

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE DULCES
DE MANGO Y COCO, HACIA LA NACIÓN DE PANAMÁ.**

KAREN CANTILLO PEÑA
JOSÉ MORÓN CÁRDENAS
ALEXANDER PADILLA

Trabajo Presentado a los Profesores:

MARIA ALTAMAR

GUSTAVO TURRIAGO

En el área de PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR
FACULTAD DE INGENIERÍA COMERCIAL
SEMESTRE DÉCIMO
BARRANQUILLA

2002

NOTA DE ACEPTACIÓN

PRESIDENTE DEL JURADO

JURADO

JURADO

**PERSONAL DIRECTIVO DE LA CORPORACIÓN EDUCATIVA
MAYOR DEL DESARROLLO SIMÓN BOLÍVAR**

RECTOR:

Dr. JOSÉ CONSUEGRA

VICERRECTOR:

Dr. EUGENIO BOLÍVAR

SECRETARIO GENERAL:

Dr. RAFAEL BOLAÑO

DECANO DE LA FACULTAD

DE INGENIERÍA COMERCIAL:

Dr. RICARDO SIMANCA

BARRANQUILLA

2002

DEDICATORIA

A DIOS por iluminarme, llenarme de bendiciones para alcanzar las metas propuestas.

A mis padres por su apoyo y empeño que me dieron para obtener el logro que me forjara a ser una profesional.

A mi hermana por darme energía cada día para culminar mis estudios universitarios.

A JUAN CARLOS por brindarme el apoyo incondicional y la seguridad que me brinda cada día.

A mis compañeros Alex y José por la confianza, el amor y el entusiasmo que me brindaron cada día.

A mi familia, a mis amigos (as) y mi mascota por la motivación que me brindaron.

KAREN CANTILLO PEÑA

DEDICATORIA

A mis padres por la motivación que me brindaron para crecer como persona y para alcanzar mis sueños.

A mis hermanos porque siempre me acompañaron a construir las metas trazadas.

A mis compañeros KAREN Y ALEXANDER por la colaboración que me brindaron para alcanzar este propósito.

JOSÉ MORÓN CÁRDENAS

DEDICATORIA

A DIOS todopoderoso, por darme sabiduría y llenarme de bendiciones y guiar mis pasos para alcanzar las metas propuestas.

A mis padres por todos los sacrificios y apoyo que me han brindado para llevar a impulsarme a seguir adelante.

A ALCIDES Y EDGAR , que fueron parte vital para la consecución de los fines.

A mis hermanos por el entusiasmo y motivación que me dieron.

A mis compañeros KAREN Y JOSÉ por la colaboración y empuje que me brindaron en este proyecto.

A todos mis amigos que de una u otra forma intervinieron en este propósito.

ALEXANDER PADILLA SIERRA

AGRADECIMIENTOS

AL DIOS OMNIPOTENTE, porque sin él nada hubiese sido posible. A él muchas gracias

A la facultad de Ingeniería Comercial por apoyarnos incondicionalmente en la elaboración y conclusión del proyecto.

A nuestro decano Ricardo SIMANCA, por su perseverancia y apoyo y dirección de nuestra facultad.

Al cuerpo de profesores de la facultad por su especial dedicación en impartir los conocimientos necesarios para el logro profesional.

Al profesor ALCIDES PADILLA, por su valiosa colaboración y guía en el inicio del proyecto.

A la profesora MARIA ALTAMAR, por brindarnos su apoyo en la ejecución y dirección de este proyecto.

A nuestros tutores Gustavo TURRIAGO y Carlos Ricaurte por su asesoría y guía en este propósito.

A demás profesores que de otra forma fueron involucrados en el desarrollo de este proyecto.

A el ex decano Francisco Cuervo, por constituir la facultad en la cual fuimos formados.

A los ex -profesores que intervinieron en el proceso educativo en el cual hemos sido formados.

¡ A todos gracias!

KAREN, JOSÉ Y ALEXANDER.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág
NOTA DE ACEPTACIÓN	iii
DEDICATORIA	v
DEDICATORIA	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTOS	viii
INTRODUCCIÓN	18
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	21
1.1. DESCRIPCIÓN	21
2. JUSTIFICACIÓN	27
3. OBJETIVOS	35
3.1 OBJETIVO GENERAL	35
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	35
4. MARCO REFERENCIAL	37
4.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS	37
4.2. MARCO TEÓRICO	47
4.3. PRODUCCIÓN, FERTILIZACIÓN Y PROCESAMIENTO DEL <i>MANGO</i>	71

4.4. EL COCO. IMPORTANCIA ECONÓMICA Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA	74
4.5. MARCO LEGAL	81
4.6. MARCO GEOGRÁFICO	83
4.6.1. Ciudad donde se ubicará la Compañía.	83
4.6.2. País donde se exportarán los dulces de mango y coco	83
4.7. MARCO CONCEPTUAL	86
5. DISEÑO METODOLÓGICO	100
5.1 TIPO DE ESTUDIO	100
5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	101
5.3 UNIVERSO	101
5.4 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS	102
5.4.1. Fuentes secundarios.	102
6. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	103
7. PLAN DE TRABAJO	104
8. ESTUDIO DE MERCADO	106
8.1. INTRODUCCIÓN	106
8.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	108
OBJETIVO GENERAL	109
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	109
8.3. EL PRODUCTO.	111
8.4. MERCADO META	118
8.4.1. Características de la demanda	118
8.5. MERCADO INTERNO	119
8.6. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	119
8.7. ESTRATEGIA DEL PRODUCTO	121
8.8. ESTRATEGIA DE PRECIO	122
8.9. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.	123

8.10. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	124
8.11. ESTRATEGIA DE MEDIOS	124
8.12. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	126
8.13. CONCEPTO DE COMUNICACIÓN (MENSAJE BÁSICO VENDIBLE)	126
8.14. IDENTIDAD VISUAL	127
8.15. IDENTIDAD VERBAL	128
9. ESTUDIO TÉCNICO	130
9.1. INTRODUCCIÓN	130
9.2. OBJETIVOS	130
OBJETIVO GENERAL	130
OBJETIVO ESPECIFICO	131
9.3. LOCALIZACIÓN DE LA BODEGA	131
9.4. TAMAÑO	132
9.5. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA	133
9.6. EQUIPOS DE OFICINA	135
9.7. RECURSO HUMANO	135
9.8. INSTALACIONES	136
9.9. SERVICIOS PÚBLICOS	137
9.10. TRANSPORTE	138
10. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	142
10.1. INTRODUCCIÓN	142
10.2. OBJETIVOS	143
OBJETIVOS GENERAL	143
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	143
10.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	146
11. ESTUDIO LEGAL	149
11.1. INTRODUCCIÓN	149

11.2. OBJETIVOS	150
OBJETIVO GENERAL	150
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	150
11.3. MINUTA DE INTENCIÓN	151
11.4. CERTIFICADO DE HOMONIMIA	151
11.5. NOTARIA. ELEVACIÓN A ESCRITURA PÚBLICA LA MINUTA DE INTENCIÓN.	152
11.6. CÁMARA DE COMERCIO.	153
11.7. CERTIFICADO EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL.	159
11.8. DIAN (INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO)	160
11.9. ALCALDÍA	162
11.10. APERTURA DE CUENTA CORRIENTE	166
11.11. APORTES PARAFISCALES	167
11.12. SALUD Y SEGURIDAD SOCIAL	168
11.13. LICENCIA AMBIENTAL	172
11.13.1. Tipo de Licencias Ambientales.	173
11.13.2. Licencia requerida por la empresa y trámite	174
11.13.3. Costos de la licencia ambiental	176
11.14. REQUISITOS PARA LAS EXPORTACIONES	178
11.14.1. Remisión de la factura Proforma	178
11.14.2. Aceptación de las condiciones	179
11.14.3. Confirmación de la carta de crédito	179
11.14.4. Factura comercial	180
11.14.5. Lista de empaque	180
11.14.6. Contratación del transporte	180
11.14.7. Certificación de origen de la mercancía	180
11.14.8. Visa textil	182
11.14.9. Compra y diligenciamiento del documento de exportación (DEX)	183

11.14.10. Solicitud de vistos buenos	184
11.14.11. Pago de la exportación.	186
11.14.12. Solicitud del certificado de reembolso tributario (CERT).	187
12. ESTUDIO FINANCIERO	192
12.1. INTRODUCCIÓN	192
12.2. OBJETIVOS	192
OBJETIVO GENERAL	192
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	193
12.3. RELACIÓN COSTOS-INGRESOS	193
12.4. TARIFAS MARÍTIMAS.	196
13. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	200
14. PRESUPUESTO	201
CONCLUSIONES	206
RECOMENDACIONES	202
BIBLIOGRAFÍA	206
ANEXOS	

LISTA DE TABLA

	Pág.
Tabla 1. Presentación del dulce	113
Tabla 2. Contenido nutricional	113
Tabla 3. Unidad a exportar	115
Tabla 4. Principales socios comerciales	116
Tabla 5. Sistema armonizado	116
Tabla 6. Competencia	119
Tabla 7. Costos administrativos	134
Tabla 8. Costos de equipos de oficinas	135
Tabla 9. Costo de instalación	136
Tabla 10. Costos de servicios públicos	137
Tabla 11. Costo total del estudio técnico	140
Tabla 12. Relación costo ingreso	193
Tabla 13. Unidades a transar	194
Tabla 14. Costo de embarcación	194
Tabla 15. Costo de flete	195
Tabla 16. Costo del producto	195
Tabla 17. Costo del empaque	195
Tabla 18. Costo del arancel	196
Tabla 19. Inversión total	196
Tabla 20. Cronograma presente	200
Tabla 21. Cronograma futuro	200
Tabla 22. Presupuesto	201

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Exportaciones barranquilleras	45
Figura 2. Etiqueta de presentación del envase	114
Figura 3. Presentación del empaque	114

TÍTULO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE DULCES
DE MANGO Y COCO HACIA LA NACIÓN DE PANAMÁ.**

INTRODUCCIÓN

En la actualidad es posible observar el desarrollo que han tenido los proyectos de comercialización y exportación, los cuales se hacen cada vez más relevantes en la nación Colombiana; debido a que se está viviendo una nueva etapa de transición económica en el ámbito mundial como es la globalización: Colombia no puede quedarse atrás ante este fenómeno económico de trascendencia, que traerá muchos beneficios para quienes se involucren en ella. Además de esto, los proyectos de comercialización y exportación se han convertido en rutas de salida hacia una mejor rentabilidad en los negocios y desarrollo económico para la nación.

Por tal motivo, el Gobierno Colombiano dirige sus acciones económicas y financieras por medio del Ministerio de Comercio Exterior para la creación de empresas exportadoras, impulsándolas a través de programas de motivación e innovación, tales como: *PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas)*; *Jóvenes emprendedores exportadores*, *programa de cátedra en negocios internacionales*, *programa formación a formadores*, *programas especiales de exportación*, *entre otros*. Además el sector privado está invirtiendo en proyectos de exportación que presenten viabilidad financiera para llevarlos a

su ejecución; una muestra de esto es *Incubadora del Caribe, Venture 2002*, entre otras.

Con busca del aumento de las exportaciones el Gobierno enfoca su atención en las exportaciones no tradicionales, ya que es una oportunidad del crecimiento de las mismas. Esto permitirá penetrar en mercados internacionales con productos altamente calificados, y de esta manera mostrar la cara positiva del país.

Es así como en este estudio se propone analizar la creación de una empresa exportadora de los dulces de mango y coco hacia PANAMÁ. En cuya procedimiento busca conocer: la demanda potencial de dichos dulces, las posibilidades de entrada al mercado internacional, la rentabilidad existente en el mismo, la estrategias de mercado a implementar. También es necesario hacer un seguimiento a las exportaciones no tradicionales para indagar en los pasos a seguir en dichas exportaciones, del cual se requiere tener un conocimiento del entorno económico y social de la nación Colombiana, para argumentar y justificar el desarrollo de este proyecto que desea incursionar en el mercado exterior, con un producto atractivo y rentable, con miras a la generación de empleo que tanto necesita el país.

Además de lo anterior es preciso anotar que Colombia es reconocida por su riqueza agrícola, ya que este país presenta una gran variedad de climas, debido a los pisos térmicos que posee, la cual facilita la variedad de cultivos. Por tal motivo el acceso a la materia prima es de mejor y mayor adquisición. Es así como se puede ver una oportunidad de mercado que urge aprovechar y

encausar la iniciativa de proyección en el exterior con productos nacionales, tal como son los dulces típicos que permitirán por una parte explotar los recursos agrícolas del país, y por otra mostrar el talento humano del mismo, para ser más competitivo en el mercado externo el cual es cambiante y en gran manera exigente.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN

Antes de la Apertura Económica, Colombia era un país auto abastecedor de productos alimenticios, los cuales, debido a la protección y los subsidios gubernamentales, constituían uno de los principales factores en el alza de la canasta familiar y del índice de inflación. *“Después de la apertura, a partir de 1991, la oleada de importación de productos alimenticios abarató sin duda el precio de los alimentos en el mercado, pero afectó también la producción nacional, al punto de que, al terminar el siglo XX, Colombia ha perdido su capacidad de auto abastecimiento alimenticio en cerca del 60% con relación a 1985, y en más del 80% con relación a 1961”.*¹

La producción agrícola colombiana consta de tres tipos de bienes: alimentos, materias primas y productos ornamentales. *“Los alimentos representan el 70% de la producción agraria; las materias primas el 22%; y los productos ornamentales el 8%. Los principales productos agrícolas exportables son el*

¹ Libro: Colombia Viva. El Tiempo. Página 127.

café, el banano, las flores, el azúcar, y ya muy disminuido, casi nulo, el algodón".²

A finales de los ochenta se completó el proceso de globalización de la economía en los Estados Unidos iniciado con la presidencia de Ronald Reagan en 1981. En Colombia el gobierno de Virgilio Barco (1986- 1990) dio los primeros pasos en esa dirección con el denominado proceso de Apertura Económica.

"La necesidad de abrir la economía colombiana a los mercados externos se basó en las premisas siguientes:

- *Las nuevas realidades económicas internacionales que exigen una mayor integración entre los países.*
- *El desencanto con el intervencionismo estatal.*
- *La conveniencia de asociar el desarrollo económico con el comportamiento de las exportaciones*".³

Sin embargo, *"La Apertura no ha tenido los resultados esperados por varias razones:*

² Tomado del DANE 1998. Cra 54 Calle 72.

³ Libro: Colombia Viva. El Tiempo. Página 142.

- (a) *Apertura indiscriminada.*
- (b) *Freno de la devaluación.*
- (c) *Crisis económica interna con recesión.*
- (d) *Crisis económica internacional. Entre otras”.*⁴

En el primer cuatrimestre del año 2000 las cifras arrojaron un aumento de las exportaciones colombianas. Sin embargo, este factor no se ha reflejado en el aumento del empleo, ni en la reactivación de la economía. Tampoco se han hecho mayores progresos en la integración económica con los países latinoamericanos, proceso que es un mandato constitucional, y que se ha estancado casi por completo desde 1.998.

*“La apertura comercial acompañada de las otras medidas que se denominó apertura económica iniciada a comienzos de la década de los 90’s, obligó a que las empresas replantearan su mercado interno por la necesidad de introducir sus productos en el contexto internacional, con lo cual factores como la competitividad, la productividad entre otros, comenzaron a ser utilizados por los empresarios colombianos. De igual forma los estudios empíricos sobre los determinantes de la competitividad, empezaron a ser muy frecuentes”.*⁵

En la actualidad se puede observar que esta apertura económica cobra mayor fuerza. Por esto un *“gran número de empresas colombianas se hayan enfocadas en el mercado extranjero”*⁶ en busca de una mejor rentabilidad y mayor demanda de sus productos; debido a que las oportunidades que brinda el mercado local son muy pocas, debido que el ingreso per capita de los

⁴ Libro: Colombia Viva. El Tiempo. Página 143.

