2,67	0,16	Italiano (95 %), alemán y otros	2,33	0,14
			(INDEX GLOBAL COMPETITIVNESS ICG)	40%	-6	1,67	0,13	-12,4	5,0	0,6	-2,1	3,33	0,4	-50	2,33	0,28
			TOTAL		2,89	0,53		4,56	1,36		2,89	0,88		2,78	0,86	
	COM. EXTERIOR DEMANDA Y OFERT	50%	IMPORTACIONES MUNDIALES	10%	PUESTO N° 7	3,67	0,18	PUESTO N° 8	4,3	0,13	PUESTO N° 30	3,00	0,09	PUESTO N°51	3,33	0,1
			EXPORTACION DESDE COLOMBIA	50%	PUESTO N° 9 con -0,96%	4,00	1,00	PUESTO N° 2 con -2,30%	4,0	0,6	PUESTO N° 23 con 1,46%	3,33	0,5	PUESTO N° 30 con 1,07%	3,33	0,5
			BALANZA COMERCIAL POR PRODUCTO	40%	40,435	4,00	0,80	46,813	4,3	0,51	4,031	3,00	0,36	4,409	3,00	0,36
			TOTAL		3,83	1,98		4,17	1,24		3,17	0,95		3,33	0,96	
		100%				3,56			3,83			2,83			2,78	

Nota. Fuente: Elaboración propia

Tabla 14

Resumen cualitativo de mercados seleccionados

ANÁLISIS CUALITATIVOS MERCADOS EXTERNOS		REINO UNIDO	ESPAÑA	ITALIA	ESTADOS UNIDOS
FACTOR					
Información General	Capital del país	Londres	Madrid	Roma	Washington D. C.
	Tipo de gobierno	Monarquía parlamentaria unitaria	Monarquía Parlamentaria (Rey) y Presidencia de la República (presidente)	República parlamentaria	República federal presidencialista
	Idioma	Oficial: Gales General: Ingles	Oficial: Castellano Otros: Catalán, gallego, euskera y aranés	Oficial: Italiano Otros: Alemán, siciliano	Más hablado: Ingles (Aunque no es oficial, solo para trámites legales) Otros: Mandarín, japones, español, Francés, alemán, tagalo, vietnamita, italiano, coreano, ruso, polaco, árabe, portugués, japonés, francés criollo, griego, hindi, persa, urdu, Cantonés, gujaratí, armenio
	Extensión territorial	243.305 km ²	505.370 km ²	301.340 Km ²	9.831.510 Km ²
	Densidad de la Población	67.747.826	47.450.795	59.641.488	328.461.000
	Geografía y Clima	Variedad montañosa y tierras bajas. Con un clima templado y un clima oceánico con abundantes lluvias durante todo el año.	Predomina el carácter mediterráneo en casi toda su geografía, penínsulas. Su clima es diverso a lo largo de todo su territorio, temperaturas suaves, precipitaciones abundantes casi todo el año excepto en verano.	Montañas, alpes, penínsulas, valles. Su clima en general un carácter continental (en el norte central), mediterráneo y subtropical, pero presenta notables variaciones regionales	Su geografía es variada, presentando relieves montañosos, llanuras, ríos, costas, áreas volcánicas, entre otros. Su clima también es diverso, presentan estaciones climáticas, tropical, húmedos, alpino, entre otros.
	Cultura – Religión	Cristianismo 60% Presbiteriana, metodista, musulmana, hindú y sikh 40%	El 60% catolicismo; el otro 14,8 % son protestantes, musulmanes, ortodoxas, bahá'í; 9,6 % de ateos y un 15,6 % de no practicante.	30% católicos, 45% cristiano protestantes, 10% ortodoxos, y demás 15% testigos de Jehová, mormones.	78.4 % cristianos, 23.9 % católicos, y otros no cristianos eran el judaísmo 1.7 %, el budismo 0.7 %, el islam 0.6 %, el hinduismo 0.4 % y el unitarismo universalista 0.3 %.
Comercio y Demanda	Importaciones	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos, Oro para uso no monetario, Emisores receptores de radio, telefonía, radiotelegrafía, televisión, radiodifusión, Los demás medicamentos acondicionados para la venta al por menor. Provenientes de Alemania, China, Estados Unidos, Países Bajos y Francia.	Petróleo crudo, refinado de petróleo, repuestos, gas de petróleo. Originarios de Alemania, Francia, China, Italia y Estados Unidos.	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos, en estado gaseoso: Gas natural, vehículos de turismo con motor diesel/semid., cilindrada >1500cm ³ , ≤2500cm ³ , los demás medicamentos acondicionados para la venta al por menor, aceites de petróleo o de minerales bituminosos, exc. los crudos. Provenientes de Alemania, Francia, China, Países Bajos, España.	Automóviles de turismo, máquinas para procesamiento de datos, teléfonos, medicamentos dosificados, petróleo crudo, partes de vehículos. Proveedores: China, México, Canadá, Japón, Alemania, Colombia.

Continúa...

ANÁLISIS CUALITATIVOS MERCADOS EXTERNOS		REINO UNIDO	ESPAÑA	ITALIA	ESTADOS UNIDOS
FACTOR					
	Exportaciones	Oro para uso no monetario, Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos, Las demás partes de aviones o de helicópteros, Vehículos de turismo mot. embolo alterna, explosión cilindr.>1500cm3<=3000cm3, Los demás medicamentos acondicionados para la venta al por menor. Los principales destinos de estos productos fueron: Estados Unidos, Alemania, Francia y los Países Bajos	Coches, refinado de petróleo, medicamentos envasados, repuestos, camiones de reparto. Son exportados hacia Francia, Alemania, Italia, Portugal y Reino Unido.	Aceites de petróleo o de minerales bituminosos, exc. los crudos, Los demás medicamentos acondicionados para la venta al por menor, Artículos de joyería de met. preciosos, incl. revestidos/chapados de met. prec, Cultivos de microorganismos, toxinas y productos similares, Las demás partes y accesorios de veh. automóviles. Son exportado hacia Alemania, Francia, China, Países Bajos, España.	Petróleo refinado, petróleo crudo, automóviles de turismo, circuitos electrónicos, gas de petróleo, partes de Vehículos. Aliados comerciales: Canadá, México, China, Japón, Reino Unido, Colombia.
	Barreras Arancelarias y No Arancelarias	No Arancelarias: Licencias de importación, certificados fitosanitarios, revisión del departamento de salud por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (AESAs). Exámenes de Riesgo por la Autoridad Europea de Seguridad del Alimento (EFSA). Análisis de riesgos y de Puntos Críticos de Control (HACCP). Etiquetado por el Conformité Européene (CE); Certificación EurepGap de buenas prácticas Agrícolas y manejo de fertilizantes. Arancelarias: Ad valorem, IVA del 21%, derechos específicos, compuestos, mixtos y variables. Los productos agrícolas tienen mayor protección arancelaria	No Arancelarias: Licencias de importación, Requisitos de etiquetado, Salvaguardias, permisos sanitarios, normas técnicas, regulaciones sanitarias y fitosanitarias, las Barreras Técnicas al Comercio (BTC), Licencia de importación. Arancelarias: Ad valorem, IVA del 21%, derechos específicos, compuestos, mixtos y variables.	No Arancelarias: Licencias de importación, Requisitos de etiquetado, Salvaguardias, permisos sanitarios, normas técnicas. Arancelarias: Umbral de Aduanas (150 euros); Aranceles promedio: Derechos varía de 0-17%, y la media de la tarifa general es de 4,2%; agroalimentario (arancel medio de 17,3% y numerosas cuotas tarifarias, PAC. Ad Valorem	No Arancelarias: Regulaciones y permisología Restricciones Sanitarias y Fitosanitarias dirigidas por: Food and Drug Administration FDA, el Departamento Federal de Agricultura USDA, y los procedimientos de la oficina de Custom and Borders Protection CBP; Animal and plant Health Service- APHIS), Food Safety and Inspection Service- FSIS. Arancelarias: Ad Valorem (Generalized System of Preferences GSP), específica, tasa impositiva,
	Puertos Internacionales	Puertos Marítimos: Liverpool, Prestwick, Sheerness, Southampton, Tilbury. Aeropuertos: Londres (Heathrow, Gatwick, Stansted, City), Manchester, Liverpool, Newcastle, Edimburgo, Glasgow, Birmingham, Belfast.	Puertos Marítimos: Valencia, Algeciras, Barcelona, Las Palmas, Bilbao. Aeropuertos: Adolfo Suárez (Madrid), El Prat (Barcelona), Zaragoza, Vitoria, Gran Canaria.	Puertos Marítimos: Génova, La Spezia, Nápoles, Livorno, Ancona, Brindisi, Tarento, Trieste. Aeropuertos: Roma Fiumicino y Milano Malpensa.	Puertos Marítimos: Nueva York y Nueva Jersey, Virginia, Norfolk (VA), Savannah (GA), Miami (FL), Long Beach, Los Ángeles (LA), Charleston (NC), Oakland (CA), Houston (TX). Aeropuertos: New York (JFK), Chicago (ORD), Dallas (DFW), Philadelphia (PHL), Miami (MIA), Los Ángeles (LA)
	Tratados de Libre Comercio TLC	TLC Unión Europea con Países Andinos (Colombia, Perú y Ecuador)	TLC Unión Europea con Países Andinos (Colombia, Perú y Ecuador) ICEX y ProColombia desde el 2015. Memorando de Entendimiento (MOU) entre el ICO y el Banco de Comercio Exterior de Colombia (Bancóldex) desde 2014.	TLC Unión Europea con Países Andinos (Colombia, Perú y Ecuador) Comercio bilateral Italia – Colombia desde 2018 (Para impedir doble tributo)	Tratado de Libre Comercio - TLC entre Colombia y Estados Unidos

Fuente: Elaboración propia

Es de resaltar que Colombia es el 4to productor de plátano en el mundo, antecedido por Uganda, Camerún y Ghana, las exportaciones colombianas de este producto en el año 2019, tuvieron un crecimiento del 7,36%, en relación al año 2018, llegando a las 113.874 toneladas enviadas. El principal destino de exportación es los Estados Unidos registrado el 41% de participación del mercado para 46.813 ton.

Según el estudio de las estadísticas y variables económicas, como las cualitativas, por esta razón por tener el perfil del país, es el más adecuado para hacer llegar el producto, ha sido seleccionado como mercado objetivo Estados Unidos; seguidamente, se eligió como mercado alternativo a Italia, debido al acuerdo comercial que integra a Colombia con la UE, en el cual se administra una sucesión de planes de apoyo técnico relativo al comercio “TRA” (abreviaturas en inglés) que asumen como principio el fortalecimiento de la capacidad productiva de Colombia para consentir una máxima producción para la exportación, como instrumento de disminución de la indigencia. Estos planes de contribución son independientes del pacto, pero terminan su habilidad, en determinado para exportaciones rurales entre los cuales se incluye el plátano, este país permite el ingreso de este producto, debido a que su producción es muy baja, y la demanda es elevada.