⁵ Tesis: Tasa de cambio y Competitividad en Barranquilla en la década de los 90’s.

⁶ Tomado de la Página de Internet. Proexport. com. co Demandas y Oportunidades

colombianos es relativamente bajo, sumado a la alta inflación que se presenta en la actualidad, lo cual permite que los costos se eleven, generando de esta manera poca rentabilidad a proyectos de envergadura comercial. Además, Colombia atraviesa una de las peores crisis en lo político y social, ya que el índice de corrupción y violencia crece de manera acelerada, por lo cual es imprescindible establecer nuevas directrices en este mercado cada vez más complicado. Por tal motivo, el propósito es el de exportar de manera que se pueda incursionar en mercados atractivos, tal como lo son los mercados internacionales.

Es así como el gobierno colombiano está dirigiendo su atención a las exportaciones, de tal forma que se incremente el número, especialmente las exportaciones no tradicionales, de manera que el grado de participación de Colombia en el mercado internacional se acreciente, ya que en estos momentos es bajo. Existen un número de oportunidades en el país, por su economía agrícola, su ubicación geográfica y la diversidad de climas que posee. *“No obstante el nivel participativo de las exportaciones colombianas no es el mejor, datos específicos del Ministerio de Comercio Exterior lo demuestran, por tal motivo el gobierno colombiano se halla impulsando económicamente las exportaciones.”*⁷

A lo anterior se le suma la saturación que presenta el mercado local, de manera específica en los productos de consumo masivo, como los dulces. También se puede analizar *“el bajo poder adquisitivo que presentan los consumidores colombianos; una muestra de esto es el aumento del índice de*

⁷ Tomado de la Página de Internet. mincomex.gov.co

desempleo, que se presenta en estos momentos es una tasa del 18.1%”⁸; un porcentaje bastante alto que refleja el poco poder de compra que tienen los colombianos, lo cual hace que proyectos de esta magnitud como es el de comercialización de dulces típicos, no sean factibles en el mercado local.

El panorama de crecimiento económico de la empresa colombiana en su mayoría, *“esta basado en la expansión de sus mercados para la comercialización de sus productos en el exterior. Una muestra de esto es el incremento de las exportaciones no tradicionales en los últimos meses”⁹. Esto ha permitido incursionar en otra categoría de exportaciones, como las no tradicionales.*

En el marco de desarrollo de este proyecto de comercialización de dulces típicos; se puede señalar el entorno económico que éste presenta, lo cual es suficientemente incierto en el ámbito local; donde se estima una demanda relativamente baja, que no permitiría el auge de dicho proyecto, y de esta forma obtener ingresos monetarios relevantes, por lo cual no sería posible para poder ubicarse en el mercado local; *debido a que Colombia en su última década atraviesa por una de sus peores crisis socio económicas, sumado al conflicto interno que vive el país actualmente”¹⁰.*

⁸ Prensa: El Heraldo. Página Económica. Informado por el DANE.

⁹ DANE Emisión por la prensa EL HERALDO, página 4B; Mayo 25 2.001

¹⁰ Libro Colombia Viva. Casa Editorial El Tiempo. Pag 122-125

Por otra parte, se debe tener en cuenta, que una de las dificultades más grandes para la ejecución de estos proyectos es *la poca iniciativa* en la población Colombiana, esto se puede describir con un problema social, que puede ser causado por los siguientes aspectos:

- Poca credibilidad en el sistema económico Colombiano, la cual es muy notable.
- La falta de conocimientos técnicos para la elaboración y ejecución de estos proyectos.
- Mito de la tramitología.
- Poca cultura empresarial, para crear e innovar.
- Negativismo por el entorno socioeconómico.

Con base en lo expuesto anteriormente en el presente proyecto se plantea responder al interrogante de:

¿Cuál será la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora internacional de dulces de mango y coco a la nación de Panamá?

2. JUSTIFICACIÓN

En los últimos años el sector que ha registrado un mayor grado *de oportunidad en la actividad productiva del país, ha sido el exportador*¹¹.

*“El ministerio de comercio exterior y entidades vinculadas han venido cumpliendo coordinadamente con los lineamientos y compromisos establecidos en el plan estratégico exportador 1999 – 2009, manteniendo las exportaciones como motor de crecimiento. En el año 2000 las exportaciones totales aumentaron un 12.9 %, destacándose el mayor crecimiento de las exportaciones no tradicionales en un 16.3%, frente al incremento de las tradicionales en un 9.8%. En el primer trimestre se mantuvo la tendencia del mayor crecimiento de las no tradicionales con un 11.4%”*¹².

Por lo cual es necesario aprovechar las perspectivas en el ámbito de las exportaciones no tradicionales, que se muestran con un panorama oportuno, ya que el gobierno colombiano se halla en el plan de apoyo económico y de asesoría, como son las entidades públicas entre esas: PROEXPORT, MINCOMEX; también entidades privadas como Incubadora del Caribe, Venture 2002 etc. Por lo cual es importante salir de este mercado local con bajas posibilidades de éxito, e ir en busca de ese mercado exterior con un alto

¹¹ Tomado de la prensa EL ESPECTADOR, EDICIÓN 7 DE ABRIL DEL 2.002. página económica

¹² Tomado de la página de Internet Mincomex. com

poder adquisitivo; debido a que el mercado que se tiene como objetivo representa una economía más estable y rentable.

Una muestra de lo anterior es el apoyo del estado Colombiano a la PYME (Pequeña y Mediana Empresa) que desee incursionar en el ámbito internacional con exportaciones no tradicionales; por lo cual el Ministerio de Comercio Exterior se encuentra realizando programas de promoción y motivación a la creación de empresas exportadoras; dichos programas son:

“Jóvenes emprendedores exportadores, programa de cátedra en negocios internacionales, programa formación a formadores, programas especiales de exportación, entre otros”¹³. Todo esto se debe a que las exportaciones no tradicionales han cobrado un considerable auge en la actualidad; “Por lo que las exportaciones tradicionales como: café, petróleo, carbón, flores, entre otras, se mantienen en su mercado; y presentan pocas oportunidades de poder ampliar su mercado debido a que estos productos son exportados por cuotas, de tal forma que cada país que exporta dichos productos aportan una cuota acordada en el marco de los acuerdos económicos preestablecidos. En cambio las exportaciones no tradicionales como: bocadillo, iguana, dulces, frutas tropicales, etc.; se hallan en su mejor momento en el mercado exterior”¹⁴.

Por esta razón, el estado intenta fortalecer ante todo las exportaciones no tradicionales en las cuales es posible observar mayor oportunidad de incursión en el mercado exterior, ya que el mercado local sufre de una saturación en productos de este tipo; además, *“el poder adquisitivo de los consumidores en Colombia, ha descendido de manera considerable”¹⁵*; con lo cual se hace relevante y urgente la búsqueda de mercados atractivos, donde existan nuevas perspectivas de desarrollo, de tal manera que se puedan obtener divisas y por

¹³ Tomado de la página de Internet Proexport. com. co Inteligencia de Mercados.

¹⁴ Tomado de la página de Internet Proexport. com. co Inteligencia de Mercados.

¹⁵ Prensa: El Tiempo Caribe, Mayo 27 2001. Pagina Económica.

ende representará crecimiento económico para la nación colombiana. A consecuencia de esto, empresas colombianas se encuentran exportando a mercados como: “*Estados Unidos, Holanda, Austria, España, México, Canadá, Alemania, entre otros*”¹⁶. Según Proexport en la actualidad, estos países son los que presenta una gran demanda de dulces típicos, por el cual Colombia dirige sus exportaciones hacia los mismos.

Esto refleja la necesidad de que la empresa local explore en el ámbito de las exportaciones no tradicionales, que representan una gran oportunidad de mercado. No obstante la empresa debe equiparse tecnológicamente para garantizar la calidad de este tipo de producto y así poder manejar un nivel de competitividad alto, que a su vez favorecerá a la empresa, por la rentabilidad que se obtendrá del mismo; también beneficiará a la economía colombiana, ya que se generaría empleos y con el producto calificado proyectará una buena imagen el sector empresarial y productivo del país.

Por otra parte, al incursionar en el mercado exterior promoverá en las empresas colombianas grandes retos en su parte interna como externa; tales como: El desarrollo competitivo y productivo en la compañía, debido a que estas deben estar acorde a las exigencias del mercado internacional, en el mejoramiento continuo de sus procesos, sumado a una inversión tecnológica, todo esto teniendo en cuenta un amplio conocimiento progresivo del mercado y sus variables controlables: objetivos, estrategias, políticas, calidad, canales de distribución y campañas promocionales y variables no controlables: devaluación, inflación, satisfacción del consumidor, estabilidad política,

¹⁶ Tomado de la página de Proexport. gov.co; Inteligencia de Mercados.

ingreso per cápita del consumidor, y acciones del consumidor. Todo esto conllevaría al mejor aprovechamiento de los recursos y del tiempo, lo cual traerá como resultado la eficiencia en el proceso comercial a saber: la elaboración, distribución, logística y comercialización de los productos.

Otras de las ventajas que propiciaría el desarrollo de este proyecto es la generación de empleos, lo cual es un factor primordial para el crecimiento económico de la nación Colombiana, la cual atraviesa una de sus peores crisis, una muestra de esto es el porcentaje del *desempleo que se presenta en estos momentos, del 18.1%*¹⁷ una cifra muy desfavorable para la economía nacional; por ende la creación de nuevas empresas contribuiría a la reactivación de la economía local, lo cual conlleva a un mejoramiento de vida de la sociedad y mejores ingresos per cápita para sus habitantes.

*“Durante mucho tiempo se creyó que las grandes empresas eran los responsables de la generación de empleo, bienestar y satisfacción, lo cual llevó a tenerles como ídolo y como meta la vinculación en una gran empresa, ojalá multinacional”*¹⁸. No obstante en la actualidad claramente se observa que los procesos de generación de empleo se dan fundamentalmente en las PYMES, mientras que en la mayoría de las grandes empresas, en general pierden empleados.

¹⁷ Tomado de la prensa: EL HERALDO. Página económica. Edición de Sep 26 de 2001.

¹⁸ VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial. EDITORIAL PRENTICE hall.

Es el momento propicio para presentar proyectos de esta magnitud que permitan incursionar en el mercado extranjero, por tal razón se ha de exponer la creación de una empresa exportadora, que logre ocupar un espacio en el mercado internacional. Contando con oportunidades valiosas como lo muestran los antecedentes notables y estadísticos de Proexport, se hace necesario entonces aprovechar los mercados que poseen una cultura accesible a ese tipo de productos como son los dulces típicos que se proponen en este proyecto. Un ejemplo de esto se observa en países como: *“Estados Unidos, Panamá, Alemania, España, Canadá, y Austria”*, con una cultura de consumo apropiada para la exportación de dulces típicos¹⁹, ya que muestran un alto porcentaje de consumo en dulces, de tal manera que se aprecia una demanda ascendente. A partir de la anterior afirmación en donde se cita el país en cuestión (Panamá) como objetivo comercial para el mercado de dulces típicos y agregando a esto las preferencias arancelarias entre Colombia y Panamá, establecidas a través del Acuerdo de Alcance Parcial (ALADI) realizado entre ambas naciones en Montevideo en el año de 1980 y cuyo artículo segundo postula: *“El presente Acuerdo se basa en el otorgamiento de preferencias, con respecto a los gravámenes y demás restricciones aplicadas por las Partes a la importación de los productos negociados en el mismo, cuando éstos sean originarios y provenientes de sus respectivos territorios”*²⁰, se introducen argumentos válidos que sirven de soporte para justificar el estudio hacia la nación panameña.

¹⁹ Tomado de la página de Internet. Proexport. gov. co Inteligencia de Mercados.

²⁰ Tomada de la página www.aladi.org Acuerdo de Alcance Parcial entre la República de Panamá y la República de Colombia

Es así como es importante proponer estudios de esta índole que permite incursionar en el mercado exterior, que presentan una alta demanda de consumidores que apetecen los dulces típicos, específicamente los dulces Colombianos, ya que el modo de preparación se conoce únicamente en este país, por lo cual es necesario explotar esta oportunidad de mercado para proyectar esta idea e incursionar en el mercado de los dulces típicos.

Además se debe aprovechar el talento humano para la elaboración de dichos dulces, porque Colombia tiene personas con gran capacidad de creatividad y mano de obra, que permite llevar a cabo la elaboración de deliciosos dulces e higiénicamente preparados para el mercado externo.

También es de gran importancia señalar que Colombia posee grandes ventajas agrícolas, debido a que presenta una diversidad de climas, esto se debe a los pisos térmicos que permiten la variedad de cultivos, del cual se facilita la materia prima que requerirán los productos a elaborar, como son los dulces típicos Barranquilleros. Dicha materia prima son las frutas, azúcar, panela entre otros productos; es así como se requiere sacar el mejor provecho posible de estos recursos naturales para lograr, con esta oportunidad, ser más competitivos en los mercados extranjero y por ende generar divisas.

Otra oportunidad a destacar la favorabilidad de este estudio es la multiplicidad de acuerdos y alianzas que tiene Colombia con diferentes países, tanto en el

continente americano, como en el europeo, entre otros. Dichos acuerdos son los siguientes:

- **COMUNIDAD ANDINA.** Programa de Libre Comercio con países como Venezuela, Ecuador, Bolivia y Perú.
- **ALADI. Asociación Latinoamericana De Integración.** Acuerdos de alcance parcial con los siguientes países: Brasil, Panamá, Paraguay, Cuba y Uruguay, acuerdos de complementación
- **SGP. Sistema Generalizado De Preferencias.** Otorgan preferencias:

***AELI.** Asociación Europea De Libre Comercio (Noruega, Suiza, Suecia Austria, Portugal e Islandia).

***ATPA. Ley De Preferencias Arancelarias Andinas.** Ley del Congreso de los Estados Unidos que otorga preferencias a los productos colombianos, con exclusión de: Atún en lata, Azúcar, Petróleo y sus derivados.

***PEC. PROGRAMA ESPECIAL DE COOPERACIÓN.** La Unión Europea otorga preferencias a los productos colombianos, con una cobertura mucho más amplia que la del SGP, entre los productos excluidos están: Banano fresco.

- **ALIANZA ECONÓMICA CON.** Argentina y Chile.
- **TRATADO DE LIBRE COMERCIO. G3** lo conforman: Venezuela y México
- **CARICOM.** Colombia y la Comunidad del Caribe.
- **EUROPA ORIENTAL:** Bulgaria, Hungría Checoslovaquia y Polonia.
- **UNIÓN EUROPEA:** Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Inglaterra e Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal y Suecia.

• **OTROS PAÍSES:** Japón, Canadá, CEI Comunidad de Estados Independientes (Ex URSS) Entre los productos establecidos están: cubiertas de piso, textiles y prendas de vestir (no todas), calzado, mechas y tejidos de vidrio, ropa de cama, fresas, limones, caballos vivos, mulas vivas, burros vivos, carnes procesadas, productos lácteos, vainilla, clavo (especias) y semilla de arroz. Dada las consideraciones o enunciados establecidos, se puede llegar a la conclusión que son muchos las posibilidades que permitirían la realización de esta investigación y el objetivo posterior de llevarlo a la práctica.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad, que determine la viabilidad de la creación de una empresa exportadora de los dulces de mango y coco a la nación de Panamá.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la existencia de una demanda para el producto ofrecido en el proyecto para el país de Panamá y a la vez conocer las mejores estrategias de comercialización.
- Desarrollar un estudio técnico que determine las necesidades de equipamiento e infraestructura general, para la exportación y comercialización efectiva de dulces de mango y coco.

- Realizar un estudio organizacional que estipule la estructura administrativa y operativa de la empresa exportadora de los dulces de mango y coco, de manera coherente con los requerimientos técnicos y de mercado.
- Elaborar un estudio legal que reconozca la normatividad vigente para el montaje y operación de la empresa exportadora de este tipo.
- Implementar un estudio financiero que determine la viabilidad económica del montaje y operación de la empresa exportadora de dulces de mango y coco, en un horizonte de evaluación estipulado.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Durante la última década el mercado ha evolucionado de forma acelerada, de tal manera que su expansión se muestra con un crecimiento significativo, la cual ha permitido la participación de empresas internacionales en mercados locales y viceversa, dándose así de manera específica la globalización del mercado para la generalización de este, donde ya no existen fronteras comerciales en el mundo.

Es así como se están eliminando las barreras entre los países, lográndose un acercamiento por medio de alianzas estratégicas; tal como se puede ver en la actualidad: la NAFTA, ALADI, ATPA, G3, la Comunidad Andina entre otras; que facilitan la comercialización de los productos. De esto se puede observar la oportunidad que tienen las empresas de suministrar sus productos a aquellos lugares del mundo, en lo que se puede obtener el mayor valor; ya sea en función del costo, la calidad y la rentabilidad.

La nación Colombiana contempla la globalización como una oportunidad para aprovechar los recursos que posee el país; y llevándolo al mercado externo. Una muestra de esto es el plan de desarrollo que visualiza el cambio para fortalecer la economía del actual gobierno o como alternativa para conseguir el desarrollo; las cuales buscan *“Convertir a las exportaciones en el motor de crecimiento de la Economía y crear las bases de un cambio estructural en el sistema productivo, para orientarlos a los mercados externos.”*²¹

No obstante, este sector ha generado cambios significativos en sus componentes, determinado por el tipo de producto llevado al exterior. *“En el país las exportaciones no tradicionales han aumentado de forma agresiva en los últimos años. (Enero 2.000 y enero 2.001)”*.²² De las cuales sobresalen las siguientes:

- Confecciones (41.6), aportaron 2.9 puntos porcentuales a la variación de las exportaciones no tradicionales.
- Plantas y productos de floricultura (36.7) aportaron 2.4 puntos porcentuales a la variación de las exportaciones no tradicionales.
- Papel y sus productos (25%) contribuyeron con 1.3 4 puntos porcentuales a la variación de las exportaciones no tradicionales.

“El incremento en los ingresos por exportaciones no tradicionales (16,5% anual), se dio fundamentalmente según la clasificación CUODE en los sectores de bienes de consumo no duradero (7,2% anual), bienes de consumo duradero (77,7%), materias primas y productos intermedios para la industria (4,4% anual). Al interior de cada sector quienes tuvieron una mayor contribución fueron vestuario y otras confecciones (20,7% anual), vehículos de transporte

²¹ LORENTE Luis. Aspecto Macroeconómico del Plan de Desarrollo. Cuaderno de Economía 30 Universidad Nacional de Colombia.

²² 58% comparada con otros años anteriores. (Enero 2.000 y enero del 2.001).

*particular (35,34% anual) y productos químicos y farmacéuticos (26,9% anual)."*²³

*En años anteriores "las exportaciones de 1925 a 1950 Colombia logró transformar su condición de país mono-exportador (café) a país con diversidad de productos exportables. 1960 se exportaban diez y siete productos distintos al café, aunque este seguía siendo el de mayor impacto en la generación de divisas (55%). Las exportaciones desde 1925 hasta 1990 aumentaron 14 veces a una tasa anual de promedio".*²⁴

En el año 2000 los productos básicos colombianos de exportación son: "el café, con 23.7%; productos forestales y del mar, con 14.8%; productos de petróleo, con 14.7%; textiles y confecciones, 9.5%; carbón, 6.6% productos químicos, 6.5%; alimentos y tabaco, 5.1%; flores y otros, 5%.

*Las exportaciones tienen como destinos principales: Estados Unidos, 39,9%; Alemania, 7.3%; Perú, 6.1%; Venezuela, 5.5%; Ecuador, 4.1%; Japón, 3.6%. Todo esto deduce el alto grado de oportunidad que tienen las empresas colombianas para desarrollarse en el mercado externo".*²⁵

Es importante observar de acuerdo al desarrollo de un negocio, como una idea puede transformarse en un buen negocio; "todos somos en cierta medida

²³ DANE, Bogotá Marzo 01 2.001; Exportaciones no tradicionales.

²⁴ Libro: Colombia Viva. Casa editorial El tiempo 2.000. Pag. 140-141. Las Exportaciones.

²⁵ Fuente: DANE, Ministerio de Comercio Exterior y Banco de la República, Indicadores Económicos.

emprendedores y a todos se nos ocurren ideas de negocios. El problema, está en saber cómo explotar esa idea de forma más o menos sensata y rentable". No obstante se puede decir *"a quién no se le ha ocurrido una gran idea de negocio. Quién no se ha lamentado al ver a alguien explotar una idea que uno la pensó pero que no puso en marcha. Quién no ha decidido una y otra vez dejar su empresa para establecerse por su cuenta, pero no tiene claro en qué tipo de negocio embarcarse. La idea de desarrollar un negocio y crear una empresa es algo más común y simple de lo que se piensa"*.²⁶

Cada vez se hace más notable, en el ámbito mundial, la relación directa entre la dinámica económica y el nivel de innovación de las empresas, las regiones y los países. *"La realidad es que la competitividad y el desarrollo están basados en las innovaciones tecnológicas, blandas o duras, de punta o en áreas tradicionales. La innovación establece las ventajas competitivas y por ello es el alma de todo el proceso empresarial"*.²⁷

No existen barreras para la consecución de un negocio o idea de negocio; *"se requiere motivación, deseo y talento. También requiere investigación y planificación. Para aumentar su posibilidad de éxito, dedíquele tiempo de antemano a explorar y evaluar sus metas de negocio y personales. Entonces utilice esta información para desarrollar un plan de negocio comprensivo y bien pensado el cual le ayudará a lograr estas metas"*.²⁸

²⁶ Tomada de la Revista: La Semana, Edición 23, 16 de julio del 2.000, Cómo crear una idea que se puede transformar en un buen negocio?

²⁷ VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial. Editorial Prentice HALL. Página 128

²⁸ Entidad: Proexport Barranquilla; ¿Cómo empezar un negocio pequeño?

Una muestra de esto es el desarrollo de una idea innovadora, llevada a cabo en una empresa pequeña por *“el señor Jorge Cano Copelio, donde él tuvo que enfrentar muchas dificultades y barreras; mas sin embargo no se dio por vencido y formo un pequeño negocio en el centro de Medellín, reconocido por sus deliciosas panelitas de arequipe y coco; y de esta forma exportarla a los Estados Unidos”*.²⁹

Otro ejemplo de una actitud hacia el progreso es el ingenio de *“dos jóvenes Bogotanas quienes no se conformaron con vender y promocionar sus obleas (la sabrosita) en los supermercados colombianos si no que trascendieron las fronteras nacionales exportando sus productos a Estado Unidos, con la colaboración de amigos residentes en dicho país quiénes ayudaron a dar a conocer el producto”*³⁰.

*“Colombia utilizó por más de cuatro décadas el modelo de desarrollo de sustitución de importaciones que protegió e impulso la incipiente industria de comienzo de los cuarenta. Este modelo adormeció las capacidades de reacción y de adaptación a los cambios del entorno de las empresas del país. Una vez eliminado este modelo de desarrollo e implementando el de la apertura económica las empresas se vieron en serias dificultades, para competir con las empresas internacionales.”*³¹

Después del gran impacto causado por la Apertura Económica en donde el mercado se inundó de productos de bajo costo y con mejor calidad que los producidos por las empresas colombianas, originando una gran crisis económica en los últimos años, la cual se compara con la vivida en la gran

²⁹ Tomada de la a Revista: Dinero, Noviembre 10 del 2001; Artículo Exportadores Estrellas, pagina 54,

³⁰ ALDANA Juan Guillermo. Tomada de la revista Incomex. Marzo 1998.

³¹ Enciclopedia de Historia Universal.

depresión de 1.930, es oportuno sacar a relucir la recuperación de la producción y las ventas de la economía colombiana en el último año; que han sido jalonadas por la dinámica que ha experimentado las exportaciones.

Diez años después de haberse iniciado la apertura económica las empresas colombianas lograron adaptarse a la competencia internacional y muchas empresas se han volcado al comercio internacional. Estas han logrado penetrar a nuevos mercados aprovechando las integraciones comerciales de Colombia con diferentes países del mundo.

Esta situación ha generado más dólares y mayor ingreso que le han servido de gran ayuda a la macroeconomía colombiana. Pero al mismo tiempo abrieron las puertas a un ritmo de innovación empresarial mucho más profundo que el vivido en cualquiera otro período de la historia. Es por esto, que en Colombia los grandes líderes exportadores, que con valentía y visión de largo plazo, han afrontado los duros retos del mercado externo, con resultados notables.

“Uno de los principales factores que afecta el nivel de las exportaciones es la tasa de cambio. Colombia ha tenido tres regímenes cambiarios en los últimos años. El primero el de mini devaluaciones o devaluación gota a gota que tuvo vigencia desde 1.964 hasta 1.991. El segundo, es el de la banda cambiaria que fue implementado desde 1.991 hasta septiembre de 1.999. El último régimen cambiario en Colombia de la libre flotación del peso, introducido desde el 25 de septiembre de 1.999 empieza a ser uno de los pilares fundamentales para impulsar el ambiente adecuado para el auge de las exportaciones, ello acompañado del aumento del dólar (de \$1.604 en abril de 1.999 a \$2.211 en septiembre del 2.000), la devaluación nominal alrededor del 40% en el período y el aumento de

*la tasa de cambio real para las exportaciones no tradicionales en casi 20 puntos, contribuyendo a la ganancia en competitividad y precio.*³²

*“En este sentido, la devaluación del tipo de cambio ha mejorado la posición competitiva de los productos nacionales, dado que ésta hace que los precios caigan. El peso colombiano se viene devaluado de forma real desde el segundo trimestre de 1996, con lo cual los exportadores reciben mayores ingresos por la venta de sus productos. Otro de los aspectos fundamentales de la reactivación de las exportaciones es la concientización de los empresarios de la necesidad de ofrecer unos productos de alta calidad con unos precios razonables.”*³³

Es de gran importancia saber lo que debe tener una empresa para exportar. En primera instancia, debe tener calidad, acompañada de ahorros de costos con lo cual se logran mejores relaciones con el mercado externo. Otro factor importante que tiene un gran impacto en la competitividad de una empresa y un país es el relacionado con la logística.

*“Ante las exigencias de competitividad y globalización del mundo actual el servicio que se le preste al cliente resulta una última lección importante que deben ir acompañadas de buenas políticas por parte del gobierno, como se puede observar actualmente en nuestro país en donde se está dando un gran impulso a las pequeñas y medianas empresas ante los mercados internacionales, se deben asumir los grandes retos que se le presentan a las diferentes empresas colombianas, pero cada vez es más claro que el principal inconveniente que se presenta en el momento de incursionar en el mundo de las exportaciones exitosas es el de la falta de inversión en proyectos de gran alcance, en consecuencia la utilización de la capacidad instalada en las empresas está alcanzando su limitante y la renovación de las maquinarias ha sido lento”.*³⁴

³² www.mincomex.gov.co

³³ ARANGO LONDOÑO, Gilberto. ESTRUCTURA ECONOMICA COLOMBIANA. MC GRAW HILL, 2.000. Página 100-125

³⁴ Aspectos Generales sobre Colombia. PROEXPOR. Documento preparado por el Departamento de Estudios Económicos. Bogotá 1.981

Por todo esto, se deben aprovechar las diferentes alianzas estratégicas de las empresas para no dejar escapar este gran momento de auge exportador puesto que es un factor importante para que un país crezca; la prioridad de la política pública en Colombia debe ser la inversión empresarial para así aumentar los ingresos con lo que se generaría más empleo y se lograría progreso para un mejor Colombia.

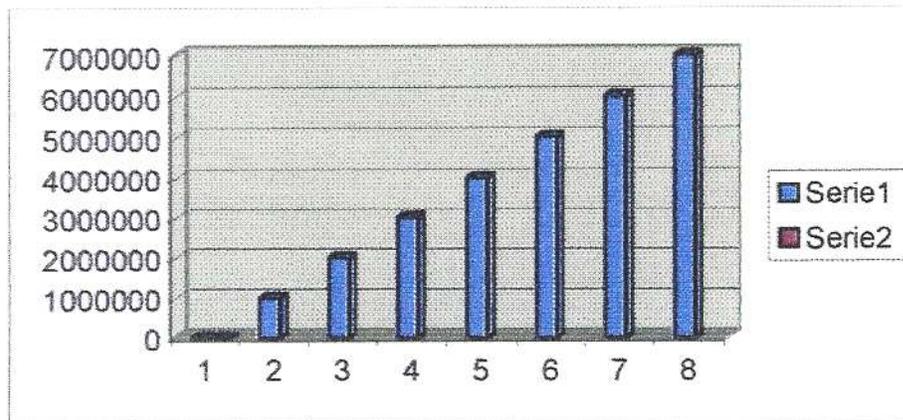
En un mundo globalizado e integrado comercialmente y financieramente, donde todos los días se abren nuevas empresas con unos procesos de producción nuevos y novedosos, las empresas deben presentar estructuras flexibles capaces de adaptarse a los cambios del entorno. La creación de ventajas competitivas y la aplicación permanente de nuevas tecnologías a raíz del proceso de reconversión industrial que vienen desarrollando las empresas colombianas a raíz de la apertura económica sumada a la capacitación y calificación de recursos humanos son una necesidad inaplazable, para que en nuestro país se sigan presentando cada día casos de líderes triunfadores ante el gran reto de las exportaciones.

“En el caso particular de Barranquilla el impulso de las exportaciones tiene una connotación diferente. Debido a que de acuerdo a las teorías del comercio internacional las regiones o las ciudades que ofrezcan ventajas competitivas en materia de ubicación recibirán aquellas empresas que tengan planes de exportar sus bienes.”³⁵ Para evaluar el impulso de las exportaciones se analiza en la figura 1. En ella se observa que existen tres períodos claramente

³⁵ PORTER, Michael E. Ventaja Competitiva. Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior. Compañía Editorial Continental, S.A. de C.V. México. 1993.

definidos. El primero que comienza en 1.986 y termina en 1.992, en este lapso de tiempo las exportaciones de la ciudad muestran una dinámica lenta hacia la alta. Cabe recordar que este tiempo todavía existían restricciones comerciales y legales a la comercialización de bienes y servicios.

Figura 1.
Exportaciones por Barranquilla 1986 – 1998



El segundo período de tiempo, se inicia en 1.992 y termina en 1.994, dentro de éste las exportaciones caen aparatosamente. Esto se debe al “boom” que se dio en Colombia en ese período ocasionado porque los colombianos en general decidieron comprar en el exterior y el sistema financiero flexibilizó sus criterios para acceder a los créditos de consumo.