Y consecutivamente como mercado contingente España, ya que también presenta este beneficio con Colombia entrando dentro del tratado antes descrito, aunque su producción de plátano es mayor, que la de Italia, por lo tanto, quedaría como una tercera opción, y Reino Unido, no se ha seleccionado, debido a que tiene restricciones arancelarias y no arancelarias y protege su producción nacional.

Definición del proceso de Logística de Distribución Física Internacional del plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca para la Empresa Comercializadora D&J Agrícola del Llano SAS

El proceso de logística de la Distribución Física Internacional (DFI), permitió la organización de las operaciones comerciales para ubicar el producto ofrecido en el mercado estadounidense, teniendo en cuenta factores esenciales, ya que, por ser una carga perecedera, debido a su naturaleza puede presentar variaciones físico químicas, reflejadas en la calidad del producto, requiriendo un manejo adecuado. Por lo tanto, la empresa Comercializadora D&J Agrícola del Llano S.A.S., ubicada en sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca, en alianza con los cultivadores de plátano de la zona, llegó al acuerdo de comercializar su mercancía de mayor calidad tipo exportación, la cual es la que se produce en mayor porcentaje según los resultados en la encuesta realizada ubicándose por encima de 60% en su totalidad, de lo cual se dejara una parte para despacho de pedidos y otra como reserva en caso de pedidos continuos, al iniciar se dejaría 30.000 kl, por si algún comprador desee más plátano, lo cual sería almacenado en un cuarto frio con las condiciones de empaque y embalaje prestas en 1200 cajas, para ser despachadas con mayor rapidez, lo cual puede variar según la experiencia que se adquiriera desde la primera exportación, debido a que estos datos son tomados empíricamente en el momento.

El proceso de DFI, se centra principalmente en el transporte, ya que este es el que está presente en todo el transcurso de la entrega de los productos, siendo así un elemento de más significativo en cuanto al coste en la cadena de comercialización, por ende, la selección adecuada del medio a manejar ya que es concluyente para conservar la capacidad de las exportaciones, y

según lo pactado entre las partes, quienes evalúan lo más conveniente en los beneficios que ofrece cada uno de los medios de transporte para la comercialización de plátano al mercado de Estados Unidos, donde en la práctica colombiana se ha manejado el marítimo, que ofrece ventajas en el costo, aunado a esto, la amplitud en la carga, ya que el plátano es un producto que representa un volumen significativo, así como su peso.

Mercado Objetivo Internacional

Entre las empresas del mercado objetivo como posibles compradoras del plátano se pueden mencionar las siguientes, teniendo presente que el valor de venta según la United States Department of Agriculture USDA (2021) el plátano verde importado desde Colombia, oscila entre 23 a 35 dólares por cada 50lb, y es de notar una característica llamativa, que el amarillo, es decir, el maduro, tiene mayor valor pasando los 37 dólares. Así mismo, estas estadísticas permiten ver que el plátano con mayor valor en el mercado es el mexicano, con un valor de 40 Usd por 50 lb; aunque en Miami, el precio de venta es menor de 16 a 20 Usd por 50 lb, teniendo presente que el plátano de referencia es el de Guatemala, ya que el colombiano, es mejor valorado, como referencia en otras ciudades de EEUU.

El Sol Brands Inc.; es una empresa comercializadora que realiza negocios con los proveedores extranjeros y nacionales, para suministrar bienes tropicales de alta calidad a los vendedores de víveres exquisitos incluidos el plátano fresco, en todo el este de EE. UU. y Canadá, se encuentran ubicados en Miami 2255 NW 110th Avenue, Miami, FL 33172; y en Nueva York 99 Seaview Blvd, Port Washington, NY 11050 (El Sol Brands Inc., 2021).

Figura 10
Plátano comercializado por El Sol Brands Inc.



El Sol Brands > Product > Plantain Green (Platano Verde)

Plantain Green (Platano Verde)

PLU/UPC#:

Pack size

Description

Uses:

Demographics

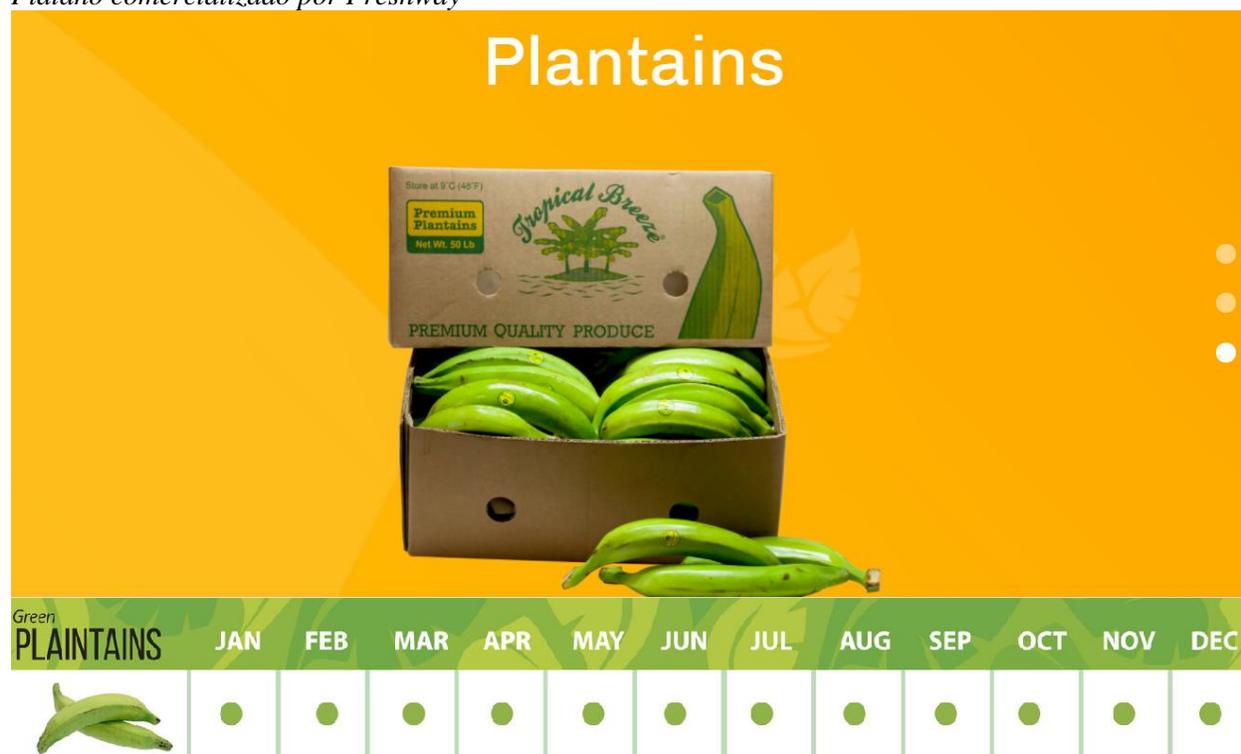
Country of origin

Quality specifications

Nota. Fuente: El Sol Brands Inc., (2021)

Freshway Produce Inc., es un productor, envasador, comercializador y distribuidor de frutas exóticas frescas, raíces tropicales y otros productos frescos de primera calidad durante todo el año. Vende Plátanos verdes duros comercializados bajo la etiqueta Tropical Breeze®, obtiene los plátanos verdes duros de América Central y del Sur, los venden en diferentes presentaciones, incluida nuestra popular bolsa de racimo. Se encuentran situados en Miami, FL 33126, 7186 NW 12th St., P.O. Box 431831 Miami, FL 33243 (Freshway, 2021).

Figura 11
Plátano comercializado por Freshway



Nota. Fuente: Freshway, (2021)

Dole, es una compañía que cultiva, procesa, comercializa y distribuye, productos agrícolas de primera calidad, entre los cuales se destaca el plátano, en diversos países del mundo, con compromisos de generar oportunidades para el agro en general, en especial para las comunidades vulnerables de diversos países (Dole, 2021).

Figura 12

Plátano comercializado por Dole

Nota. Fuente: Dole, (2021)

Tipo de Carga

El plátano se considera un tipo de carga perecedera, por ser un producto no climatérico, debido a que su conservación es más prolongada, a pesar que requiere un método de enfriamiento, para conservar su estado y lograr entregarse en el exterior, ayudándole a mantener su color, textura y sabor, evitando que se deshidrate, durante la manipulación y cambios de temperatura externos, por lo tanto, se transporta en vehículos especiales de enfriamiento constante en su logística, para certificar no solo la administración postcosecha y la comercialización, sino la cadena de frío para alcanzar a los compradores potenciales (Mora, 2020).

Empaque, Embalaje y Etiquetado para la Exportación

Continuando con la información en cuanto a los permisos, el empaque, embalaje y etiquetado para la exportación de plátanos, demanda que tenga las siguientes características

Empaques con dedos o conocidos en el país como manojos individuales en cajas de cartón de 50 libras, con diseño semi descubierto para mayor visibilidad del producto, libres de daños mecánicos, de residuos químicos, por insectos o enfermedades. Con un embalaje de paletizado de caja de cartón corrugado rígido para brindar mayor seguridad y ajuste durante el camino.

Figura 13

Embalaje y empaque del plátano



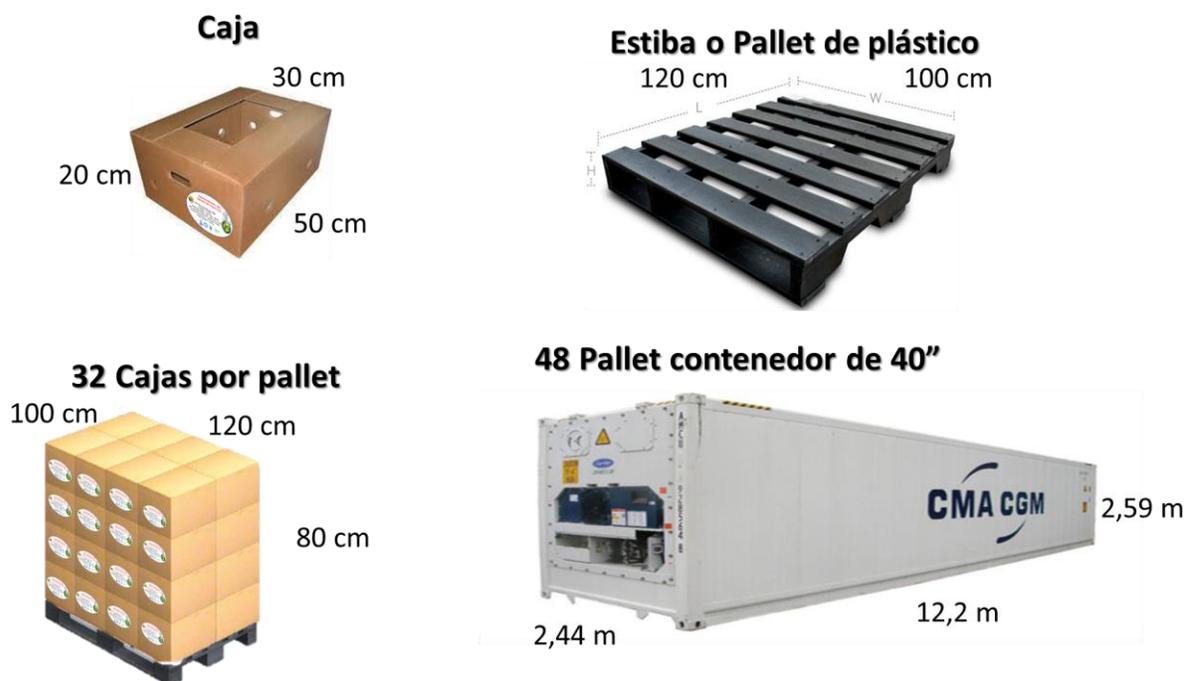
Nota. Fuente: Guerrero & Mathias, (2017).