“Finalmente, a partir de 1.995 las exportaciones comenzaron a subir de forma más rápida que en el comienzo de la década pasada. En este sentido analíticamente se puede concluir que en el momento de consolidación de las medidas tomadas en el gobierno de Gaviria, el sector exportador de la ciudad se vio beneficiado. En consecuencia, los argumentos en contra de la apertura económica hay que tomarlos como beneficio de inventario. Es necesario recordar que las reformas relacionadas con la Apertura Económica todavía están a mitad de camino. Lo único donde se ha avanzado considerablemente es la eliminación de las trabas, de algunos regimenes de importaciones. Sin embargo, todavía existen otros tipos de restricciones legales que impiden que el sector externo tome mayor dinamismo. Las próximas

reformas deben ir encaminadas hacia la eliminación de dichas perturbaciones".³⁶

Lo anterior muestra los planes y programas macroeconómicos que se halla implementando el gobierno colombiano, a través de las políticas expuestas por el Ministerio De Comercio Exterior, las cuales buscan el dinamismo y auge al sector exportador que durante las dos últimas décadas cobra mayor importancia en la economía colombiana; la cual a su vez el gobierno actual, se encuentra dirigiendo sus acciones a dicho sector, con el propósito de acelerarlo y darle un rumbo fijo, donde estas acciones buscan el aumento de las exportaciones en una cifra bastante representativa; para que a su vez esto permita proporcionar un porcentaje alto de empleos directos e indirectos en Colombia.

Esto demuestra la pauta que marcará en la economía colombiana, según estudios y estadísticas. Por tal razón en la actualidad el gobierno nacional, se encuentra apoyando a las Pymes (pequeñas y medianas empresas) que desean incursionar en el mercado internacional, con exportaciones no tradicionales.

En el desenvolvimiento histórico hallado en los diferentes escritos, fue importante anotar los distintos aspectos que se involucran en el desarrollo de una idea innovadora, la cual busca recabar información que concierne al ámbito exportador. En la actualidad se muestra la rentabilidad y accesibilidad a

³⁶ Fondo de Promoción de Exportaciones. Plan de Exportación 1.984-1.990. Octubre- Noviembre 1.984

este tipo de estudio, apoyándose en varias entidades tales como: Proexport, Mincomex, entre otras.

4.2. MARCO TEÓRICO

Es relevante señalar que todo proyecto requiere de una base teórica concreta que permite sustentar de mejor y mayor manera el estudio planteado, para darle un fundamento de credibilidad y sostenimiento del mismo. Es así como se muestra a continuación diferentes antecedentes teóricos enfocados en tema principal del estudio: **Las Exportaciones en Colombia.**

• EXPORTACIÓN

“Operación que supone la salida legal de mercancías del territorio aduanero hacia una Zona Franca Industrial de bienes y de servicios o a otro país, y que produce como contrapartida un ingreso de divisas. Así mismo, se consideran exportaciones las ventas que realizan los residentes en el país a las Sociedades de Comercialización Internacional legalmente constituidas, registradas y autorizadas por el Ministerio de Comercio Exterior; las ventas de materias primas en desarrollo de los Programas Especiales de Exportación – PEX y la introducción de mercancías nacionales a Depósitos Francos.

En Colombia se consideran 10 Regímenes aduaneros:

- ▶ *La exportación definitiva*
- ▶ *La exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo*

- ▶ *La exportación temporal para reimportación en el mismo estado*
- ▶ *Reexportación.*
- ▶ *Reembarque.*
- ▶ *Exportación por tráfico.*
- ▶ *Postal y envíos urgentes*
- ▶ *Exportación de muestra sin valor comercial*
- ▶ *Exportaciones temporales realizadas por viajeros*
- ▶ *Exportación de menajes.*

Las definiciones en relación a la exportación y sus modalidades se toman del Decreto 2685 / 99.

A. Programas especiales de exportación.

Finalmente, no se considera exportación, la salida del territorio aduanero nacional de las reservas internacionales, conformadas por divisas convertibles y oro, en virtud de operaciones efectuadas por el Banco de la República con organismos financieros internacionales y otras instituciones del exterior, derivadas de sus funciones de banca central o que se realicen para facilitar las operaciones de pago y crédito, de conformidad con lo previsto en la Ley 31 de 1992. De acuerdo con el nuevo Estatuto Aduanero (Decreto 2685 del 28 de diciembre de 1999, artículo 11 parágrafo único) cuando se trate de envíos fraccionados o múltiples que sumados superen los mil dólares americanos (US\$1.000.00), las importaciones y exportaciones deberán tramitarse a través de una Sociedad de Intermediación Aduanera.

B. Exportación definitiva.

Es la modalidad aplicable a las mercancías nacionales o de libre disposición que salen legalmente del territorio aduanero colombiano a una zona franca industrial de bienes y de servicios o a otro país, para su uso o consumo definitivo. Las exportaciones definitivas presentan dos modalidades: con o sin reintegro.

Embarque: *Es la operación de cargue en el medio de transporte de la mercancía que va a ser exportada, previa autorización de la autoridad aduanera. Se tratará de un embarque único cuando la totalidad de las mercancías que se encuentran amparadas en el documento que acredite la operación que dio lugar a la exportación, salen del territorio aduanero nacional con un sólo documento de transporte.*

C. Exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo.

Es la modalidad de exportación que permite la salida temporal de mercancías nacionales o de libre circulación en el territorio aduanero colombiano con el propósito de que sean sometidas a transformación, elaboración o reparación en el exterior o en una zona franca industrial de bienes y de servicios, para reimportarlas dentro del plazo que se autorice para cada caso antes de su exportación.

Productos compensadores: Por productos compensadores se entienden los obtenidos en el exterior o en Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios, en el curso o como consecuencia de la elaboración, transformación o reparación de mercancías exportadas temporalmente para perfeccionamiento pasivo.

Equivalencia de productos compensadores: Podrán asimilarse a productos compensadores los obtenidos en el exterior o en Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios, a partir de mercancías idénticas por su especie, calidad y características técnicas a las que han sido sometidas a exportación temporal para perfeccionamiento pasivo.

Terminación de la modalidad: La modalidad de exportación temporal terminará si dentro del plazo fijado se presenta una de las siguientes situaciones:

- a) Reimportación por perfeccionamiento pasivo.
- b) Exportación definitiva.
- c) Reimportación en el mismo estado, cuando la mercancía no pudo ser sometida al perfeccionamiento pasivo que motivó la exportación.
- d) Destrucción de la mercancía en el exterior debidamente acreditada ante la Aduana.

Cesión de mercancías: Las mercancías que se encuentren en el exterior bajo esta modalidad de exportación podrán cederse, previo aviso a la

Administración de Aduanas donde se tramitó su exportación. El cesionario será considerado para todos los efectos como exportador inicial.

D. Exportación temporal para reimportación en el mismo estado.

Es la modalidad de exportación que permite la salida temporal de mercancías nacionales o nacionalizadas del territorio aduanero nacional, para atender una finalidad específica en el exterior, en un plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado elaboración, transformación o modificación alguna, con excepción del deterioro normal originado en el uso que de ellas se haga.

Tratándose de los bienes que forman parte del patrimonio cultural de la Nación, la exportación temporal de los mismos, de conformidad con lo previsto en la Ley 397 de 1997, podrá autorizarse en los casos contemplados en dicha norma, por un plazo no superior a tres (3) años, debiéndose constituir una garantía bancaria o de compañía de seguros que asegure la reimportación en el mismo estado de los bienes a que se refiere este párrafo, en los términos que establezca la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

Terminación de la modalidad: *La modalidad de exportación temporal para reimportación en el mismo estado, terminará si dentro del plazo fijado se presenta una de las siguientes situaciones:*

- a) *Reimportación en el mismo estado.*
- b) *Exportación definitiva.*
- c) *Destrucción de la mercancía debidamente acreditada ante la Aduana.*

Mercancías en consignación: *Bajo la modalidad de exportación temporal para reimportación en el mismo estado podrán declararse las mercancías que salgan al exterior en consignación, cumpliendo los requisitos de que trata el capítulo IV del Estatuto Aduanero (Ver Artículos 297 al 302).*

E. Reembarque.

Es la modalidad de exportación que permite la salida del territorio aduanero nacional de mercancías procedentes del exterior que se encuentren en almacenamiento y respecto de las cuales no haya operado el abandono legal ni hayan sido sometidas a ninguna modalidad de importación (antes de la presentación de la declaración o antes de la expiración del término legal de abandono, siempre y cuando se reúnan los requisitos exigidos para el régimen aduanero a que iba destinada la mercancía). No podrá autorizarse el reembarque de sustancias químicas controladas por el Consejo Nacional de Estupefacientes.

F. Reexportación.

Es la modalidad de exportación que regula la salida del territorio aduanero nacional, de mercancías que estuvieran sometidas a una modalidad de importación temporal o la modalidad de transformación y ensamble.

También podrán declararse por esta modalidad los bienes de capital o sus partes, que encontrándose importados temporalmente, deban salir para ser objeto de reparación o reemplazo en el exterior o en Zona Franca Industrial de bienes y de servicios.

G. Exportación Por Tráfico Postal Y Envíos Urgentes.

Podrán ser objeto de exportación por esta modalidad, los envíos de correspondencia, los paquetes postales y los envíos urgentes siempre que su valor no exceda de mil dólares de los Estados Unidos de Norte América (US\$1.000,00) y requieran ágil entrega a su destinatario. Las labores de recepción, declaración y embarque de los paquetes postales se adelantarán por la Administración Postal Nacional y las empresas legalmente autorizadas por ella; las de envíos urgentes serán realizadas directamente por las empresas de transporte internacional que hubieren obtenido licencia del Ministerio de Comunicaciones como Empresas de Mensajería Especializada y se encuentren inscritas ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. Las mercancías que requieran vistos buenos, licencias o autorizaciones para su envío al exterior, deben acreditar el cumplimiento de tales requisitos al momento en que se presenten ante la Aduana las Declaraciones de Exportación correspondientes. Los envíos de correspondencia y los paquetes postales se exceptúan de la obligación de presentar Declaración Simplificada de Exportación y podrán ser embarcados con la sola presentación del Manifiesto Expreso.

H. Exportación De Muestras Sin Valor Comercial.

La Declaración de Exportación de muestras sin valor comercial deberá presentarse en el formulario Declaración Simplificada de Exportación.

Excepciones.

No podrán exportarse bajo la modalidad de muestras sin valor comercial los siguientes productos:

- 1. Café*
- 2. Esmeraldas*
- 3. Artículos manufacturados de metales preciosos*
- 4. Oro y sus aleaciones*
- 5. Platino y metales del grupo platino*
- 6. Cenizas de orfebrería, residuos o desperdicios de oro*
- 7. Productos minerales con concentrados auríferos, plata y platino*
- 8. Plasma humano, órganos humanos, estupefacientes y los productos cuya exportación está prohibida, tales como los bienes que forman parte del patrimonio artístico, histórico y arqueológico de la Nación. -*

No quedan comprendidas en la prohibición aquí prevista, las exportaciones de muestras de café efectuadas por la Federación Nacional de Cafeteros o las que de este producto se realicen mediante programas de exportación autorizados por la Federación.

Vistos buenos: Las exportaciones de muestras sin valor comercial de productos sujetos a vistos buenos deberán cumplir con este requisito al momento de presentar la Declaración Simplificada de Exportación.

» **I. Exportaciones Temporales Realizadas Por Viajeros.**

Serán objeto de esta modalidad de exportación las mercancías nacionales o nacionalizadas que lleven consigo los viajeros que salgan del país y que deseen reimportarlas a su regreso en el mismo estado, sin pago de tributos. No estarán comprendidos en esta modalidad y no serán objeto de declaración, los efectos personales que lleven consigo los viajeros que salgan del territorio aduanero nacional. Los viajeros deberán presentar ante la Aduana al momento de su salida del país, las mercancías que hacen parte de los efectos personales, acompañadas de la Declaración Simplificada de Exportación donde aparezcan identificadas las mercancías. Para el efecto, se diligenciará el formulario establecido por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

Documentos soporte.

Constituyen documentos soporte de la Declaración Simplificada de Exportación, el pasaporte y el tiquete de viaje.

» **J. Exportación De Menajes.**

Serán objeto de esta modalidad de exportación los menajes de los residentes en el país que salen del territorio aduanero nacional para fijar su residencia

en el exterior. Para tal efecto, deberán presentarse ante la Aduana las mercancías acompañadas de una relación en que se señale su cantidad y descripción. Para todos los efectos, la relación así presentada se entenderá como Declaración Simplificada de Exportación de las mercancías incluidas. La declaración deberá suscribirse y presentarse por el propietario del menaje o la persona debidamente autorizada. El plazo para presentar ante la Aduana la Declaración Simplificada de Exportación del menaje, será de treinta (30) días calendario antes de la salida del propietario o ciento veinte (120) días calendario siguientes a la fecha de salida del mismo.

- **PROGRAMAS ESPECIALES DE EXPORTACIÓN.**

Programa Especial de Exportación –PEX- es la operación mediante la cual un residente en el exterior compra materias primas a un productor residente en Colombia, disponiendo su entrega a otro productor también residente en el territorio aduanero nacional, quien se obliga a elaborar y exportar el bien manufacturado a partir de dicha materia prima, según las instrucciones que reciba del comprador externo. Para tener derecho a la aprobación de un Programa Especial de Exportación, las personas residentes en Colombia deberán ser personas jurídicas y no podrán tener deudas exigibles con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, salvo que hayan celebrado acuerdo de pago.

Requisitos.

Para tener derecho a los Programas Especiales de Exportación previstos en el Estatuto Aduanero, el productor nacional de materia prima y el productor del

bien final manufacturado, deberán acreditar ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales la celebración de un acuerdo, en el cual se establezcan las cantidades, términos y condiciones de entrega de la materia prima y de los productos que deben elaborarse y enviarse al residente en el exterior que ha contratado la operación. Igualmente, se establecerán los porcentajes de residuos y desperdicios que generará el proceso de producción. La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales determinará los requisitos y condiciones para el registro del acuerdo correspondiente. El productor del bien final manufacturado, deberá constituir una garantía bancaria o de compañía de seguros por el treinta por ciento (30%) del valor de la materia prima objeto del Programa Especial de Exportación.

Venta y entrega de materias primas.

La entrega de las materias primas por cuenta del comprador residente en el exterior, al productor nacional que dicho comprador designe, perfeccionará la compraventa celebrada y se considerará para todos los efectos como una exportación definitiva y se declarará como tal. A su vez, el productor del bien final recibirá las materias primas a título de importación temporal al amparo de los Programas Especiales de Exportación. Cuando la entrega de las materias primas implique el cambio de jurisdicción aduanera, deberá autorizarse su exportación en tránsito hasta la Aduana de Destino. Para los efectos anotados, las partes diligenciarán a través del sistema informático aduanero los documentos que señale la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales y a partir de la fecha de la entrega de las materias primas, éstas quedarán en disposición restringida y sólo podrán utilizarse para los fines previstos en el acuerdo registrado en la Aduana.

Si el productor del bien final devuelve las materias primas que han sido objeto de un Programa Especial de Exportación, por no cumplir con los requisitos de calidad convenidos, la operación se someterá a los trámites y requisitos aduaneros señalados para la modalidad de reimportación en el mismo estado, previsto en el artículo 140° del Estatuto Aduanero.

Compromisos de exportación.

El bien elaborado con las materias primas objeto del Programa Especial de Exportación –PEX– deberá exportarse en los términos y condiciones establecidos en el acuerdo de que trata el artículo 330° del Estatuto Aduanero. Dichos términos y condiciones no podrán prever, para efectos del envío al exterior del bien final, plazos superiores a tres (3) meses contados a partir de la fecha de recibo de la materia prima. Este plazo podrá ser prorrogado por la Aduana, por una sola vez y hasta por tres (3) meses más, previa justificación del interesado. El incumplimiento de la obligación de exportar por parte del productor del bien final, conllevará la exigibilidad de la garantía a que se refiere el artículo 330° del Estatuto Aduanero y la aprehensión de la mercancía.

Control por parte de la aduana.

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales deberá llevar un estricto control de los programas y de las distintas operaciones que se realicen al amparo de los Programas Especiales de Exportación. Los productores de las materias primas y los fabricantes del bien final, según el caso, deberán remitir a la Aduana, en la forma y oportunidad que determine dicha entidad, la información relacionada con las materias primas que el productor envíe al fabricante y las exportaciones que este último realice con cargo a un Programa Especial de Exportación.

Reconocimiento del CERT.

La exportación de los bienes elaborados en desarrollo de un Programa Especial de Exportación, solo dará lugar al reconocimiento del Certificado de Reembolso Tributario -CERT- que corresponda a la subpartida arancelaria por la cual se clasifica dicho bien, en los términos y condiciones fijados por el Gobierno Nacional para las exportaciones de estos productos. El CERT será reconocido una vez se haya realizado la exportación del bien elaborado y cuando su productor y el de las materias primas hayan efectuado los correspondientes reintegros de divisas. La distribución del valor del CERT entre ellos, se realizará conforme se haya convenido en el acuerdo de que trata el artículo 330º del Estatuto Aduanero”³⁷

- **ESTUDIO DE MERCADO Y DE LA DEMANDA POTENCIAL**

“La exportación supone inicialmente un estudio del mercado internacional, tanto para la determinación del precio adecuado, como para el conocimiento de la demanda de nuestros productos. En este estudio le colaboran al exportador el BANCO DE COMERCIO EXTERIOR - BANCOLDEX Y PROEXPORT, pues brindan información sobre la demanda internacional, la mejor manera de posicionar nuestros productos en el exterior y asesoría sobre las posibilidades de financiación de nuestras exportaciones.³⁸ Solo un adecuado estudio de mercado brindará un conocimiento al exportador sobre las oportunidades que ofrecen los mercados del exterior. Para un buen estudio de mercado se deberá:

³⁷ www.mincomex.gov.co/plan_exportador

³⁸ www.mincomex.gov.co/plan_exportador

- Determinar el alcance y los objetivos del estudio.
- Tener una idea general sobre el comercio internacional del producto, tanto cuantitativa, como cualitativamente. Para ello deberá realizar una recolección de datos sobre la oferta y demanda internacional del producto y valorar la producción, la exportación y las importaciones del mismo.
- Identificar y evaluar los posibles demandantes del producto. Así mismo, investigar los usos alternativos del producto y los requerimientos de producción.
- Identificar los posibles canales de distribución y los eventos fériales a través de los cuales puede acceder al mercado.
- Estudiar las características específicas de cada mercado, los hábitos y preferencias de los consumidores, los requisitos comerciales y documentarios exigidos.
- Conocer las normas e impuestos arancelarios y no arancelarios de las importaciones y el comercio en cada mercado. En este sentido, es importante identificar los acuerdos comerciales que establecen preferencias o exenciones en la importación al mercado en estudio.
- Comprender los elementos y mecanismos de fijación de los precios internacionales.

Es indispensable para los exportadores conocer exactamente los requisitos sanitarios, normas técnicas, de marcado, de empaque y embalaje y demás que puedan exigir la autoridades del país de destino para la introducción de sus productos, lo que le evitará innumerables problemas y costos una vez despachados los productos.

- **SISTEMAS ESPECIALES DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN**
– **PLAN VALLEJO.**

“El Plan Vallejo es un Instrumento de apoyo a las exportaciones Colombianas mediante el cual las personas naturales o jurídicas que tengan carácter de empresarios, productores, exportadores o comercializadores, puedan solicitar autorización a la Dirección General de Comercio Exterior, del Ministerio de Comercio Exterior para introducir al país bajo un régimen especial con exención total o parcial de derechos e impuestos, los insumos, materias primas, bienes intermedios, bienes de capital, y repuestos, para ser utilizados en la producción de bienes o servicios, prioritariamente destinados a su venta en el exterior. El Plan Vallejo se encuentra reglamentado en el Decreto Ley 444 de 1967 y en la Resolución 1860 de 1999. Programas: Materias Primas e Insumos, Bienes de Capital y Repuestos, Bienes de Capital y Repuestos, Reposición de Materias Primas.

- **ZONAS FRANCAS INDUSTRIALES DE BIENES Y DE SERVICIOS**

Como resultado del proceso de globalización de la economía, de las tendencias del comercio en el ámbito mundial y de la nueva administración por parte del sector privado, se hizo necesaria una revisión y una modificación del régimen de Zonas Francas en Colombia; se expidieron los Decretos 2131 de 1991 y 2233 de 1996, que permiten que proyectos de zona franca netamente privados sean aprobados por el Ministerio de Comercio Exterior. Además, surgió el concepto de Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios, sustituyendo el antiguo esquema de Zona Franca Industrial y Zona Franca Comercial, con lo que, entre otras cosas, se permitió la instalación de

empresas prestadoras de servicios a los mercados externos, además de aquellas dedicadas a la producción o transformación de bienes. Las Zonas Francas Industriales de Bienes y de Servicios Colombianas tienen su sustento legal en el artículo 6° de la Ley 7ª de 1991 y en los decretos 2233 de 1996 y 727 de 1997. Están definidas como áreas delimitadas del territorio aduanero nacional, cuyo objeto es promover y desarrollar la producción de bienes y la prestación de servicios con destino primordial a mercados externos. Usuarios: Usuario Industrial de Bienes, Usuario Industrial de Servicios, Usuario Comercial y Desarrollador.

En lo que respecta a la forma en que operan las zonas francas, hay una ficción de extraterritorialidad aduanera, ya que las mercancías extranjeras allí introducidas se consideran fuera del territorio aduanero nacional para efectos de tributos aduaneros, y las mercancías nacionales que se envían a la zona se consideran exportadas. De acuerdo con lo anterior, en el modelo Colombiano de zona franca tiene, por principio, una orientación exportadora para el caso de la producción de bienes y la prestación de servicios, en tanto que para el régimen comercial no hay una orientación explícita, aún cuando este último fundamentalmente se ha utilizado para almacenar mercancías provenientes del exterior que posteriormente se importan al resto del territorio nacional.

- ***SOCIEDADES DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL***

Una Sociedad de Comercialización Internacional es un instrumento de promoción y apoyo a las exportaciones a través del cual las empresas que tengan por objeto principal efectuar operaciones de comercio exterior y

particularmente, orientar sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos colombianos en los mercados externos, reciben beneficios como la exención del IVA y de la Retención en la Fuente.

Las Sociedades Comercializadoras Internacionales se encuentran reglamentadas en la Ley 67 de 1979, el Decreto 1740 de 1994 y la Resolución 1448 de 1994. Para constituir una Sociedad de Comercialización Internacional "C.I." debe hacerse mediante escritura pública, utilizando alguna de las formas asociativas establecidas en el Código de Comercio (Anónima, Limitada, etc.). La constitución deberá hacerse siempre teniendo en cuenta los requisitos de que trata el artículo 1° del Decreto 1740 de 1994.

**Razón Social: Es obligación incluir dentro de la razón social la expresión "Sociedad de Comercialización Internacional" o la sigla "C.I."*

**Objeto Social: "Tendrá por objeto principal efectuar operaciones de comercio exterior y, particularmente, orientar sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos colombianos en los mercados externos". Obtener el NIT ante la Dirección de Impuestos. Registrar la Sociedad ante el Ministerio de Comercio. Para obtener el registro, se debe: Solicitar a la Sub-Dirección de Instrumentos de Promoción, el Formulario de Solicitud de Inscripción como Comercializadora Internacional.*

- **PROGRAMA EXPOPYME**

EXPOPYME es un innovador programa de desarrollo que otorga a las pequeñas y medianas empresas un apoyo integral y dirigido para posesionar exitosamente sus productos en los mercados internacionales. El objetivo de

EXPOPYME es lograr que cada empresa tenga su PLAN EXPORTADOR en donde identifique sus fortalezas y debilidades, mercados estrategias y actividades a desarrollar para guiar al empresario a exportar por sí mismo. Para facilitar la ejecución del PLAN EXPORTADOR, EXPOPYME ha diseñado un programa de capacitación denominado "Gerencia del Cambio" que incluye temas de análisis de entorno económico, estrategias gerenciales, finanzas, mercadeo internacional, logística, negociación, entre otros.

- **TASA DE CAMBIO REPRESENTATIVA DEL MERCADO.**

Se entiende por "tasa de cambio representativa del mercado" la de las operaciones de compra y venta de divisas que calcula y certifica la Superintendencia Bancaria con base en la información disponible, conforme a la metodología establecida por el Banco de la República. Para el cálculo de dicha tasa se deberán excluir las operaciones de ventanilla y las de derivados.

- **DIVISAS**

Unidades monetarias o dinero extranjero, que tienen los bancos de un país, de otras naciones, o de particulares, en los países que lo autorizan. Así, una libra esterlina es dinero en Inglaterra, pero se considera como una divisa en Estados Unidos. Un depósito de 1.000 dólares en un banco estadounidense perteneciente a una empresa francesa constituye una cantidad de divisas a favor de Francia. La existencia de divisas se debe a que los diferentes países utilizan distintas unidades monetarias que sólo son de curso legal dentro de su propio territorio, careciendo de valor en otros países. Debido al comercio

internacional, a los viajes que las personas realizan al extranjero, y a las inversiones que unos países realizan en otros, es necesario poder intercambiar las distintas unidades monetarias. La cantidad de bienes intercambiados entre dos países, y las inversiones que hagan entre sí en el otro país, determinarán el valor de sus respectivas monedas.

Durante los últimos años se ha desarrollado una fuerte discusión en el seno de la Unión Europea (UE) respecto a la creación de una única unidad monetaria para todos los Estados miembros, como resultado de la Unión Económica y Monetaria. Si se suprimen todas las unidades monetarias de cada país europeo creándose a cambio, por ejemplo, el EURO. No serían necesarios los intercambios de divisas al comerciar dentro de la UE. Esta disminución de los costes de transacción favorecería el comercio entre los miembros de la UE”³⁹.

- **OFERTA Y DEMANDA**

En economía, instrumentos esenciales para la determinación de los precios. Según la teoría (o ley) de la oferta y la demanda, los precios de mercado de los bienes y servicios se determinan por la intersección de la oferta y la demanda. En teoría, cuando la oferta supera la demanda, los productores deben reducir los precios para estimular las ventas; de forma análoga, cuando la demanda es superior a la oferta, los compradores presionan al alza el precio de los bienes. Cuando se utilizan los términos oferta y demanda, no se está hablando de la cantidad total de bienes vendidos o comprados, puesto que en cualquier transacción la cantidad vendida siempre será igual a la cantidad comprada, sino

³⁹ www.mincomex.gov.co/planexportador

que se está aludiendo a la cantidad total de bienes y servicios que los productores desean vender a un precio concreto, y a la cantidad total de bienes y servicios que los consumidores comprarían en función de los distintos precios, lo que a veces se denomina demanda efectiva.

La teoría de la oferta y demanda tiene en cuenta el efecto sobre los precios de los costes de producción, pero considera que este efecto es indirecto, porque afecta a los precios a través de la oferta, la demanda o ambas. Existe otra serie de factores que afectan de forma indirecta a los precios, como puede ser un cambio en los gustos de los consumidores o hábitos de consumo (que se prefieran abrigos de pieles sintéticas a abrigos de pieles naturales), o las prácticas restrictivas del comercio como los monopolios, trusts y cártels. Según algunos economistas, son tantos los factores que afectan por vías indirectas a los precios que los términos oferta y demanda son conceptos genéricos que engloban un conjunto de fuerzas económicas determinantes de los precios, y por lo tanto no son la última causa determinante de los precios.

El mecanismo de fijación de precios mediante el juego de la oferta y la demanda sólo es operativo en sistemas económicos donde impera la libre competencia. La creciente intervención pública de los mercados pretende reducir el alcance del mecanismo de la oferta y la demanda. Durante la II Guerra Mundial muchos países limitaron y restringieron la operatividad del sistema de oferta y demanda mediante regulaciones de precios y racionamientos. Los sistemas comunistas con economías centralizadas, es decir, aquellos donde el Estado controla los medios de producción y la actividad económica, el mecanismo oferta-demanda desaparece. Sin embargo,

desde principios de la década de 1990, muchos países que en el pasado tenían economías centralizadas han acabado adoptando mecanismos de liberalización del mercado.

- **MERCADOS INTERNACIONALES**

“¿Qué entendemos por marketing internacional?. Una empresa cuyo producto se venden en dos o más países realiza el marketing internacional. Los principios básicos del marketing se aplican a el (marketing internacional) en la misma forma que el marketing doméstico. El marketing internacional de las compañías deberán girar en trono a un buen producto, a un adecuado precio, que se promueva bien y se distribuya en el mercado ya seleccionado.

*Una empresa del mercado doméstico pasa al mercado internacional por varias razones. **La primera;** es simplemente la existencia de mercados internacionales. **Segunda;** al momento de saturarse los mercados domésticos los fabricantes buscan mercados internacionales. **Tercera;** algunos países poseen recursos naturales y humanos muy singulares, el cual le da una ventaja competitiva, cuando se trata de producirse estos bienes”⁴⁰.*

PROMOCIÓN DE VENTAS.

“Parte del proceso de marketing utilizado para incentivar al comprador potencial. Las rebajas o baratas, la publicidad y la promoción de ventas son las principales técnicas utilizadas para la comercialización de productos. La promoción de ventas se suele realizar mediante el contacto directo entre el vendedor y el

⁴⁰ www.mincomex.gov.co/planexportador

*comprador potencial; la presentación se hace de tal manera que se pueda convencer al comprador de que el producto que se le vende le es absolutamente necesario. Si no se logra una comunicación recíproca entre el vendedor y el posible comprador, puede ser debido a que la técnica publicitaria no es efectiva. La venta por teléfono, aunque no es tan efectiva como la venta personal, sigue siendo un método de comercialización muy utilizado. Desde la década de 1980, se ha difundido la técnica de venta por televisión y a través de las redes informáticas”.*⁴¹

- **PRECIOS.**

En Economía, valor de mercado de los bienes, medido en términos de lo que un comprador está dispuesto a dar para obtenerlos. Normalmente, los precios se expresan en función de una cantidad de dinero —de hecho, la principal razón por la que se utiliza el dinero reside en su utilidad para reflejar el valor de los precios— pero en los sistemas de trueque los precios vienen dados por el valor de un bien en relación con otros bienes que, a su vez, tienen un determinado valor, por lo que todos los precios de todos los bienes se determinan mutuamente sin que intervenga el dinero. Los precios son el principal mecanismo de ajuste de la oferta y la demanda, ya que el precio de cualquier bien, en una economía de libre mercado, tiene que alcanzar el punto donde se equilibre la producción y el consumo: este precio de equilibrio refleja el punto donde concuerda lo que los productores pueden costear y lo que los consumidores están dispuestos a pagar. Por lo tanto, los precios determinarán qué y cuánto se produce, cómo se produce y quién puede comprarlo. Por ello, son un tema crucial en economía, en especial en la rama denominada microeconomía.