Debido a que estos son regulados por el “Servicio de Seguridad e Inspección de Alimentos, Departamento de Agricultura delos Estados Unidos”, la rotulación y etiquetado deben mostrarse en idioma inglés el nombre de la empresa “Comercializadora D&J Agrícola del Llano S.A.S.”, fecha de embalaje, nombre de los productores, origen del producto que sería Zona de Alto Cauca del Departamento de Arauca, y parte en donde fue embalado, que normalmente es

posterior a las inspecciones fitosanitarias correspondiente, en el puerto de embarque. Dando a conocer su información nutricional.

Figura 14

Detalles de la caja, estibas, arrume por estiba y cantidad por contenedor



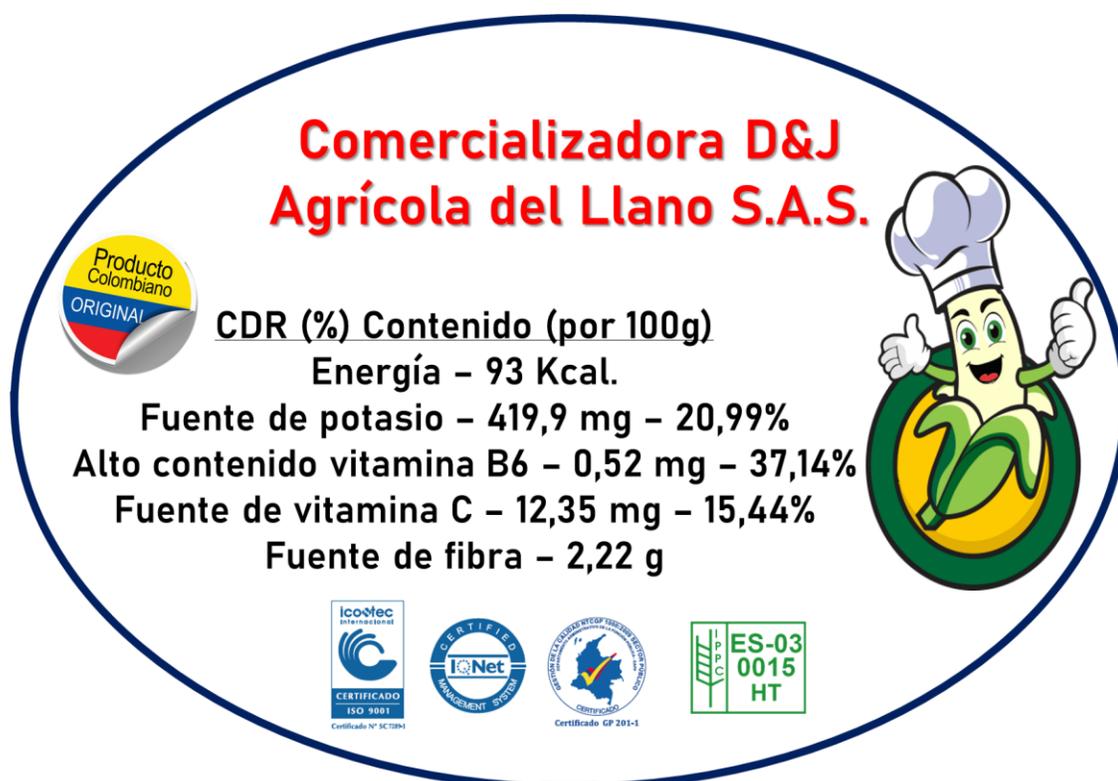
Nota. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las medidas tanto de las cajas de cartón corrugado, caben 50 libras de plátano; en el pallet de plástico con dimensiones de 1.2 m por 1 m y un arrume de 4 niveles, tendría una capacidad de 32 cajas, y el contenedor de 40" con 12.2 m de largo, 2,44 m de ancho y 2,59 m de alto, se organizarían 24 estibas con 2 niveles para un total de 48 estibas por contenedor, siendo un total de 1536 cajas, equivalentes a 76.800 lb o 38.400 kl. (38.4 ton), en cada embarque.

Cada caja tendrá como identificación la etiqueta correspondiente, en donde se identifica el contenido nutricional del plátano por cada 100 gr. en donde se ubicarán los sellos de

certificación por las autoridades nacionales INVIMA e ICA, las cuales certifican la calidad y autorización de bien a exportar.

Figura 15
Modelo etiqueta Plátano verde



Nota. Fuente: Elaboración propia

Transporte

El transporte indicado para la exportación de plátano es por vía marítima, ya que este cuenta con gran capacidad para carga, así como una mejor manipulación a nivel internacional, donde los buques transportan diversas mercancías a gran escala, por lo tanto, permite que el costo del flete sea más económico está combinado por el importe básico más recargos, aunque su tiempo de entrega es un poco más prolongado.

La naviera tiene la libertad de liquidar su tarifa según el tipo de producto, peso o volumen, a su conveniencia, según la relación o frecuencia de las operaciones de la mercancía, “en correspondencia de estiba (peso /volumen) está dada por 1 Ton equivale a 1 m³ o 2.000 libras a 40 pies cúbicos”. En el caso del plátano debe ir en contenedores especiales para el resguardo de la mercancía mediante la cadena de frío (Sistema Con-Air), reduciendo posibles variaciones en su maduración, y evitando el sobrecalentamiento. Los buques con cámaras de frío, ordinariamente son de gran capacidad “más de 4.000 toneladas” y tienen sistemas eficaces para que el aire circule y sea controlado (Rovira, 2015).

Figura 16

Ruta de Transporte Marítimo empleada para el plátano



Nota. Fuente: Diseño elaboración propia

Dichos contenedores enfriadores tienen espacios estandarizados, todos son de 8 x 8 pies de ancho, pero pueden tener 10, 20, 30 o 40 pies de largo. Las dimensiones más empleadas son las de 40 pies y en menor simetría los de 20 pies (Rovira, 2015).

Costos de DFI

En servicios existe una amplia variedad de elecciones para los comerciantes colombianos, debido a que, la oferta marítima presente ha disminuido, así mismo, se deben contratar empresas transportadoras desde el lugar de producción departamento de Arauca hasta el puerto de Cartagena. Por lo tanto, la carga a enviar debe ser significativa para reducir los costos de flete y manejo interno de las mercancías, de acuerdo al precio negociado. Teniendo presente que se realiza el cálculo de la DFI en base al termino de negociación seleccionado Free on board - FOB.

De acuerdo a los procesos de DFI para la exportación de plátano y en referencia con otras operaciones investigadas, el termino de negociación adecuado para este mercado sería el FOB “Free On Board/ Libre a bordo”, en el cual la Comercializadora D&J Agrícola del Llano S.A.S. como vendedora toma la responsabilidad de los gastos hasta el embarque del producto en el puerto de origen, instante en el que cede los riesgos, así como el despacho de exportación y costos en origen.

Asimismo, se encomienda de acordar el envío ya que corre por cuenta del comprador, que en este caso sería una de las 3 alternativas antes mencionadas u otra que posteriormente se contacte. Es de resaltar que el comprador se comisiona de los importes del “flete, descarga, gestiones de importación y entrega en destino, seguro si lo desearía adquirir, que por tratarse de este tipo de producto normalmente se emplea.

Figura 17
Incoterms 2020 seleccionado FOB



Nota. Fuente: TIBA, (2020)

Tabla 15
Calculo Costos DFI - FOB

Producto a Exportar: Plátano Fresco					Código Arancelario: 080310	
					TRM: 3.721.71 COP	
Precio PVP	Empaque y embalaje	Pallets y manipulación	Transporte Nacional	Seguro Nacional	Almacenaje	Agenciamiento Aduanal
\$ 750.000 x Ton. Margen de ganancia del 20%	1536 cajas c/u 50 lb. = 38.400 kl = 38.4 ton Con aproximadamente 75 plátanos cada caja Valor de la caja 0,50 Usd. 1.860.85 COP	48 unitarizadas 4 USD por tonelada servicio de alquiler de estiba plástica (32 cajas por pallet) 4 USD x 38.4 ton = 152 USD	Contenedor refrigerado 40`	Asegurado trasladado Arauca a Cartagena	Diario con logística dentro del puerto Aprox 2 días en puerto \$ 1'895.000	15% sobre el valor de la mercancía
\$ 28'800.000	\$ 2'858.265,60	\$ 565.699,92	\$ 4'650.000	\$ 2'270.396,50	\$ 3'790.000	\$ 432.000
Total DFI – FOB Cartagena					\$ 43.366.362	
Valor Tonelada					\$ 1'129.332.34	
Valor Kl					\$ 1.129.33	

Nota. Fuente: Elaboración propia basado en precios del mercado

De acuerdo a lo expuesto en el cálculo del DFI – FOB Cartagena, el valor total del contenedor de 38.4 toneladas puesto en el puerto de embarque del país de origen es de \$ 43.366.362, lo que significa que cada tonelada tiene un valor equivalente a \$ 1'129.332.34, al TRM del día de 3.721,71 COP, sería:

$$1.129.33 \text{ kl} \times 25 \text{ kl (50lb)} = 28.233,25 \text{ COP} = 7.58 \text{ USD (valor por caja)}.$$

El precio de venta FOB sería de 9USD, lo cual tendría una rentabilidad del 15.77% con un equivalente de 1.42 USD por cada 25 kl (por caja), siendo 1536 cajas en total, el embarque tendría una ganancia de 2.181,12 USD, en moneda nacional sería de 8'117.474,30 COP.

Dicho esto, se evidencia que la exportación de plátano es rentable, tanto para los campesinos y cultivadores quienes adquieren una ganancia inicial del 20% del precio de venta, como para la comercializadora con un 15.77% de utilidad.