⁴¹ Enciclopedia Encarta. Microsoft.com

- **DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS MEDIANTE LA OFERTA Y DEMANDA**

“Tanto los factores de oferta como los de demanda determinan los precios de los bienes: los precios disminuirán si hay exceso de oferta y aumentarán si la demanda es excesiva, hasta que se alcance el equilibrio. Del lado de la oferta, los precios vienen dados por los costes de producción y distribución, que a su vez están determinados por la escasez de materia prima, la tecnología y las limitaciones de tipo organizativo como la ley de los rendimientos decrecientes, los costes laborales, etcétera. El productor determinará su estrategia de precios con el fin de maximizar sus beneficios, aunque también puede tener otros objetivos como los contemplados en la teoría de la empresa. Sin embargo, la determinación de los precios también depende del tipo de mercado: en un monopolio o en un oligopolio los precios se pueden aumentar ya que no hay competencia. En un cártel las empresas pueden fijar el precio si hay acuerdo entre ellas; la estrategia a largo plazo de una empresa puede requerir que se establezcan precios inferiores a los del mercado e incluso inferiores a los costes; la teoría de juegos puede estar influyendo en las decisiones de las empresas. En la práctica, son pocos los mercados perfectamente competitivos y son habitualmente los productores los que salen beneficiados⁴²”

La demanda es la suma de las decisiones independientes de los consumidores de un mercado que pretenden maximizar su utilidad. Por supuesto, esto implica que los consumidores realizan elecciones racionales: precisamente las que se intentan modificar mediante la publicidad y el marketing. Los costes que tienen que pagar los productores para alterar el sentido de la demanda pueden afectar a los precios, al repercutir en ellos los costes de promoción del producto. Los consumidores decidirán comprar un producto en función de su precio, pero realmente lo que determina la demanda efectiva es la cantidad de bienes vendidos a un determinado precio y no el precio de venta, ya que las

⁴² Enciclopedia Encarta. Microsoft.com

empresas preferirán crear un nuevo producto antes que dejar que el precio del producto conocido caiga hasta su nivel de equilibrio. Por otra parte, el que los precios sean bajos no tiene por qué ser un factor positivo: los bienes de calidad no se venderán con bajos precios porque los consumidores pensarán que son defectuosos o porque perderán su característica de exclusividad, que, de hecho, es la esencia de su utilidad. En muchos modelos de economías de libre mercado se considera que el precio al que se compra un bien se establece mediante una negociación, pero esto ocurre pocas veces en las modernas economías integradas, por lo que la relación entre precio y demanda no es tan directa como la que se deriva de la teoría económica.

- **PRODUCTO**

“Es una serie de atributos conjuntado en forma reconocible. Todo producto se designa por un nombre descriptivo o genérico que entiende la gente. Producto es un conjunto de atributos tangible e intangibles, que incluye entre otras cosas, empaque, color, precio, calidad y marca, junto con el servicio y la garantía. Un producto puede ser un bien, un servicio, una persona, una idea.”⁴³

- **CANAL DE DISTRIBUCIÓN**

Un canal de distribución está formado por personas o compañías que intervienen en la transferencia o propiedad de un producto, a medida que este pasa del fabricante al consumidor final. Siempre incluye al fabricante y al usuario del producto en forma actual.

⁴³ Enciclopedia Encarta. Microsoft.com

Principales canales de distribución.

Productor → Consumidor

Productor → Detallista → Usuarios

Productor → Agente → Usuarios

Productor → Agente → Distribuidor Industrial →
Usuario

Productor → Consumidor

Productor → Agente → Consumidor

4.3. PRODUCCIÓN, FERTILIZACIÓN Y PROCESAMIENTO DEL MANGO

4.3.1. Cultivo y cosecha del mango. “Una de las principales características del mango es su estacionalidad, presentando más ventajas que desventajas, esto siempre y cuando se maneje con una planificación general del cultivo y una positiva coordinación de la distribución en función de las necesidades de los principales mercados nacionales.

Nuestro país Colombia, en la actualidad dispone del conocimiento necesario para adelantar un plan de fomento a la producción de mango, las variedades más comunes cultivadas y propagadas por semillas son las tradicionalmente

denominadas: azúcar, hilacha, reina y chancleta. Aunque ya se están desarrollando cultivos comerciales con otro tipo de variedades como lo son: Albania, Sufaida, Tommy, Atkius y Keitt; estas variedades o material vegetal están disponibles en algunos viveros particulares y especialmente en el ICA. Una de las ventajas de este producto consiste en que su producción se establece durante la mayor parte del año, aunque presenta picos de oferta en los meses de mayo, agosto y noviembre-enero, lo cual puede ser aprovechado para diseñar planes de abastecimiento interno, exportaciones o estrategias de agroindustria. En nuestros departamentos de la Costa Atlántica, las principales cosechas se presentan en los meses de abril-julio y en los meses de noviembre-diciembre, mientras que en el interior del país se da en los meses de junio-abril.

4.3.2. Fertilización del mango. Mediante un análisis del suelo se pueden establecer los niveles óptimos estandarizados para la utilización de nutrientes en las diferentes especies frutales. El mango responde muy bien al abono, pero como cualquier especie frutal las cantidades y frecuencias de aplicación de nutrientes dependen de numerosos factores: del árbol, del clima y del suelo. Es por eso que se recomienda hacer un análisis foliar, el cual va a determinar las diferentes necesidades de nutrientes que en su momento se aplican a dicha especie frutal.

En viveros es conveniente abonar cada tres o cuatro semanas con abonos completos para conseguir un crecimiento rápido y constante. El alto grado de fructificación depende de la correcta relación nutritiva, principalmente de aquella que guarda nitrógeno con el potasio y el fósforo. Al efectuar movimientos de árboles jóvenes al campo sin remover sus raíces, éstos deben

recibir una aplicación ligera de abono ($\frac{1}{4}$ de libra) inmediatamente después del transporte. Es conveniente esperar de tres a cuatro meses de la primera aplicación del abono una vez que los árboles han sido trasplantados y hayan ganado mayor altura, este proceso debe repetirse cada mes durante el primer año en el campo, la cantidad de abono debe ir incrementándose hasta ser aproximadamente una libra por aplicación al final del primer año. Después de efectuado este proceso, las plantas deben recibir un riego ligero para asegurar la asimilación de los nutrientes por el árbol.

4.3.3. Riego del mango. Al iniciarse el cultivo se hace necesario regar para ayudar al crecimiento radicular. El mango por tener raíces profundas es resistente a la sequía, esto cuando es adulto, este cultivo aunque soporta veranos es conveniente hacerle riegos espontáneos, cuando se abona y después del cuajamiento de las frutas para asegurar una abundante cosecha.

4.3.4. Producción del mango. Dependiendo de la variedad o especie frutal (mango) que se va a cultivar, se pueden manejar los diferentes tamaños y pesos por unidad. En un cultivo de 30 hectáreas de mango, se separa una producción promedio de 2700 kilos hasta los cuatro años siguientes, con frutas de regular tamaño, las cuales pueden oscilar entre los 700 y 800 gramos según su variedad. Del cuarto año en adelante la producción se incrementa hasta obtener 37 mil kilogramos o más por hectárea, con frutas de un regular tamaño(320 a 480 gramos), con características físicas de la variedad sembrada. La estabilización de la producción máxima se obtiene a partir del octavo año de establecido con un promedio vital útil de 20 años. El sistema de siembra utilizado es un triángulo a tres bolillos de 10 por 10 metros de distancia dando

ésta una mayor densidad y al mismo tiempo es el más recomendable para esta clase de cultivos.

4.3.5. Problemas fitosanitarios. El mango es una especie afectada por numerosas plagas y enfermedades. Las plagas más comunes son las siguientes:

- *Comedores de hojas.*
- *Falso piojo blanco.*
- *Escama articulada.*
- *Mosca de la fruta*
- *Chinches.*

Estos producen enfermedades en este árbol frutal como lo son la gomosis, oidiun y antracnosis, deteniendo el crecimiento y maduración óptima del fruto”.⁴⁴

4.4. EL COCO. IMPORTANCIA ECONÓMICA Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

“Es la palmera más cultivada e importante del mundo, ya que actualmente es la principal especie productora de grasa vegetal. Es una de las plantas que proporciona una mayor diversidad de productos del mundo, siendo una fuente primaria de alimento, bebida y de abrigo. La distribución de la palma de coco

⁴⁴ Proyecto de Creación de una Microempresa Exportadora de Frutas. Alejandro Freyle- Pedro Ahumada. Página 64-69

se extiende por la mayoría de las islas y de las costas tropicales y en algunos lugares fuera de la zona tropical. Su cultivo se localiza en Indonesia, India, Filipinas, Malasia, Centroamérica y África tropical. El principal producto exportado es la copra sin procesar seguido del coco desecado. La diversidad y potencialidad del coco contribuye de manera considerable al sector económico de los países productores. El mercado más interesante del coco es el agua envasada tanto en Asia como en Europa y Norteamérica ya que se trata de una bebida con mucha aceptación y el mercado consume cantidades mayores cada año. En ciertos países europeos, encuentra su mejor salida en fresco y donde su demanda es verdaderamente importante al ser protagonista indiscutible en ferias y verbenas.

4.4.1. Requerimientos edafoclimáticos del coco.

-Temperatura. Requiere un clima cálido, sin grandes variaciones de temperatura. La temperatura media diaria debe estar en torno a los 27°C con variaciones de 7 a 5°C.

-Humedad relativa. Los climas cálidos y húmedos son los más favorables para el cultivo de la palma de coco. Una humedad relativa menor del 60% es perjudicial para el cocotero. Si el nivel freático es poco profundo (1-4 metros) o cuando se garantiza el riego, el aumento de la transpiración, provocado por una baja humedad atmosférica, induce un aumento en la absorción de agua, y por tanto de nutrientes por las raíces.

-Precipitación. El régimen de precipitación anual media es de 1500mm, con una precipitación mensual mayor de 130mm. Los periodos de tres meses con menos de 50mm son perjudiciales para el cultivo.

-Intensidad lumínica. Se trata de una planta heliofita, por tanto no admite sombreamientos. Una insolación de 2000 horas anuales con un mínimo de 120 horas mensuales se consideran ideales para su cultivo.

-Viento. Los vientos suaves o moderados favorecen el cultivo, sin embargo los vientos fuertes en periodos de sequía aumentan las condiciones de sequedad del suelo y la transpiración de la planta, generando un déficit hídrico perjudicial. Los vientos huracanados son limitantes, principalmente para los cocoteros de tipo enano, pues poseen menor resistencia en su tronco y raíces.

-Suelo. Los suelos aptos para el cultivo del cocotero son suelos con texturas livianas (de francos a arenosos), aluviales, profundos (más de un metro), con una capa freática superficial de uno a dos metros de profundidad. Los suelos de la planicie costera son los que presentan estas características. Cuando se maneja la humedad del suelo con riego, el cultivo puede realizarse sobre suelos arcillosos y limosos. El cocotero se adapta muy bien a los suelos donde la capa freática es salina. Debido a su gran demanda de cloro, la existencia de agua salobre es hasta beneficiosa, por ello es uno de los pocos cultivos que puede verse en la playas o en su cercanía.

-Heladas. Es muy sensible a las heladas al tratarse de una planta tropical.

-Altitud. El rango óptimo de elevación en que se desarrolla el cocotero está entre los 0 a 400 metros.

4.4.2. Particularidades del cultivo de coco

Preparación del terreno

El terreno donde se cultivará debe estar libre de malas hierbas, siendo los métodos recomendados los mecanizados por su bajo costo, sin embargo sólo se pueden aplicar en terrenos con poca pendiente. El cocotero es sensible a largos

periodos de encharcamiento, por tanto si tenemos una capa de suelo endurecida se recomienda un paso de subsolador para mejorar el drenaje interno y externo del suelo.

-Ahoyado. El ahoyado depende del tipo de suelo. Si el suelo es franco las dimensiones del hoyo serán de 40x40x40cm. a medida que el suelo se vuelve arcilloso el tamaño aumenta (de 60x60x60cm. a 1x1x1m.). La tierra superficial del hoyo debe ser separada de la del fondo. Es recomendable que el ahoyado se realice un mes antes del trasplante. El hoyo de siembra se prepara colocando una capa de materia orgánica (gallinaza, estiércol o estopas de coco) para facilitar el crecimiento de las raíces.

-Trasplante. El trasplante se realizará al inicio de la estación lluviosa según el siguiente procedimiento: el hoyo se llena de tierra hasta un cuarto de su profundidad, para favorecer el desarrollo de las raíces nuevas. Seguidamente la tierra de la superficie del hoyo se mezcla con un fertilizante fosforado. Se acomoda la plántula de tal forma que al rellenar el resto del hoyo el cuello de esta quede a nivel del suelo, finalmente se procede a compactar la tierra de alrededor para evitar bolsas de aire.

Marcos de plantación del coco

Los marcos de plantación varían según el tipo de cocotero siendo los más recomendados los siguientes: -En variedades gigantes será de 9x9.

-En variedades enanas es de 7.5x7.5.

-Para los híbridos es de 8.5x8.5.

4.4.3. Fertilización. Las cantidades de fertilizantes requeridas por el cocotero están determinadas por el nivel de producción, la edad de la planta, el contenido de nutrientes del suelo y su disponibilidad, el tipo de cocotero, la densidad de siembra, el tipo de riego y fertilizante, etc. Por tanto, es necesario realizar un análisis de suelo o foliar para determinar las necesidades de nutrientes.

Los nutrientes más demandados por el cocotero son: nitrógeno, fósforo, potasio, cloro y calcio. La época de aplicación del fertilizante también es variable, sin embargo puede generalizarse la aplicación dos veces al año, una al inicio y otra al final de la época lluviosa.

4.4.4. Riego. Las necesidades hídricas del cocotero dependen de varios factores como: la edad de la planta, altura y área foliar, el clima local (temperatura, radiación solar, humedad relativa, velocidad del viento), tipo de suelo, método de riego, estado nutricional, humedad del suelo, etc. El cocotero gigante es más resistente al estrés hídrico que el tipo enano. Los métodos de riego recomendados para el cocotero son los localizados: microaspersión, goteo y goteo subterráneo. Si no existen limitaciones de agua se recomienda riego por inundación parcial.

Malas hierbas

Las malas hierbas pueden ser controladas con una combinación de métodos mecanizados y manuales, también se pueden emplear herbicidas. Los mejores

rendimientos en producción y economía se dan con una combinación de dos pases de rastra y una eliminación de forma manual.

4.4.5. Tipos de cocoteros. Los tipos de cocoteros se clasifican en función de su altura en gigantes, enanos e híbridos y dentro de cada grupo existe un gran número de variedades de acuerdo con su localidad de origen.

-Cocoteros gigantes. Son empleados para la producción de aceite y para consumo como fruta fresca, aunque su contenido de agua es elevado, el sabor es poco dulce. La polinización es cruzada, por ello existen una gran diversidad de variedades. Tiene una longevidad de 40-90 años, son robustos y prosperan en todo tipo de suelos y condiciones climáticas.