Para brindar mayor oportunidad de elección al cliente en caso de variar el termino de negociación se da a conocer otras opciones de negociación

Tabla 16
Valor embarque y Unidad Comercial Términos Incoterms

EXW ARAUCA			
	Cantidad	Costo Unitario USD	Total USD
Costo de Mercancía	38.4 ton.	231,75	8.899,20
Empaque	1536 cajas	0,50	768,00
Embale (Pallets)	48 Pallets	2,50	120,00
Cargue Contenedor	48 Pallets	1,50	72,00
TOTAL EXW	38.4 ton.	256,75	9.859,20
UNIDAD COMERCIAL	1 caja de 25 kl		6,42

Continuación Tabla 16 Valor embarque y Unidad Comercial Términos Incoterms

FCA ARAUCA			
Transporte Nacional Arauca – Cartagena	1 und 40”	32,54	1.249,54
Seguro	0.4% EXW	1,03	39,55
TOTAL FCA	38.4 ton.	290.32	11.148,29
UNIDAD COMERCIAL	1 caja de 25 kl		7,26
FAS CARTAGENA			
Almacenamiento	38.4 ton.	20,52	1.018,37
Agente Aduanero y Documentos		3,02	115,97
TOTAL FAS	38.4 ton.	313,86	12.052,22
UNIDAD COMERCIAL	1 caja de 25 kl		7,85
FOB CARTAGENA			
Manipulación y cargue de mercancía	38.4 ton	6,00	230,40
TOTAL FOB	38.4 ton.	319,86	12.282,62
UNIDAD COMERCIAL	1 caja de 25 kl		8,00
CFR - MIAMI – EEUU			
Transporte internacional hasta puerto de Miami	38.4 ton.	66,46	2.552,20
TOTAL CFR	38.4 ton.	386,32	14.834,82
UNIDAD COMERCIAL	1 caja de 25 kl		9,66

Continuación Tabla 16 Valor embarque y Unidad Comercial Términos Incoterms

CIF MIAMI – EEUU			
Seguro y flete Internacional	0,5% FOB	1,60	61,41
TOTAL CIF	38.4 ton.	387,92	14.896,23
UNIDAD COMERCIAL	1 caja de 25 kl		9,70
DPU MIAMI – EEUU			
Descargue y manipulación en puerto de Miami	38.4 ton.	7,00	268,80
TOTAL CFR	38.4 ton.	394,92	15.165,03
UNIDAD COMERCIAL	1 caja de 25 kl		9,87
DAP MIAMI – EEUU			
Deposito	38.4 ton.	22,50	864,00
Transporte Nacional EEUU	0,3% CIF	1,16	44,69
TOTAL DAP	38.4 ton.	418,58	16.073,72
UNIDAD COMERCIAL	1 caja de 25 kl		10,46
DDP MIAMI – EEUU			
Agente de Aduana	38.4 ton.	4,35	167,04
TOTAL DDP	38.4 ton.	422,93	16.240,76
UNIDAD COMERCIAL	1 caja de 25 kl		10,57

Nota. Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a las diversas opciones de negociación en la entrega, en el precio de por unidad comercial que equivale a la caja de 25kl., en cada uno de los términos, se puede decir

que, es rentable, basado en el valor de referencia comercial de la United States Department of Agriculture USDA (2021) en donde su precio de venta al público es de aproximadamente de 16 a 20 USD.

Documentos y Demás Pasos de la DFI

Permisos Fitosanitarios y de Consumo Humano

De acuerdo a la legislación colombiana, y los requerimientos básicos para la exportación de plátano fresco, el “Instituto Colombiano Agropecuario es registrado por la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF)”, como jurisdicción delegada de la certificación fitosanitaria de las exportaciones de bienes de origen vegetal y el despacho del documento oficial cuando la entidad fitosanitaria en el país importador en este caso el “Servicio de Salud Animal y Vegetal de los Estados Unidos, APHIS por sus abreviaturas en inglés, Animal and Plant Health Inspection Service”, en Estados Unidos así lo establezca (Instituto Colombiano Agropecuario - ICA, 2021).

Consiguientemente, en caso de ser solicitado por la Animal and Plant Health Inspection Service - APHIS análoga del Instituto Colombiano Agropecuario - ICA en EE.UU., requiera la expedición de un “Certificado Fitosanitario (CF)” como evidencia de que se han realizado los procesos de inspección o método que consientan afirmar que el fruto no estará contaminado de plagas; asistiendo en la estabilidad sanitaria de ambos países, quienes son partícipes de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria, manteniendo el ingreso a los mercados mundiales. Dicho certificado posee un área específica en la parte inferior para dar detalle de la manipulación realizada antes del embarque, como requisito indispensable y conocer en caso de

algún inconveniente, reconociendo en qué punto se presentó la situación (Instituto Colombiano Agropecuario -ICA, 2021)

Según Bowen, (2012), para que la Animal and Plant Health Inspection Service - APPHIS, acepte la inspección del producto, se requiere aproximar o contar con particularidades de acuerdo al mercado estadounidense debe tener

“Madurez: Tres cuartos, con diámetro entre 2.0 y 2.7 cm, su tamaño de + 22 cm (9 pulgadas), variedad de mayor demandada es la de Hartón, con un aspecto verde, fresco, limpio, uniforme en madurez de cosecha y tamaño, sobre todo con propiedades duro, verde, sin rajaduras, sin puntas quebradas, sin magulladuras ni cicatrices, bajo una temperatura ambiente entre 12 y 13 grados centígrados, con un transcurso de almacenamiento máximo de tres semanas” (p.56)

Como se ha comentado anteriormente, la investigadora es la propietaria de dicha empresa, en donde labora con su familia, siendo una empresa familiar, y presenta antecedentes de sus abuelos, quienes también se dedicaban la cultivo de plátano, por lo tanto, esta posee la experiencia y capacidades empíricas del tema, en relación a los permisos de exportación, la compañía, basándose en el presente proyecto y los conocimientos adquiridos, podrá comenzar la gestión y tramitología para llevar a cabo en la realidad todo el proceso, como una oportunidad a futuro para lograr la internacionalización de la comercializadora. Teniéndose como avance del proceso el dialogo y datos de la capacidad productiva de los cultivadores de la zona, así como el mercado objetivo y el alterno, y el proceso de DFI y costos de exportación.

Aduanamiento o Proceso Exportación e Importación

Posterior a todo el proceso investigativo y estudio de mercado de la Comercializadora D&J Agrícola del Llano S.A.S, y haber concretado negociación con el cliente en el país de destino, y verificado que el producto ha sido sometido a inspecciones de tipo fitosanitarias, si el envío deberá efectuarse con las condiciones específicas para la obtención del Certificado Fitosanitario, especial para el país de destino.

Teniendo ya este trámite realizado se procede a registrar la empresa en la base de datos de clientes, dueños de carga y empresas intermediarias, luego se genera la autorización para el ingreso de la carga en SPRCOnline, siguiendo el procedimiento, pide cita de entrada de la carga. Se hace rastreo por medios virtuales “SPRCOnline, MUISCA y VUCE”, con el propósito de examinar la selectividad u otras restricción que puedan presentarse al embarque por parte de las autoridades como la “Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales- DIAN, antinarcóticos o sanitarias”, en caso de que solicite un requerimiento para inspección que normalmente por su naturaleza fito, se realiza inspecciones sanitarias; y posterior a esto se obtiene el desbloqueo por parte de la autoridad para el embarque de la carga, y es hasta este punto donde llega la responsabilidad de la empresa exportadora, según el término de negociación acordado FOB; a partir de aquí el comprador continúa el proceso de solicitud de documentación del embarque, y el respectivo seguimiento de la mercancía por medio de la aplicación de SPRCOnline (Grupo Puerto de Cartagena, 2021)

Almacenaje

El almacenaje para este producto que se podría llamar como perecedero, ya que, por el clima de Colombia, tránsito y lugar de destino lo ameritan, debe ir transportada en medios

especiales como contenedores refrigerados; este proceso de almacenamiento se realiza más como un requisito aduanero durante el proceso de declaración de exportación, y aforo aduanero; debido a que es liberado para ser enviado casi de inmediato.

Figura 18
Servicios a la carga refrigerada



Nota. Fuente: Grupo Puerto de Cartagena (2021)

El puerto de salida y llegada cuentan con la infraestructura necesaria para brindar atención y servicios que se requieran para el resguardo de la mercancía, en el desaduanamiento. Aunque su cargue y descargue debe realizarse para las inspecciones necesarias, adicional al almacenaje (Grupo Puerto de Cartagena, 2021)

“Contralan continuamente la temperatura, servicios de llenado, vaciado e inspección de productos perecederos en ambientes controlados, personal altamente calificado, entrenado y certificado en Buenas Prácticas Alimentarias, nuevas y

modernas instalaciones, con altos estándares de seguridad y amplias zonas con ambientes controlados, que facilitan las operaciones de inspección, llenado o vaciado a productos perecederos, Muelles de acople a contenedores y furgones con abrigo que sellan por completo las unidades garantizando al 100% la cadena de frío” (párr. 2).

Puerto de Salida en Colombia

El puerto de Cartagena, está ubicado en la zona principal industrial, tiene como propósito ser la puerta de entrada, salida y tránsito de las mercancías objeto de exportación e importación, o tránsito aduanero, hace parte del Grupo Contecar. Así mismo, cuenta con conectividad a las rutas inmediatas en las redes de comercio en general, lo que impacta en la disminución de tiempos y costos; tienen una capacidad de movilización de 3.2 millones de TEUs al año, consolidando la conectividad y competitividad según las exigencias actuales, contando con todos los mecanismos para suplir la demanda, siendo el centro de conexiones (hub logístico) para navieras y como “Centro de Distribución Logístico Internacional (CDLI) para multinacionales” (Castell, et al., 2017, p.91).

Según lo expuesto, se conocen las razones por las cuales se ha seleccionado este puerto de salida desde Colombia, por su ubicación geográfica estratégica, como la calidad en los procesos logísticos, para permitir que el plátano de exportación llegue a su lugar de destino en condiciones óptimas y en el tiempo adecuado.

Figura 19
Puerto de salida en Colombia



Nota. Fuente: Diseño elaboración propia

Puerto de Entrada en EEUU

Miami tiene uno de los puertos magnos de Estados Unidos, distinguido administrativamente como “Dante B. Fascell Port of Miami”; la autoridad comisionada de administrarlo es “Miami-Dade County Seaport Department”. Conjuntamente, es uno de los puertos de cruceros más significativos internacionalmente. Por esta razón, ha sido reconocido como la “Capital de Cruceros del Mundo”, así mismo, es el más importante del área de transporte de carga internacional, permitiendo el ingreso de más de 9,8 toneladas anuales, conectando al mundo en especial a América Latina (Vizueta & Salinas, 2021).

Figura 20
Puerto de entrada en EE.UU.



Nota. Fuente: Diseño elaboración propia

Debido a la cantidad de transacciones internacionales que manejan, en la localidad se ubica gran cantidad de entidades bancarias a nivel mundial (Vizueta & Salinas, 2021). Siendo estas razones suficientes para su selección, adicional que en la misma ciudad se ubican los posibles socios comerciales a los cuales se les puede ofrecer el plátano fresco.