Comienzan a florecer a los 8-10 años de ser plantados, siendo la producción media de frutos por planta al año es de 50-80 en variedades gigantes. Entre sus ventajas destacan el tamaño del fruto, la robustez de la planta y el contenido elevado de copra. Sin embargo, posee varios inconvenientes como: tolerante a la enfermedad conocida como Amarillamiento letal del cocotero, la fructificación tardía, la dificultad para realizar labores de cultivo por su elevado porte y la baja producción de frutos por planta. Las variedades más cultivadas son: Gigante de Malasia (GML), Gigante de Renell (GRL) de Tahití, Gigante del Oeste Africano (GOA) de Costa de Marfil, Alto de Jamaica, Alto de Panamá, Indio de Ceilán, Java Alta, Laguna, Alto de Sudán, etc.

-Cocoteros enanos. A diferencia de los tipos gigantes en los cocoteros enanos la autofecundación es mayor del 94%, lo cual disminuye la diferenciación entre padres e hijos. Tienen una longevidad de 30-35 años. Prosperan en suelos

fértiles y florecen al cuarto año de ser plantados. Las variedades más cultivadas son: Amarillo de Malasia (AAM), Verde de Brasil (AVEB) de Río Grande del Norte, Naranja Enana de la India. En variedades enanas la producción media es de 150-240 frutos por planta al año. Debido al sabor del agua, su principal uso es la producción de agua para consumo en bebidas envasadas, por el pequeño tamaño del fruto es poco atractivo para consumo como fruta fresca. Algunas de sus ventajas son: la resistencia al Amarillamiento letal del cocotero, la precocidad de producción, el elevado número de frutos por planta y el crecimiento lento. Entre sus inconvenientes destacan: el pequeño tamaño del fruto, la mala calidad de la copra y su susceptibilidad a periodos cortos de sequía.

-Híbridos. Son el producto del cruce entre plantas del grupo de los gigantes y los enanos. Los usos de los híbridos son múltiples ya que adquieren las mejores cualidades de los padres dando como resultado frutos de tamaño de mediano a grande, buen sabor, buen rendimiento de copra, crecimiento lento, producción de frutos alta y también hereda la resistencia al amarillamiento letal del enano y mejorando la tolerancia del alto a otras enfermedades. El híbrido más cultivado es: MAPAN VIC 14, que es un cruce entre Enano Malasino y Alto de Panamá.

4.4.6. Cosecha de coco. La cosecha del coco varía según el tipo de producción pero va generalmente de enero a julio. Si se comercializa como fruta fresca o se destina a la industria con fines de envasar agua, la cosecha se efectúa cuando el coco tiene entre 5 y 7 meses. En esta época el contenido de azúcar y agua es máximo y el sabor es más intenso. Si se destina a la producción de coco rayado, deshidratado o copra para la extracción de aceite,

la cosecha se realiza cuando los cocos caen al suelo o cuando uno de los cocos de un racimo está seco, estos cocos permanecen en la planta durante 12 meses⁴⁵.

4.5. MARCO LEGAL

Para la constitución de una empresa comercial es necesario cumplir con un número de requisitos que permitirán la legalidad y la formalidad de la compañía; tanto a nivel Nacional como en el mercado exterior.

Requisitos exigidos a nivel Nacional.

- Minuta de Intención
- Certificado de Homonimia
- Notaria. Elevación a escritura pública la minuta de intención.
- Cámara de comercio.
- Registro mercantil.
- Matrícula mercantil y su renovación.
- Inscripción de actos y documentos.
- Inscripción de sociedades.
- Inscripción de libros.
- Certificado de existencia y representación legal.
- *DIAN (Inscripción en el registro único tributario)*
- Inscripción en el RUT y obtención del NIT.
- IVA y Retefuente.
- Facturación

⁴⁵ www.fruticola.com/fertilizacióndelcoco

- Alcaldía.
- Valor del impuesto de industria y comercio.
- Certificado del uso del suelo.
- Registro sanitario.
- Costo Número de Extinguidores.
- Liquidación del impuesto predial unificado.
- Apertura de Cuenta Corriente.
- Aportes Parafiscales.
- Cajas De Compensación Familia.
- Salud y Seguridad Social.
- Entidad promotora de salud.
- EPS.
- Atención de Riesgo profesional .
- Pensiones y Cesantías (Protección)
- Pensión De Vejez.
- Licencia Ambiental.
- Licencia requerida por la empresa y Trámite.

Requisitos para las exportaciones.

- Estudio De Mercado y de la Demanda Potencial.
- Remisión de la Factura Proforma
- Aceptación de las Condiciones
- Confirmación de la Carta de Crédito.
- Factura Comercial
- Lista de Empaque
- Contratación Del Transporte
- Certificación de Origen de la Mercancía
- Visa Textil
- Compra y Diligenciamiento del Documento De Exportación (Dex)
- Solicitud de Vistos Buenos
- Presentación del Documento de Exportación (Dex) y Aforo de la Mercancía:
- Pago de la Exportación:
- Solicitud del Certificado de Reembolso Tributario (Cert).

4.6. MARCO GEOGRÁFICO

4.6.1. Ciudad donde se ubicará la Compañía.

“Barranquilla es la ciudad donde se ubicará la compañía. Se localiza en el noroeste de Colombia, capital del departamento de Atlántico. A unos 13 km de la desembocadura del río Magdalena, es uno de los centros industriales y portuarios más importantes del país. Los barcos oceánicos atracan en Barranquilla, mientras que los barcos más grandes pueden hacerlo en el cercano Puerto Colombia. La ciudad se comunica por ferrocarril con la localidad de Ciénaga. Tiene fábricas de productos químicos, cemento, textiles y material para el envasado de bananos. La Universidad del Atlántico (1941) y la Universidad del Norte (1966) tienen su sede en Barranquilla. La ciudad se desarrolló como puerto fluvial en el siglo XIX y se expandió rápidamente como puerto para barcos oceánicos después de que la desembocadura del Magdalena se dragara en la década de 1930. Población (1993), 1.026.352 habitantes⁴⁶.”

4.6.2. País donde se exportarán los dulces de mango y coco

PANAMÁ: (República) (Nombre oficial, República de Panamá), república centroamericana situada en el istmo que une América del Sur con América Central. El país, dividido por el canal de Panamá, limita al norte con el mar Caribe, al este con Colombia, al sur con el océano Pacífico y al oeste con Costa Rica. La superficie total de la República es de 77.082 km, incluidas la región del canal de Panamá y sus numerosas islas, como Coiba, Jicarón, Cébaco o las del archipiélago de las Perlas, entre otras. Su capital es la ciudad de Panamá.

⁴⁶ Enciclopedia Encarta. Microsoft.com

❖ POBLACIÓN

La República de Panamá presenta una población muy diversa. Según el censo de 1990, un 64% es mestiza, un 14% mulata y negra, un 10% descendientes de europeos, casi un 8% de indígenas —básicamente de las etnias kuna (kuna), guaymí y chocó y un 4% descendientes de asiáticos, principalmente chinos. A principios de la década de 1990 casi el 54% de la población vivía en las ciudades.

❖ CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN

Según estimaciones para 1994, Panamá contaba con una población de 2.583.000 habitantes, lo que daba al país una densidad de 34 hab/km. La esperanza de vida era de 70 años para los hombres y 74 años para las mujeres (según estimaciones de la Organización de las Naciones Unidas). Casi una cuarta parte de los panameños viven en sólo dos áreas metropolitanas, Panamá y Colón.

❖ ECONOMÍA

Una de las principales fuentes de ingresos del país está asociada a las operaciones que se realizan en el canal de Panamá, administrado de manera conjunta por Estados Unidos y Panamá, que obtendrá el control total de la zona el 31 de diciembre de 1999. Estos ingresos son vitales para el país, que goza de una afluencia turística considerable. El producto nacional bruto (PNB) fue de 6.612 millones de dólares en 1993, con una renta per cápita de 2.580 dólares

(según estimaciones del Banco Mundial). A principios de la década de 1990, el presupuesto anual establecía casi 1.000 millones de dólares de ingresos y 1.500 millones de gastos.

❖ **MONEDA Y COMERCIO EXTERIOR**

La unidad monetaria de Panamá es el balboa, que se divide en 100 centésimos (1 balboa equivalía a 1 dólar estadounidense en 1997). El balboa sólo sirve para fines contables. Los billetes y monedas estadounidenses se utilizan como moneda de curso legal y no se practica control cambiario. El Banco Nacional de Panamá (1904) es la entidad oficial, aunque no realiza la función de emisión de moneda. Las principales exportaciones del país son: banano (denominado guineo), camarón, azúcar, café, harina y aceite de pescado, y manufacturas textiles. Estados Unidos recibe más del 60% de las exportaciones panameñas. Las importaciones también provienen básicamente de Estados Unidos; México y Japón son otros proveedores importantes. Las importaciones están formadas principalmente por minerales, combustible, metales y sus manufacturas, maquinaria, productos químicos, equipos de transporte, eléctricos y electrónicos, papel, plásticos y productos alimenticios. A principios de la década de 1990, las exportaciones anuales de Panamá alcanzaron los 474 millones de dólares y sus importaciones supusieron gastos por valor de 2.019 millones de dólares.

❖ **COMUNICACIONES Y TRANSPORTES**

Panamá cuenta con más de 10.100 km de carreteras, entre las que se encuentra la carretera Interamericana, sección de la Panamericana. También existen en el país 354 km de vía férrea en funcionamiento. La principal línea de ferrocarril

atraviesa el istmo desde la ciudad de Panamá a Colón. Los puertos más importantes del país son: Balboa, Cristóbal, Bocas del Toro, Almirante y Puerto Armuelles. La flota mercante panameña es una de las más grandes del mundo, aunque muchas de las naves registradas son de propiedad extranjera. Panamá cuenta con un total de 8 aeropuertos. A principios de la década de 1990 el país contaba con cerca de 290.000 teléfonos, 450.000 aparatos de radio y 205.000 receptores de televisión. Existían un total de ocho periódicos de tirada diaria en el país, entre los que destacan: *La Prensa*, *Crítica Libre*, *El Panamá América* y *El Siglo*, todos ellos publicados en la capital.

❖ CULTURA

La cultura de Panamá es una mezcla de tradiciones españolas, africanas, amerindias y estadounidenses. En la época prehispánica sobresalieron varias culturas: cultura Chiriquí, en la provincia homónima y parte de Costa Rica (predominan los enterramientos de piedra y la cerámica); cultura de la región de Veraguas (es notable la metalurgia del oro, además de la cerámica); cultura Monagrillos, en la bahía de Parita (destaca la cerámica lisa), y cultura Coclé, en la provincia homónima y en la península de Azuero (cerámica estilizada variada y extraordinaria orfebrería y joyería de oro —con incrustaciones de piedras preciosas y semipreciosas, además de yelmos y pectorales).

4.7. MARCO CONCEPTUAL

- **ADUANA DE PARTIDA.** Es aquella donde se inicia legalmente un tránsito aduanero.

- **ADUANA DE PASO.** Es cualquier Aduana por donde circulan mercancías en tránsito sin que haya finalizado la modalidad.
- **ADUANA DE DESTINO.** Es aquella donde finaliza la modalidad de tránsito aduanero.
- **AGENTE DE CARGA INTERNACIONAL.** Persona jurídica inscrita ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, que realiza actividades de recepción de carga de diferentes despachadores para su consolidación y unitarización. Así mismo, emite los documentos de transporte hijos en sus propios formularios y contrata el transporte hasta el lugar de destino en donde efectúa la desconsolidación.
- **AGENTE DE CARGA.** Es la persona natural o jurídica especializada en la coordinación de operaciones de transporte, en representación del propietario de la carga y/o del transportador.-
- **AGENTE MARÍTIMO.** Es un representante de la Empresa de Transporte Marítimo en tierra, ante autoridades, prestatarios de otros servicios y propietarios de la carga.
- **ALMACENAMIENTO.** Es el depósito de mercancías bajo el control de la autoridad aduanera en recintos habilitados por la Aduana.
- **APERTURA ECONÓMICA:** La necesidad de abrir la economía Colombiana a los mercados externos. Y se basó en las siguientes premisas:
 - *Las nuevas realidades económicas internacionales que exigen una mayor integración entre los países.
 - *El desencanto con el intervencionismo estatal.
 - *La conveniencia de asociar el desarrollo económico con el comportamiento de las exportaciones.

- **ARTÍCULOS PROPIOS DEL ARTE U OFICIO DEL VIAJERO.** Son aquellas mercancías que un viajero importa o exporta para desarrollar las actividades inherentes a su oficio, profesión, actividad artística o deportiva.
- **AUTORIZACIÓN DE EMBARQUE.** Es el acto mediante el cual la autoridad aduanera permite la exportación de mercancías que han sido sometidas al régimen de exportación.
- **BULTO.** Es toda unidad de embalaje independiente y no agrupada de mercancías acondicionada para el transporte. También se considerará bulto, el contenedor con carga homogénea, para un mismo consignatario y amparado en un sólo documento de transporte.
- **CARTA DE PORTE.** Documento de transporte por vía férrea o por vía terrestre que expide el transportador y que tiene los mismos efectos del conocimiento de embarque.
- **CARGA A GRANEL.** Es toda carga sólida, líquida o gaseosa, transportada en forma masiva, homogénea, sin empaque, cuya manipulación usual no deba realizarse por unidades.
- **COMPETITIVIDAD:** Capacidad para competir en términos de igualdad con otra cosa.
- **CONOCIMIENTO DE EMBARQUE.** Es el documento que el transportador marítimo expide como certificación de que ha tomado a su cargo la mercancía para entregarla, contra la presentación del mismo en el punto de destino, a quien figure como consignatario de ésta o a quien la haya adquirido por endoso total o parcial, como constancia del flete convenido y como representativo del contrato de fletamento en ciertos casos. Los conocimientos de embarque de la carga consolidada los expide el agente de carga internacional.
- **CONTENEDOR.** Es un recipiente consistente en una gran caja con puertas o paneles laterales desmontables, normalmente provistos de

dispositivos (ganchos, anillos, soportes, ruedas) para facilitar la manipulación y estiba a bordo de un medio de transporte, utilizado para el transporte de mercancías sin cambio de embalaje desde el punto de partida hasta el punto de llegada, cuya capacidad no sea inferior a un metro cúbico.

- **CONTROL ADUANERO.** Es el conjunto de medidas tomadas por la autoridad aduanera con el objeto de asegurar la observancia de las disposiciones aduaneras.
- **CORRECCIÓN DE LA DECLARACIÓN DE CAMBIO.** Se entiende como declaración definitiva la que no se corrija dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a la fecha de su presentación. La corrección debe presentarse ante el mismo intermediario en donde se presentó la Declaración de Cambio inicial.
- **CULTURA:** Conjunto de conocimientos de una sociedad o de un país, lo que conlleva un sistema de creencias y tradiciones, un sistema de valores y un sistema de acciones.
- **DECLARANTE.** Es la persona que suscribe y presenta una Declaración de mercancías a nombre propio o por encargo de terceros. El declarante debe realizar los trámites inherentes a su despacho.
- **DECLARACIÓN DE MERCANCÍAS.** Es el acto efectuado en la forma prevista por la legislación aduanera, mediante el cual el declarante indica el régimen aduanero que ha de aplicarse a las mercancías y consigna los elementos e informaciones exigidos por las normas pertinentes.
- **DECOMISO.** Es el acto en virtud del cual pasan a poder de la Nación las mercancías, respecto de las cuales no se acredite el cumplimiento de los trámites previstos para su presentación y/o declaración ante las autoridades aduaneras, por presentarse alguna de las causales previstas en el artículo 502º de este Decreto.