Conclusiones

Se puede concluir que se logró determinar la capacidad de producción de plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca, la cual fue significativa, y realista para conseguir una cantidad apropiada para cada envío que permitiera gozar de los beneficios al complementar un contenedor con la carga a lo máximo posible, para disminuir costos logísticos.

Teniendo en cuenta que Arauca tiene gran potencial para el progreso de disímiles productos agrícolas, en donde se destaca el plátano, ubicándose en el 4to lugar de la producción nacional, antecedido por Antioquia, Valle del Cauca y Quindío, siendo así, que se puede llegar de modo eficaz en el mercado internacional.

Así mismo, se logró identificar mercado el potencial para el plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca para la empresa comercializadora D&J Agrícola del Llano SAS., en donde después de un análisis y estudio de 4 naciones entre las que se destacaron Reino Unido, Italia, España y Estados Unidos, se estableció que la nación americana, cuenta con la mayoría de ventajas para la exportación del plátano, siendo un aliado comercial importante para el país y la región.

En relación al proceso de Logística de Distribución Física Internacional del plátano del sector de Alto Cauca del Departamento de Arauca para la empresa comercializadora D&J Agrícola del Llano SAS, se propone el termino de negociación apropiado para este producto sería termino FOB Cartagena, en donde la operación de exportación se realizaría en transporte de modalidad marítima, saliendo desde el Puerto de Cartagena de Indias, e ingresando a tierras norteamericanas por el Puerto de Miami, el cual tiene una ubicación geográfica estratégica para la llegada de la embarcación; coincidiendo con los posibles aliados comerciales para el producto

quienes tienen sus empresas en esta ciudad. Siendo la mercancía trasladada en un contenedor refrigerado de 40” para conseguir una mayor durabilidad y evitar que al llegar se encuentren en un estado de maduración, lo cual, disminuiría la calidad del mismo.

Dicho esto, según lo expuesto en los costos de la DFI, la exportación de plátano hacia Estados Unidos, es rentable, en donde se benefician los cultivadores de las zonas rurales de Arauca y la comercializadora, teniendo un margen significativo entre ambas del 35,77%, sobre el valor de venta, teniendo un margen de diferencia respecto al valor del producto que se vende en Miami, teniendo presente que será el puerto de ingreso, el cual es de 16 a 21 USD por cada 25 kl, de acuerdo a las cifras antes citadas por la USDA. Esta diferencia podrá cubrir los gastos de importación del comprador, seguro, transporte, almacenaje, siendo competitivos, sin tener la necesidad de tener precios más bajos, evitando un impuesto antidumping.

Teniendo en cuenta el TLC de Colombia con Estados Unidos, es una gran ventaja en el sector agropecuario se beneficia un mayor acceso al mercado estadounidense, no sólo por la eliminación permanente de aranceles sino también por el establecimiento de reglas de juego claras en materia sanitarias y fitosanitarias para apoyar el acceso real para nuestra producción agropecuaria y agroindustrial. EE. UU., se comprometieron a dar una atención oportuna a las solicitudes colombianas, a tomar en cuenta las evaluaciones técnicas hechas en nuestro país y a proveer cooperación técnica para poner nuestros sistemas en el nivel requerido para tener acceso real a su mercado.

Los consumidores serán uno de los grupos más beneficiados con este tratado, en todos los segmentos de la economía los consumidores tendrán mayores opciones en términos de calidad y precio, con lo cual se incrementará el poder adquisitivo de los colombianos; en este caso los posibles clientes mencionados en el mercado objetivo internacional, con los cuales se podrá

concretar personalmente la negociación en el momento que la comercializadora cuente con los requerimientos para su internacionalización, debido a que por ahora esta investigación es un paso, en donde la investigadora como propietaria de la empresa, consiguió la adquisición de la información real de todos los datos para hacer posible la exportación del producto de plátano fresco hacia Estados Unidos.

Recomendaciones

Para todos los profesionales y/o emprendedores es recomendable que antes de impartir un negocio, se realice un estudio del mercado, y valor de este, para determinar su competitividad.

Así mismo, es importante tener en cuenta todos los factores que pueden incidir tanto en la negociación como en la logística de comercio internacional, para tener mayor amplitud de las oportunidades que el negocio ofrece.

En cuanto a los términos de negociación, debido a la actividad agrícola de producción, es fundamental tener en cuenta, que no se puede descuidar, pues su selección debe ser lo más viable para ambas partes. Es de gran importancia tener en cuenta un proceso logístico para analizar cada costo logístico al país destino y evaluar cada mercado seleccionado.

Por otra parte, las barreras arancelarias como no arancelarias son significativas, ya que de estas depende que se llegue a un acuerdo, tal como se pudo observar en los requerimientos de los permisos fitosanitarios para el producto estudiado.

Tener presente la producción de los proveedores locales y nacionales para abastecer la demanda internacional (comprador) teniendo en cuenta calidad, variedad y la producción del producto.

Antes de realizar un plan exportador es de suma importancia la identificación del mercado objetivo, mercado alternativo y mercado contingente, así mismo analizar el mayor acceso y demanda del bien a exportar.

Como propietaria e investigadora de la comercializadora, se recomienda realizar este ejercicio debido que, es de gran utilidad como profesional y futuro exportador, para hacer de un pequeño emprendimiento, una gran empresa a nivel internacional, en vista que las puertas están

abiertas para todos los empresarios, siempre que se cumplan con los requerimientos necesarios y las condiciones del producto para realizar las operaciones de comercio internacional.

Es de gran importancia y como estrategia garantizar el acceso de sostenibilidad ambiental permitiendo que lo consumido contribuya con el ambiente con objetivos de desarrollo sostenible (ODS). Considerar el fortalecimiento y capacidad de innovación a medida que surge mayores necesidades de los consumidores.

Referencias Bibliográficas

- Aaker, D. & Day, G. (1998). Investigación de mercados. México DF., México, MC Graw Hill, Interamericana de México SA, Tercera edición, Segunda edición en español. 47.
- Almanza Guzman, A. (2019). Monografía: Plan de Exportación de Harina de Plátano Verde. Cochabamba. Bolivia
- Alviz Aguas, D. (2021). Plan de negocios para la creación de la empresa “Alvort” en el municipio de Tibú Norte de Santander (Master's thesis, Maestría en Administración de Empresas-MBA-Virtual).
- Arboleda Padilla, L. (2014) Análisis espacial de factores agroclimáticos para la determinación de zonas óptimas para cultivo de plátano en el municipio Líbano Tolima.
- Arizabaleta, C., & Giraldo, A. (2018). Diversificación de productos agroindustriales colombianos para exportación: Caso plátano. Bogotá - Colombia
- Ayuso, J., & Conesa, C. (2020). Una introducción al debate actual sobre la moneda digital de banco central (CBDC) (No. 2005). Banco de España.
- Barbá, G. (2012). Logística y distribución física internacional. Tucuman, Argentina: Instituto de enseñanza superior de la Rivera.
- Barrenechea García, L., Castillo Ghiotto, G., Herrera Lazarte, D., & Wong Chia, F. (2017). Plan de negocios para la exportación de banano orgánico peruano de una empresa familiar a Estados Unidos y Corea: propuesta de expansión de 80 hectáreas de terreno agrícola en Piura.

- Barrueto Rivero, M., & Petters Neyra, E. (2020). La percepción del valor estratégico de los modelos de internacionalización en las cooperativas exportadoras de Cacao de la Región San Martín en el periodo 2013-2018.
- Barzola Escobar, M., Mena Mena, E., & Zabala Castro, J. (2018). Análisis de viabilidad y la conveniencia de la selección e implementación de un Esquema Asociativo Territorial tipo Área metropolitana o provincia para la zona central del Urabá antioqueño (Doctoral dissertation, Universidad EAFIT). Medellín -Colombia
- Bermúdez Carmona, A. (2021). Plan de exportación de panela orgánica pulverizada como endulzante hacia España (Bachelor's thesis, Fundación Universidad de América).
- Bernal, F. (1998). Poder y crisis institucional en el campo colombiano (Vol. 6). Iica.
- Beker, V. (2021). La inflación de 2020 y las perspectivas para 2021. Universidad de Belgrano-Centro de Estudios de la Nueva Economía (CENE).
- Beltrán Tejada, M. (2018). Propuesta de un plan de gestión empresarial para la Asociación Hortifrutícola de Colombia, basado en un modelo estratégico y ambiental. Bogotá - Colombia
- Briones Holguín, L. (2019). Estudio agro-socioeconómico de pequeños productores de la asociación de trabajadores agrícolas autónomos Macul del recinto el Porvenir cantón El Empalme (Bachelor's thesis, Quevedo-UTEQ).
- Bou Franch, V. (2020). Las competencias de la Unión Europea. Curso 2019-20.
- Bowen, J. (2012). Requisitos para exportar productos orgánicos a los Estados Unidos y procedimientos de importación en la Aduana de EE. UU.[16 de mayo del 2012].

- Brutto, G., & Minutti, E. (2021). El fascismo italiano del siglo XXI: un análisis del fenómeno político de Matteo Salvini. *Bajo El Volcán. Revista Del Posgrado De Sociología. BUAP.*, 1(3).
- Buesa Olavarrieta, A., Kataryniuk, I., L'Hotellerie Fallois Armas, P., & Moreno Sánchez, S. (2021). El Acuerdo de Comercio y Cooperación (ACC) entre el Reino Unido y la Unión Europea. *Boletín económico/Banco de España [Artículos]*, n. 1, 2021.
- Cárcamo, H. (2005). Hermenéutica y análisis cualitativo. *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, (23).
- Caicedo, M. (2021). Representaciones sociales de los mexicanos desempleados y subempleados en torno a depresión y ansiedad: un estudio comparado; Chicago y ciudad de México. *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, 37(1), 123-156.
- Canals, J. (1994). *La internacionalización de la empresa*. Madrid, España, Editorial McGraw Hill.
- Canals, J. (1997). *Universal banking: international comparisons and theoretical perspectives*. OUP Catalogue.
- Cañas Restrepo, J. (2020). *Aproximación a un plan de negocios para la exportación de uchuva colombiana a Canadá (Bachelor's thesis, Fundación Universidad de América)*. Bogotá - Colombia
- Cañardo, H. (2021). Análisis de la doctrina del acto del estado a través de la jurisprudencia de los Estados Unidos: evolución y excepciones. In *Forum* (No. 10, pp. 24-89).
- Cahuas Andrade, F. (2018) *Costos operativos de procesos logísticos en las ventas: empresa exportadora de metales no ferrosos*, Lima

Callao (2017) Tarifario (En línea) APM Terminals Callao S.A. Disponible en:

[https://www.apmterminalscallao.com.pe/images/reglamentos/TARIFARIO%20V%205.3%20\(VIGENTE%20A%20PARTIR%20DEL%2005-04-2017\).pdf](https://www.apmterminalscallao.com.pe/images/reglamentos/TARIFARIO%20V%205.3%20(VIGENTE%20A%20PARTIR%20DEL%2005-04-2017).pdf)

Castro Cañon, M., & Suarez Sanchez, L. (2021). Oportunidades de la panela colombiana en la Unión Europea.

Castell, O., Niño, E., Castellanos, R., & Lugo, C. (2017). Infraestructura portuaria en Colombia: Asimetrías entre el puerto de Buenaventura y el puerto de Cartagena para el año 2015. *Universidad & Empresa*, 19(32), 87-106.

Ciro Baez, V., & Miranda Prada, J. (2014). Estrategias para el desarrollo sostenible y posicionamiento de la cadena productiva del plátano del departamento de Arauca. *Monitoreo y evaluación* (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario).

Conferencia Episcopal de Colombia (2020) “Colombia debe reencontrarse y reconstruirse”, afirma el Cardenal Parolin (En línea) *Internacional. Revista Ecclesia*. Disponible en: <https://www.revistaecclesia.com/colombia-reencontrarse-reconstruirse-afirma-cardenal-parolin/>

Córdoba, J. (2020). Análisis de la Clasificación Presupuestal en el Subsistema de Salud de las Fuerzas Militares de Colombia, para la vigencia fiscal 2021.

Cornford, F. (2021). *Microcosmographia academica*. Ronzani Editore

Cusipuma, J., & Suárez Ayala, P. (2021). Acuerdo Comercial entre Perú y Reino Unido y oportunidades comerciales.

Curcio Vargas, C. (2019). La distribución física internacional y la competitividad en la empresa Scharff Logística Integrada SA Callao-2019.

- Curzio Gutiérrez, L. (2021). Democracia y medios de comunicación en Estados Unidos. *Kairós. Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas*, 4(6), 19-36.
- Custodio Jara, D. & Via Gutierrez, B. (2019). Gestión de logística para mejorar la eficiencia de los procesos de distribución en una empresa farmacéutica, Lima, 2019.
- Del Pino, S. (2008). Población y muestra. *Revista Digital, Innovación y Experiencias Educativas*, (12).
- Delgado Téllez, M., Kataryniuk, I., López Vicente, F., & Pérez, J. (2021). Endeudamiento supranacional y necesidades de financiación en la Unión Europea. Existe una versión en inglés con el mismo número.
- De Zea, R. (2015). Scott, Gregory J.; Herrera, José (eds), 1990. *Mercadeo agrícola. Metodologías de investigación*. Lima: Centro Internacional de la Papa, 503 pp. Apuntes: *Revista de Ciencias Sociales*, (30), 107-108
- Díaz Chapeta, Y., & Calvete Ramírez, L. (2019) Estudio para determinar la viabilidad financiera de una empresa productora y comercializadora de plátano en el municipio de Saravena, Arauca.
- DOLE (2021) Monthly Nutrition News Articles (En línea) Goodness Stems from the Roots. Disponible en: <https://www.dole.com/en>
- Duggan, C. (2017). *Historia de Italia*. Ediciones Akal. p.47
- Espinal, C., Martínez Covalada, H., & Peña Marín, Y. (2005). La cadena de los frutales de exportación en Colombia: Una mirada global de su estructura y dinámica 1991-2005.
- Espitia Wilches, J. (2020). Seguimiento de las labores agronómicas para el mejoramiento de la productividad y calidad del cultivo de banano (musa aaa simmonds) en Carepa– Antioquia.

El Sol Brands Inc (2021) Specializing in Tropical (En línea) Produce of the Highest Quality.

Disponible en: <http://www.elsolbrands.com/>

Elton, G., & Elton, G. (1989). *The Parliament of England, 1559-1581*. Cambridge University Press.

Flores Velarde, F., & Cusipuma Frisancho, J. (2021). *Acuerdo de Promoción Comercial Perú-Estados Unidos [10 de febrero de 2021]*.

Freshway (2021) Welcome to Freshway (En línea) Exotic Fruits. Disponible en:

<https://www.freshwayusa.com/home>

Garavito Hortúa, Ó. (2020). *Plan exportador empresa Fitnut SAS (Doctoral dissertation, Universidad EAFIT). Medellín – Colombia*

García, G. (2012). *Alimentos que ayudan a prevenir y combatir enfermedades*. Palibrio.

García Vélez, A., & Reyes Padilla, M. (2018). *Propuesta para la obtención del sello de comercio justo Fair-Trade en la Asociación Asofrulen*

García Hernández, J. (2020). *Geografías de la desposesión en la ciudad neoliberal: ejecuciones hipotecarias y vulnerabilidad social en Santa Cruz de Tenerife (Canarias-España)*. EURE (Santiago), 46(138), 215-234.

Guerrero Garzón, E., & Mathias Navarrete, A. (2017). *Desarrollo de la pequeña industria agrícola de plátano para exportación al mercado de europa occidental, específicamente inglaterra, en presentación de snack de chifles (Master's thesis, QUITO/UIDE/2017)*.

Grant Thornton (2021). *Informe de Coyuntura (En línea) La Economía Global*. Disponible en:

<https://www.grantthornton.com.uy/globalassets/1.-member->

[firms/uruguay/media/informe-mensual-de-coyuntura-economica---marzo-2021.pdf](https://www.grantthornton.com.uy/globalassets/1.-member-firms/uruguay/media/informe-mensual-de-coyuntura-economica---marzo-2021.pdf)

- Grupo Puerto de Cartagena (2021) Servicios a la carga refrigerada (En línea) Plataforma logística y portuaria del Caribe. Disponible en:
<https://www.puertocartagena.com/es/servicios-la-carga/servicios-la-carga-refrigerada>
- Giménez, A. (2020). Brexit, relaciones privadas internacionales y protección de datos de carácter personal: ¿y ahora qué? ¿dejará de ser el Reino Unido un "país Seguro". *La Ley Unión Europea*, (80), 2.
- González Bell, J. (2018) Productores de Arauca registran sus predios ante el ica para exportar plátano de calidad (En línea) Área sembrada que supera las 25.000 hectáreas. Disponible en: <https://www.agronegocios.co/agricultura/productores-de-arauca-registran-sus-predios-ante-el-ica-para-exportar-platano-de-calidad-2782076>
- Gordon, R. (2020). *The Holocaust in Italian Culture, 1944–2010*. Stanford University Press.
- Grunert, K., Verbeke, W., Kügler, J., Saeed, F., & Scholderer, J. (2011). Use of consumer insight in the new product development process in the meat sector. *Meat Science*, 89(3), 251-258.
- Guerrero Rozo, E. (2021). Oportunidad comercial de exportar cuero vegetal colombiano hecho de fibra de hoja de piña hacia Italia.
- Hernández Varón, S. (2020). Complejización económica del sur del Tolima: una propuesta desde la agricultura y la economía creativa. Universidad Jorge Tadeo Lozano, maestría en Comercio Internacional. Bogotá - Colombia
- Hernández Sampieri, R. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill México
- Honores Lucas, P., & Vargas Díaz, S. (2019). Distribución física en el área de almacén de la empresa Pesquera Jada SA para reducir los tiempos de despacho Chimbote, 2019.

Hoyos, R. (2012). Instructivo sobre el potencial y sostenible del recurso suelo como apoyo a una estrategia de educación ambiental a los productores de Pila (*Ananas Comusus*)(L) en el corregimiento los Alpes Municipio de Dagua Valle del Cauca (Bachelor's thesis, Universidad Autónoma de Occidente)..

Hurtado Macía, H. (2016). Descripción de la agrocadena del plátano en Colombia.

Ibarra Castellanos, E., & Rojas Hernández, A. (2021). Diseño de un modelo de negocio para la comercialización del Anamú en Cúcuta, Norte de Santander. Universidad Libre de Cúcuta

Instituto Colombiano Agropecuario ICA (2016) Resolución 00000448 de 2016 (En línea) Por la cual se establecen los requisitos para el registro ante el ICA de los predios de producción de vegetales para la exportación en fresco y el registro de sus exportadores y el registro de las plantas empacadoras de vegetales para la exportación en fresco. Disponible en: <https://www.ica.gov.co/getattachment/d2dea6cc-b4b0-4e76-85b3-614da4761fe4/2016r448.aspx#:~:text=%2D%20OBJETO.,para%20la%20exportaci%C3%B3n%20en%20fresco.>

Instituto Colombiano Agropecuario – ICA (2021) Procedimiento inspección y certificación fitosanitaria (En línea) Para la exportación productos agrícolas. Disponible en: <https://www.ica.gov.co/areas/proteccion-fronteriza/procedimientos-subgerencia/proceso-de-prevencion-de-riesgos-sanitarios-y-fito>

Johanson, J., & Wiedersheim Paul, F. (1975). The internationalization of the firm: Four Swedish cases. *Journal of management studies*, 12(3), 305-322.

Khazaei, M., Azizi, M., & Zali, M. (2021). How performance of top companies are related on Global Competitiveness Index?. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1-11.

- Kronz, H., & Grevink, H. (1980). IPC and NACE classification of patents. A comparison between data on US and on French, German and UK patents. *World Patent Information*, 2(3), 103-115.
- Lemus, O. (2009). Arauca: un territorio de contrastes. *Revista Controversia*, (192), 42-79.
- Llerena Ramírez, M., & Mateus Ramírez, L. (2020). Análisis de la producción y comercialización de banano en la empresa Banafрут (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario).
- López Armijos, K. (2021). Estudio de factibilidad para la exportación de plátano verde al mercado asiático en el primer semestre del año 2022.
- Lorenzo, S. (2020). La pandemia COVID-19: lo que hemos aprendido hasta ahora desde España. *APS em Revista*, 2(1), 28-32
- Macias Carpio, L. (2016). Evolución de las exportaciones del cacao y sus derivados desde la reactivación de la matriz productiva (Master's thesis, Universidad de Guayaquil).
- Macías, J., & Joanne, D. (2019). Plan de negocios para la producción y exportación de mermelada orgánica de banano con chía hacia Chile (Master's thesis, Universidad Casa Grande. Departamento de Posgrado).
- Madrid Mendoza, D. (2021). Plan de exportación de aguaymanto deshidratado de Pozuzo Alto-Kanaris a Estados Unidos-Nueva York.
- Márquez Fontalvo, G. (2015). Retos de mercadeo de las PYMES agrícolas que cultivan y comercializan ají topito en el municipio de Galapa 2015. *Clío América*, 9(17), 67-76..
- Martínez, K. (2019). Identificación de la problemática en la exportación del cultivo de plátano, en el departamento de Rivas, Nicaragua septiembre-noviembre 2018 (Doctoral dissertation, Universidad Nacional Agraria).

- Machuca Infante, M., Vélez Santamaria, O., & Heredia Gómez, Y. (2021). Oportunidad comercial de exportar sandía colombiana al mercado italiano.
- MADR, (2014) “Consideraciones generales y requisitos para el otorgamiento del Incentivo a la continuidad del servicio de Asistencia Técnica Directa Rural. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Bogotá, Colombia
- Medina Pulido, K., Rivera Alvarez, D., & Acevedo Rincón, L. (2018). El Cacao de Norte de Santander: producto con potencial de exportación. Universidad Francisco de Paula Santander; Reflexiones contables (Cúcuta), 1(1), 13-16.
- Medina, A., Villamizar, D., Chacón, D., & Arenas, N. (2019). Oportunidades de negocios del mercado de frutas exóticas de Norte de Santander para los Emiratos Árabes Unidos. Visión Internacional (Cúcuta), 2(1), 6-20. Cúcuta – Norte de Santander
- Merchán Vargas, V. (2018). Comportamiento del clon de plátano Dominico-Hartón, Musa AAB Simmonds sometido a defoliaciones en diferentes épocas de su ciclo vegetativo (No. Doc. 17142)* CO-BAC, Bogotá de Bogotá).
- Mesa Rubiano, M. (2020). Desarrollo logístico en los principales puertos para la distribución física internacional en Colombia (Bachelor's thesis, Fundación Universidad de América).
- Mingot Béjar, A. (2021). Análisis comparativo de los efectos de la crisis del Covid-19 en los mercados eléctricos de España, Italia y el Reino Unido (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València).
- Ministerio de Comercio (2020) Contexto macroeconómico de Italia (En línea) Oficina de Estudios Económicos. Disponible en:
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/828b5885-2cc3-4c41-9244-efce611ab42b/Italia.aspx>

- Mora Burgos, G. (2020). Influencia del Aforo Intrusivo en la Exportación de Frutas Perecederas en la Ciudad de Guayaquil, Año 2019 (Doctoral dissertation).
- Moscol, R. & Navarro, E. (2018). Diseño de una línea de producción de fideos de harina de plátano.
- Monti, J., & Yip, G. (2000). Taking the high road when going international. *Business Horizons*, 43(4), 65-65.
- Montoya Villaroel, A. (2019). Propuesta comercial de negociación colaborativa justa para productores y exportadores de plátano, caso El Carmen (Doctoral dissertation).
- Moscoso Sánchez, D. (2020). El contexto del deporte en España durante la crisis sanitaria de la COVID-19. *Sociología del deporte*, 1(1), 15-19.
- Montaña Puerto, J., & Holguin Carrillo, I. (2018). Estudio de las condiciones de créditos para los pequeños productores agropecuarios en el sector financiero privado de Colombia (Doctoral dissertation, Universidad del Rosario). Bogotá - Colombia
- Monzón Martínez, Z., (2019) Perfil económico del aguacate de Guatemala y su potencial de exportación para los mercados de el salvador y hondura (maestría en artes en comercio internacional de productos agrícolas; Universidad de San Carlos de Guatemala) Guatemala
- Navarrete, S. (2003). Elaboración de papaya (carica papaya), por deshidratación osmótica (Doctoral dissertation).
- Narváez, S., & Mishell, P. (2018). Plan de negocio para la exportación de pitahaya roja en rodajas hacia España (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2018.).

- Navarro Galera, A., Ruiz Lozano, M., de los Ríos Berjillos, A., & Tirado Valencia, P. (2014). La responsabilidad social corporativa en los gobiernos locales: el caso de Reino Unido e Irlanda. *Innovar*, 24(54), 89-105.
- Navas Cataño, J., Bello Dotor, J., & Contreras Bonilla, L. (2021). Oportunidad comercial frutas exóticas colombianas.
- Niño Vera, A. (2019) Análisis comparativo de la producción, comercialización y exportación del banano orgánico entre Colombia y Ecuador.).
- Newman, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. *Laurus*, 12(Ext), 180-205
- Organización de Naciones Unidas - ONU (2015) Objetivos de Desarrollo Sostenible (En línea) Nueva Agenda de Desarrollo Sostenible. Disponible en:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Ortiz Ledesma, S., & Vaca Mora, K. (2019). Análisis de la posición comercial de las exportaciones del plátano frito en los mercados europeos. Guayaquil- Ecuador
- Ortiz, M., Medina, I., & Pérez, J. (2020). Producto interno bruto e índice de desarrollo humano. *Revista de Ciencias Sociales* ISSN: 0718-3631, 29(44), 97-116.
- Pabón Pedraza, R. (2017). Caracterización del modelo de negocio del plátano en organizaciones de pequeños productores para el departamento de Córdoba, Colombia. Bogotá - Colombia
- Pardo, F. (2013). Inmigración, multiculturalidad y políticas de integración en Europa. Colombianos en Ámsterdam, Londres y Madrid. Universidad Externado.

- Páez, F. & Cardozo, J. (2019). Evaluación del centro de mercadeo agropecuario: servicio nacional de aprendizaje, centro de biotecnología agropecuaria, Mosquera. In *Vestigium Ire*, 13(2), 28-41.
- Perfetti, J., Hernández, A., Leibovich, J., & Balcázar, Á. (2013). Políticas para el desarrollo de la agricultura en Colombia.
- Pinzón, C., Rangel, O., Minorta, V., & Aymard, G. (2017). Riqueza y diversidad de las plantas con flores del área de los humedales y las sabanas inundables del departamento de Arauca, Colombia. *Revista BIOLLANIA*, 1, 470-532.
- Pinzón, J. & Zamudio, L. (2016). Agricultura y desarrollo rural en Colombia 2011-2013: una aproximación. *Apuntes del CENES*, 35(62), 87-124.
- Posada Posada, C., Gómez, W., & Rhenals, R. (2021). Caída y convergencia mundial de las tasas de inflación.
- Pulido Rodríguez, M., & Torres Sánchez, J. (2021). Oportunidad comercial para la exportación de mangostino a España.
- Quezada Mazzini, P., & Rodríguez Asqui, K. (2018). Propuesta de exportación de snack de plátano verde al mercado de Buenos Aires, Argentina (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas).
- Ramírez, A. (2015). *Logística comercial internacional*. Universidad del Norte.
- Ramírez, A. (2017). Acceso de asociaciones de pequeños productores a los mercados agropecuarios. Estudio de casos en el departamento del Meta (Colombia). Facultad de Agronomía.

- Ramírez Zamora, G. (2020). Plan de comercialización de botones de tagua hacia el mercado de alta costura de Italia (Master's thesis, Universidad Casa Grande. Departamento de Posgrado).
- Ramírez Zarate, C. (2020). Impacto del acuerdo en normas sanitarias y fitosanitarias del tratado de comercio Mercosur-UE sobre las transacciones de soja.
- Ramos Agüero, D., Terry Alfonso, E., Soto Carreño, F., Cabrera Rodríguez, A., Martín Alonso, G., & Fernández Chuaerey, L. (2016). Respuesta del cultivo del plátano a diferentes proporciones de suelo y Bocashi, complementadas con fertilizante mineral en etapa de vivero. *Cultivos Tropicales*, 37(2), 165-174.
- Ramos Ramírez, J. (2019). Plan de Negocio Internacional para la elaboración y exportación de platos orgánicos a Países Bajos (Master's thesis, Universidad Casa Grande. Departamento de Posgrado). Guayaquil, Ecuador
- Riojas Márquez, T., Tello Carranza, R., & Winchonlong Sandoval, H. (2018). Plan estratégico para Amazon en Estados Unidos 2019-2021.
- Roldán, D., Salazar, M., Tejada, M., & Peña, Y. (2004). Caracterización de la cadena de plátano en Colombia. Documento de trabajo, (10).
- Rosales, F., Álvarez, J., & Vargas, A. (2010). Guía práctica para la producción de plátano con atlas densidades: experiencias de América Latina y El Caribe.
- Romo, H. (1998). La metodología de la encuesta. *JG cáceres, Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, 33-74.
- Rovira Monge, J. (2015). Transporte de mercancías perecederas en contenedor frigorífico.
- Ruiz Rodríguez, J., & Aviléz Barboza, M. (2021). Estrategias de marketing digital para la internacionalización de la pulpa de piña desde Colombia a Estados Unidos.

- Sánchez Rivera, M., & Bello Perez, L. (2008). Efecto de la temperatura en la reacción de oxidación del almidón de plátano (*Musa paradisiaca* L.). Estimación de la energía de activación. *Revista mexicana de ingeniería química*, 7(3), 275-281
- Santos, J. (2016) Decreto 390 de 2016: Establece la regulación aduanera (En línea) con los convenios internacionales, particularmente con las normas de la Comunidad Andina y el Convenio Internacional para la Simplificación y Armonización de los Regímenes Aduaneros - Convenio de Kyoto Revisado de la Organización Mundial de Aduana. Disponible en: <https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-juridica/decretos/decreto-390-de-2016.aspx>
- Scharager, J., & Reyes, P. (2001). Muestreo no probabilístico. Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Psicología, 1-3.
- Steiner, R., & Ramírez, T. (2019). Análisis de experiencias de modelos asociativos como mecanismo para el desarrollo empresarial en la ruralidad.
- Sogamoso Moreno, N. (2021). Plan de negocio: solución tecnológica Cafésmell para hacer conexión entre caficultor y comprador de café (Bachelor's thesis, Maestría en Gerencia de Sistemas de Información y Proyectos Tecnológicos-Virtual). Bogotá - Colombia
- Tian, M., Li, W., & Wen, F. (2021). The dynamic impact of oil price shocks on the stock market and the USD/RMB exchange rate: Evidence from implied volatility indices. *The North American Journal of Economics and Finance*, 55, 101310.
- TIBA (2020) Incoterms 2020 (En línea) Cambios en los incoterms 2020. Disponible en: https://cdn.tibagroup.com/wp-content/uploads/2020/01/Incoterms_2020_v6.jpg
- Tomasi, S. (2021). Impacto social, económico y político mundial por la pandemia del COVID-19.

- Torres Gaitán, R. (1976). La teoría del comercio internacional de Adam Smith. *Problemas del Desarrollo*, 135-152.
- Turbay, S., Nates, B., Jaramillo, F., Vélez, J., & Ocampo, O. (2014). Adaptación a la variabilidad climática entre los caficultores de las cuencas de los ríos Porce y Chinchiná, Colombia. *Investigaciones Geográficas, Boletín del Instituto de Geografía*, 2014(85), 95-112.
- Turner, D., & Rosales, F. (2003). Anatomía y morfología de raíces monocotiledóneas y dicotiledóneas. In *International Symposium*, San José (CRI), 2003/11/03-05.
- United States Departamento f Agriculture USDA (2021) Agricultural Marketing Service (En línea) Report Results al 07 de junio de 2021. Disponible en:
<https://www.marketnews.usda.gov/mnp/fv-report-top-filters?&commAbr=PLAN&rowDisplayMax=25&repType=termPriceDaily&navType=byComm&locName=&navClass=FRUITS&className=FRUITS&commName=PLANTA INS&type=termPrice&startIndex=26>
- Urdaneta Montiel, A., Segarra Jaime, H., & Orellana Intriago, F. (2021). Comportamiento de los índices bursátiles de las economías mundiales en el marco de la pandemia de covid-19. *Dominio de las Ciencias*, 7(1), 725-750.
- Uribe Velalcázar, L. (2020). Plan de negocios para la exportación de chips de plátano verde a Asunción-Paraguay (Doctoral dissertation, Quito/UIDE/2020).
- Vásquez, J., López, C., & Aranguren, M. (2019). Estudio de caso sobre la admisibilidad del aguacate Hass colombiano en el mercado estadounidense: oportunidades en el Este de Asia. *Online Journal Mundo Asia Pacifico*, 8(14), 5-27. Medellín -Colombia
- Vásquez Villacís, N., & Subiaga Sevillano, L. (2021). Exportación de conserva de berenjena al mercado de España (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2021.).

- Valderrama Portugal, P. (2021). Plan de Exportación de Palta Hass Peruana hacía el Mercado Italiano.
- Velandia Suárez, A. (2019). Elaboración de base de datos del sector agrícola por medio de redes sociales, utilizando herramientas de diagnóstico organizacional en el área de mercadeo para el apoyo de la dirección comercial en la Organización Agroindustrial Apolo LTDA (Doctoral dissertation).
- Vera, I. (2019). Plan de Negocios para la Producción y Exportación de Snack de Plátano Orgánico con Aceite de Coco hacia Estados Unidos (Master's thesis, Universidad Casa Grande. Departamento de Posgrado). Guayaquil- Ecuador
- Vizueta Delgado, A., & Salinas Guerrero, J. (2021). Costos logísticos y su incidencia en la exportación de café orgánico de la Amazonia ecuatoriana al mercado de Miami–Estados Unidos (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2021.).
- Whitelock, A. (2016). “A queen, and by the same title, a king also”: Mary I: Queen-in-Parliament. In *The Birth of a Queen* (pp. 89-112). Palgrave Macmillan, New York.
- Wilches Celi, K. (2021). Plan de negocios para la exportación de cereal de quinoa hacia el mercado español.
- Yzquierdo, G., Campiño, J., Vásquez, M., Salas, T., Henao, S., Ortiz, Y., & Contreras, H. (2018). Modelo productivo para la producción de plátano en los Llanos Orientales.

Anexos

Anexo 1

*Modelo de encuesta para aplicar a productores de plátano***ENCUESTA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DEL PLÁTANO**

1. ¿Cuántas hectáreas de plátano tiene cultivadas?

- a. De 1 a 5 hectáreas
 - b. De 6 a 15 hectáreas
 - c. De 16 a 25 hectáreas
 - d. De 26 a 100 hectáreas
-

2. De las siguientes variables de plátano pica, parejo y bueno -Hartón, ¿en qué porcentaje considera su producción?

- a. 15% pica, 35% parejo, 50% bueno – hartón
 - b. 10% pica, 25% parejo, 65% bueno-hartón
 - c. 5% pica, 20% parejo, 75% bueno-hartón
 - d. otro, ¿cómo? 5% pica, 10% parejo, 85% bueno- hartón
-

3. ¿Cuántas cargas produce en cada cosecha de plátano?

- a. De 1 a 5 ()
 - b. De 6 a 20 ()
 - c. De 21 a 40 ()
 - d. Más de 41, cuánto? De 45-55
-

4. ¿Cuál es el lapso del corte del plátano en cada cultivo?

- a. Cada semana ()
 - b. Cada 15 días ()
 - c. Cada 1 mes ()
 - d. Otra; ¿Cuál? 5 a 8 meses
-

Anexo 2

Evidencia aplicación encuesta

The image shows two screenshots of a Google Forms survey. The top screenshot displays the survey header with the title 'ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE PLÁTANO' and a sub-title 'ENCUESTA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DEL PLÁTANO'. It features a logo for 'Simón Bolívar' and a photo of a man carrying a large bunch of green bananas. The bottom screenshot shows the 'Respuestas' (Responses) tab, indicating that 35 responses have been received. A question is visible: '1. ¿Cuántas hectáreas de plátano tiene cultivadas?' with 35 responses. A progress bar at the bottom shows that 1 out of 5 options is selected.

https://docs.google.com/forms/d/1ITTJEK80F0otjsrDJ_gOeTDI2mIb6IFQ0BaFypPcddQ/edit#responses

Anexo 3

Precios de referencia embalaje, transporte nacional e internacional

Casa > Todas las industrias > Empequetado e impresión > Envoltorio de papel > Cajas de cartón [Suscribirse a Comercio alerta](#)



[View larger image](#)

[Añadir para co...](#) [Compartir](#)

Caja de cartón corrugado rígido con logotipo personalizado, embalaje para fruta, barato

500 - 999 Unidades	1000 - 2999 Unidad...	3000 - 4999 Unidad...	>=5000 Unidades
1,20 US\$	1,00 US\$	0,80 US\$	0,50 US\$

Color: 🔴 🟡 🟢 🟠 🟤 🟡

Tamaño:

Grosor:

Muestras: 15,00 US\$/Unidad | 1 Unidad (Pedido mínimo) [Comprar muestras](#)

Lead Time🕒:

Cantidad(Unidades)	1 - 1000	1001 - 3000	3001 - 5000	>5000
Hora del Est.(días)	15	18	20	Se negociará

Personalización: [Alibaba.com build-in online customization](#) [Customise Now](#)
 Logotipo personalizado(Min. Order: 1000 Unidades)
 Embalaje personalizado(Min. Order: 1000 Unidades)
 More ▾

Garantía comercial Protege tus pedidos de Alibaba.com
[Alibaba.com Freight](#) | [Compare Rates](#) | [Learn more](#)

Pago: [VISA](#) [Master](#) [T/T](#) Online Transfer [Apple Pay](#) [WesternUnion/WU](#) [Alipay](#) [Paycom](#)

Logística de Alibaba.com · Soluciones de inspección · Condiciones de pago: 60 días netos

Para consultar por precios de productos, personalizaciones u otra información:

[Contactar Proveedor](#)

[Llámanos](#)

[Dejar Mensajes](#)

Verified Supplier

Shanghai Coffe Packing Group Co...
 Manufacturer,Trading Company

[CN](#) 5 YRS [👍](#) [👍](#) [👍](#) [👍](#) [👍](#)

≤3h Tiempo de respuesta
500,000+ Para **113** Transacciones
93.1% Tasa de entrega a tiempo

Valor por caja 0,50 usd.

Sección 2.2	Servicios Especiales - En Función a la Nave (n5)	Naturaleza	Unidad de cobro	Nave (Tarifa)	Nave (IGV)	Carga (Tarifa)	Carga (IGV)
2.2.1	Escotillas o tapas de bodegas (n6)						
2.2.1.1	Movilización de escotillas (ISO Hatches)	Regulado	Por Movimiento	0.00	Tasa 0%		
2.2.2	Re-estiba carga fraccionada						
2.2.2.1	Re-estiba vía nave	Regulado	Por tonelada	6.50	Tasa 0%		
2.2.2.2	Re-estiba vía muelle (n43)		Por tonelada	13.00	Tasa 0%		
2.2.3	Transbordo carga fraccionada						
2.2.3.1	Transbordo de carga fraccionada - ciclo completo (n44)	No Regulado	Por Tonelada	17.40	Tasa 0%		
(n43): Aplicable a aquella carga que se re-estiba en la misma bodega (nivel) u en otra bodega (nivel) de la nave pero que en ambos casos requiere de traslado temporal a muelle.							
(n44): El precio de este servicio incluye 3 días libres de almacenamiento el cual se contabiliza a partir de finalizada la descarga total de mercancías de la nave.							
Sección 2.3	Servicios Especiales de Uso de Área Operativa (Terminal Portuario) - En Función a la Carga	Naturaleza	Unidad de cobro	Nave (Tarifa)	Nave (IGV)	Carga (Tarifa)	Carga (IGV)
2.3.1	Uso de Área Operativa - todos los tráfic						
2.3.1.1	Días: 1 -3 (Tiempo libre - incluido en el Servicio Estándar)	Regulado				Libre	
2.3.1.2	Días: 4 - 10 (Precio por todo el período o fracción del período)	No Regulado	Por Tonelada			22.11	3.98
2.3.1.3	Días: 11 - 20 (Precio por día o fracción de día)		Por toneladas/día			2.50	0.45
2.3.1.4	Días: 21 hacia adelante (Tarifa por día o fracción de día)		Por toneladas/día			4.00	0.72
Sección 2.4	Servicios Especiales de Depósito Temporal Aduanero - En Función a la Carga	Naturaleza	Unidad de cobro	Nave (Tarifa)	Nave (IGV)	Carga (Tarifa)	Carga (IGV)
2.4.1	Servicio integrado de depósito temporal - todos los tráfic						
2.4.1.1	Carga fraccionada - Incluye uso de área hasta el día 10	No Regulado	Por Tonelada			25.60	4.61
2.4.1.2	Uso de área por días 11 - 20 (Precio por día o fracción de día)		Por toneladas/día			1.50	0.27
2.4.1.3	Uso de área desde el día 21 hacia adelante y otros servicios (n46)						
Ver secciones 2.3.1.4 y 2.5.2 al 2.5.4							
(n45): Aplica cuando APM Terminals Callao S.A. actúa como depósito temporal (código 3014) previa coordinación y aceptación del direccionamiento de la carga por parte de APM Terminals Callao S.A. (espacio sujeto a disponibilidad). Incluye el servicio estándar (total o porción carga según contrato de transporte marítimo), el uso de área operativa hasta el día 10 inclusive, transmisión a aduanas y emisión de volante. Los tres primeros días calendario son libres y forman parte del servicio estándar.							
(n46): Para el uso del área operativa de depósito temporal desde el día 21 hacia adelante aplica el precio indicado en la sección 2.3.1.4. Para los demás servicios, independientemente del número de días de permanencia de la carga fraccionada, aplican las tarifas y los precios de las secciones 2.5.2 al 2.5.4, según corresponda.							

Valor contenedor por tonelada incluyendo estibas/ pallets 4 Usd. (Callao, 2017)

Flete internacional contenedor refrigerado

Precio Actual Del Mercado

\$2,309.13 – \$2,552.20

Sujeto a cargos extras de servicio, impuestos, derechos, etc

Cartagena
Cartagena Province, Bolivar

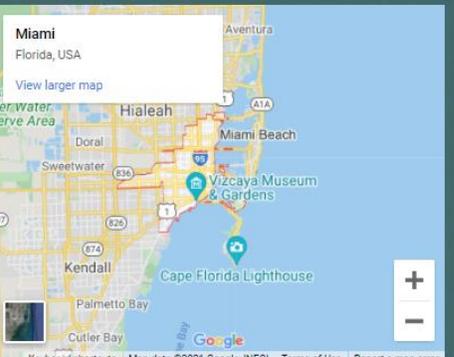
View larger map



Ver mapa mas grande

Miami
Florida, USA

View larger map



Ver mapa mas grande

Fuente: <https://www.worldfreightrates.com/es/freight>