- **DEPÓSITO.** Es el recinto público o privado habilitado por la autoridad aduanera para el almacenamiento de mercancías bajo control aduanero. Para todos los efectos se considera como Zona Primaria Aduanera.
- **DERECHOS DE ADUANA.** Son todos los derechos, impuestos, contribuciones, tasas y gravámenes de cualquier clase, los derechos antidumping o compensatorios y todo pago que se fije o se exija, directa o indirectamente por la importación de mercancías al territorio aduanero nacional o en relación con dicha importación, lo mismo que toda clase de derechos de timbre o gravámenes que se exijan o se tasen respecto a los documentos requeridos para la importación o, que en cualquier otra forma, tuvieren relación con la misma. No se consideran Derechos de Aduana, el impuesto sobre las ventas, ni los impuestos al consumo causados con la importación, las sanciones, las multas y los recargos al precio de los servicios prestados.
- **DESCARGUE.** Es la operación por la cual la mercancía que ingresa al territorio aduanero nacional es retirada del medio de transporte en el que ha sido movilizada.
- **DESPACHO.** Es el cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para destinar las mercancías a un régimen aduanero.
- **DEMANDA:** Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir en el mercado, en un tiempo determinado y a un precio dado. El análisis de la demanda parte del supuesto de que todos los factores se mantiene constantes, excepto el precio, y que a medida que cambia el precio, la cantidad demandada por el consumidor también varía.
- **DEMOGRAFÍA:** Estudio científico de las poblaciones humanas, especialmente de su tamaño, estructura y desarrollo.
- **DERECHO ADUANERO:** Impuesto que debe pagarse por la importación o exportación de bienes y servicios. Los más comunes son los impuestos tiene

muchas modalidades, siendo los más corrientes los derechos advalorem y los derechos específicos.

- **DESEMPLEO:** Imposibilidad, que tiene las personas que desean trabajar de poder obtener un empleo. En un sentido más general, subutilización de cualquier recurso productivo. Parte de la fuerza de trabajo que estando en condiciones de trabajar no se encuentra ocupada en actividades productoras de bienes y servicios. Incluye a las personas cesantes y a las que buscan trabajo por primera vez.
- **DIVISA:** Moneda extranjera que utilizan los residentes de un país para efectuar las transacciones económicas internacionales. Para cumplir con este fin, dichas monedas como medios de pago deben gozar de aceptación internacional generalizada, es decir, deben ser monedas duras. Sólo las monedas de algunos países cumplen con este requisito. También existen otros medios internacionales de pago como son el Oro y los derechos especiales de Giro. La moneda de otro país.
- **DOCUMENTO DE TRANSPORTE.** Es un término genérico que comprende el documento marítimo, aéreo, terrestre o ferroviario que el transportador respectivo o el agente de carga internacional, entrega como certificación del contrato de transporte y recibo de la mercancía que será entregada al consignatario en el lugar de destino y puede ser objeto de endoso.
- **DOCUMENTO DE TRANSPORTE MULTIMODAL.** Es el documento prueba de un contrato de transporte multimodal que acredita que el operador ha tomado las mercancías bajo su custodia y se ha comprometido a entregarlas de conformidad con las cláusulas de ese contrato.
- **DOCUMENTOS DE VIAJE.** Son el Manifiesto de Carga, con sus adiciones, modificaciones o explicaciones, las guías aéreas, los conocimientos de embarque o cartas de porte, según corresponda, y el documento consolidador de carga y sus documentos hijos, cuando a ello haya lugar.

- **DULCES TÍPICOS:** Que causa cierta sensación suave y agradable al paladar, como la miel, el azúcar, etc. Y es característico o representativo de un país o una de región.
- **EFFECTOS PERSONALES.** Son todos los artículos nuevos o usados que un viajero pueda razonablemente necesitar para su uso personal en el transcurso del viaje, teniendo en cuenta las circunstancias del mismo, que se encuentren en sus equipajes acompañados o los lleven sobre sí mismos o en su equipaje de mano, con exclusión de cualquier mercancía que constituya expedición comercial.
- **EMPRESAS DE MENSAJERÍA ESPECIALIZADA.** Son las empresas de transporte internacional legalmente establecidas en el país, que cuentan con licencia del Ministerio de Comunicaciones para prestar el servicio de mensajería especializada. Para actuar como intermediarios en la modalidad de importación y exportación de tráfico postal y envíos urgentes, las Empresas de Mensajería Especializada deberán obtener su inscripción ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.
- **ENDOSO ADUANERO.** Es aquel que realiza el último consignatario del documento de transporte, a nombre de un intermediario aduanero para efectuar trámites ante la autoridad aduanera. El endoso aduanero no transfiere el dominio de las mercancías.
- **ENVÍOS DE CORRESPONDENCIA.** Son las cartas, tarjetas postales, impresos, inclusive las impresiones en relieve para uso de ciegos y los envíos fonopostales.
- **ENVÍOS URGENTES.** Se entiende por envíos urgentes toda aquella mercancía que requiere un despacho expreso a través de Empresas de Mensajería Especializada, con sujeción a las regulaciones previstas en este Decreto.

- **EQUIPAJE.** Son todos aquellos efectos personales y demás artículos contenidos en maletas, maletines, tulas, baúles, cajas o similares, que usualmente lleva el viajero en un medio de transporte.
- **EQUIPAJE ACOMPAÑADO.** Es el equipaje que lleva consigo el viajero al momento de su entrada o salida del país.
- **EQUIPAJE NO ACOMPAÑADO.** Es el equipaje que llega o sale del país con anterioridad o posterioridad a la llegada o salida del viajero, a cuyo nombre debe estar consignado en el correspondiente documento de transporte.
- **ESTUDIO DE MERCADO.** Es el diseño, recolección y análisis sistemático de información con relación a las características de un mercado específico.
- **ESTUDIO DE VIABILIDAD:** Investigación encaminada a establecer las posibilidades de éxito de una determinada actividad dados unos recursos disponibles y unas limitaciones existentes.
- **EXPORTAR:** Vender mercancías y bienes a otros países.
- **DECLARACIÓN DE CAMBIO.** Es un formulario diseñado por el Banco de la República, en el cual los residentes en el país y los residentes en el exterior que realicen operaciones de cambio en el país, deben informar el monto, características y demás condiciones de dichas operaciones. Una vez efectuada alguna operación de cambio surge la obligación de presentar la Declaración de Cambio por cada operación de cambio realizada en el país.
- **GRAVÁMENES ARANCELARIOS.** Son los derechos contemplados en el Arancel de Aduanas.
- **GUÍA DE EMPRESAS DE MENSAJERÍA ESPECIALIZADA.** Documento que da cuenta del contrato entre el expedidor y la empresa de servicio expreso, haciendo las veces de documento de transporte, por cada envío. En este documento se debe especificar detalladamente el contenido de

cada uno de los bultos que ampara y los demás datos que se exijan de conformidad con el presente Decreto.

- **GUÍA DE TRÁFICO POSTAL.** Documento que da cuenta del contrato entre el expedidor y la empresa prestadora del servicio postal, haciendo las veces de documento de transporte por cada envío. En este documento se debe especificar detalladamente el contenido de cada uno de los bultos que ampara y los demás datos que se exijan de conformidad con el presente Decreto.
- **INFRACCIÓN ADUANERA.** Es toda acción u omisión que conlleva la trasgresión de la legislación aduanera.
- **MANIFIESTO DE CARGA.** Es el documento que contiene la relación de todos los bultos que comprenden la carga, incluida la mercancía a granel, a bordo del medio de transporte y que van a ser cargados o descargados en un puerto o aeropuerto, excepto los efectos correspondientes a pasajeros y tripulantes y que el capitán o conductor de dicho medio debe entregar con su firma a la autoridad aduanera.
- **MANIFIESTO EXPRESO.** Es el documento que contiene la individualización de cada uno de los documentos de transporte correspondientes a las mercancías que son introducidas al territorio aduanero nacional o salen de él bajo la modalidad de tráfico postal y envíos urgentes.
- **MEDIANA EMPRESA:** Planta de personal entre cincuenta y uno (51) doscientos (200) trabajadores; Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) y quince mil (15.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- **MEDIO DE TRANSPORTE.** Es cualquier nave, aeronave, vagón de ferrocarril o vehículo de transporte por carretera, incluidos los remolques y semiremolques cuando están incorporados a un tractor o a otro vehículo automóvil, que movilizan mercancías.
- **MENAJE.** Es el conjunto de muebles, aparatos y demás accesorios de utilización normal en una vivienda.

- **MERCANCÍA.** Es todo bien clasificable en el Arancel de Aduanas, susceptible de ser transportado y sujeto a un régimen aduanero.
- **MERCANCÍA DECLARADA.** Es la mercancía nacional o extranjera que se encuentra descrita en una Declaración de Exportación, de Tránsito Aduanero o de Importación.
- **MERCANCÍA DE DISPOSICIÓN RESTRINGIDA.** Es aquella mercancía cuya circulación, enajenación o destinación está sometida a condiciones o restricciones aduaneras.
- **MERCANCÍA EN LIBRE DISPOSICIÓN.** Es la mercancía que no se encuentra sometida a restricción aduanera alguna.
- **MERCANCÍA NACIONALIZADA.** Es la mercancía de origen extranjero que se encuentra en libre disposición por haberse cumplido todos los trámites y formalidades exigidos por las normas aduaneras.
- **MERCANCÍA PRESENTADA.** Es la mercancía de procedencia extranjera relacionada en el Manifiesto de Carga y en los documentos que lo adicionen, modifiquen o expliquen, que ha sido puesta a disposición de la autoridad aduanera en la oportunidad señalada en las normas aduaneras. También se considera mercancía presentada la relacionada en los documentos habilitados como Manifiesto de Carga.
- **MICROEMPRESA:** Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores; Activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- **OPERACIÓN DE TRANSITO ADUANERO.** Es el transporte de mercancías en tránsito aduanero de una Aduana de Partida a una aduana de destino.
- **OPERADOR DE TRANSPORTE MULTIMODAL.** Es toda persona que, por sí o por medio de otra que actúe en su nombre, celebra un contrato de transporte multimodal y actúa como principal, no como agente o por cuenta del

expedidor o de los transportadores que participan en las operaciones de transporte multimodal y asume la responsabilidad de su cumplimiento.

- **PAQUETES POSTALES.** Son paquetes que llegan al territorio aduanero nacional o salen de él, por la red oficial de correo, cuyo peso no exceda de dos (2) kilogramos.

- **PEQUEÑA EMPRESA:** Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores; Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

- **PER-CAPITA:** Por habitante resulta de dividir un agregado entre la población TOTAL.

- **PYMES:** (Pequeñas y medianas empresas)

- **PLANILLA DE ENVÍO.** Es el documento que expide el transportador, mediante el cual se autoriza, registra y ampara el traslado de la carga bajo control aduanero, del lugar de arribo hacia un depósito habilitado o a una Zona Franca ubicados en la misma jurisdicción aduanera. Cuando la responsabilidad del transportador marítimo se extingue con el descargue de la mercancía en el muelle, la Planilla de Envío será elaborada por la autoridad aduanera.

- **PLAZO GENERAL DE REINTEGRO.** Las divisas provenientes de las exportaciones de bienes deberán canalizarse por conducto de los intermediarios autorizados para el efecto, o a través del Mecanismo de Compensación, dentro de un plazo máximo de seis (6) meses contado desde la fecha de recepción de las divisas. Estas pueden corresponder al pago de exportaciones ya realizadas, como también a pagos anticipados efectuados por futuras exportaciones de bienes.

- **POTESTAD ADUANERA.** Es el conjunto de facultades y atribuciones que tiene la autoridad aduanera para controlar el ingreso, permanencia, traslado y salida de mercancías, hacia y desde el territorio aduanero nacional, y para

hacer cumplir las disposiciones legales y reglamentarias que regulan los regímenes aduaneros.

- **PRECINTO ADUANERO.** Es el conjunto formado por un fleje, cordel o elemento análogo, que finaliza en un sello o marchamo y que dada su naturaleza y características permite a la autoridad aduanera, controlar efectivamente la seguridad de las mercancías contenidas dentro de una unidad de carga o unidad de transporte.
- **PROVISIONES DE A BORDO PARA CONSUMO.** Son las mercancías destinadas al consumo de los pasajeros y miembros de la tripulación, a bordo de los buques, aeronaves o trenes que realicen viajes internacionales, ya sean objeto de venta o no, y las mercancías necesarias para el funcionamiento y la conservación de los mismos, incluyendo los combustibles, carburantes y lubricantes. Se excluyen las piezas de recambio y de equipo del medio de transporte, que se encuentren a bordo a la llegada o que se embarquen durante su permanencia en el territorio aduanero nacional.
- **PROVISIONES DE A BORDO PARA LLEVAR.** Son las mercancías para la venta a los pasajeros y a los miembros de la tripulación, de los buques y aeronaves, para ser desembarcadas y que se encuentran a bordo a la llegada, o que se embarcan durante la permanencia en el territorio aduanero nacional, de los buques o aeronaves utilizados en el tráfico internacional para el transporte oneroso de personas o para el transporte industrial o comercial de mercancías, sea o no oneroso.
- **RÉGIMEN ADUANERO.** Es el tratamiento aplicable a las mercancías sometidas al control y vigilancia de la autoridad aduanera, mediante el cual se les asigna un destino aduanero específico de acuerdo con las normas vigentes. Los regímenes aduaneros son importación, exportación y tránsito.
- **REINTEGRO.** Es el proceso mediante el cual las divisas generadas por una exportación son convertidas en pesos. Estas divisas deben ser canalizadas

obligatoriamente a través del Mercado Cambiario por intermedio de una entidad financiera autorizada, que es la encargada de entregar las divisas al Banco de la República.

- **REIMPORTACIÓN.** Es la introducción al territorio aduanero nacional de mercancías previamente exportadas del mismo.
- **SOCIEDADES DE INTERMEDIACIÓN ADUANERA** Son. Intermediación Aduanera, para lo cual deben obtener autorización por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. También se consideran Sociedades de Intermediación Aduanera, los Almacenes Generales de Depósito sometidos al control y vigilancia de la Superintendencia Bancaria, cuando ejerzan la actividad de Intermediación Aduanera, respecto de las mercancías consignadas o endosadas a su nombre en el documento de transporte, que hubieren obtenido la autorización para el ejercicio de dicha actividad por parte de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, sin que se requiera constituir una nueva sociedad dedicada a ese único fin.
- **TERRITORIO ADUANERO.** Demarcación dentro de la cual se aplica la legislación aduanera; cubre todo el territorio nacional, incluyendo el espacio acuático y aéreo.
- **TRANSITO ADUANERO.** Es el régimen aduanero que permite el transporte de mercancías nacionales o de procedencia extranjera, bajo control aduanero, de una Aduana a otra situadas en el territorio aduanero nacional. En este régimen se pueden dar las modalidades de tránsito, cabotaje y transbordo.
- **UNIDAD DE CARGA.** Es el continente utilizado para trasladar una mercancía de un lugar a otro, entre los cuales se encuentran los contenedores, los vehículos sin motor o autopropulsión de transporte por carretera, tales como remolques y semiremolques, vagones de ferrocarril, barcasas y otras

embarcaciones sin sistemas de autopropulsión dedicadas a la navegación interior.

- **VIAJEROS.** Son personas residentes en el país que salen temporalmente al exterior y regresan al territorio aduanero nacional, así como personas no residentes que llegan al país para una permanencia temporal o definitiva. El concepto de turista queda comprendido en esta definición.
- **VIAJEROS EN TRANSITO.** Son personas que llegan del exterior y permanecen en el país a la espera de continuar su viaje hacia el extranjero, de conformidad con las normas de inmigración que rigen en el país.
- **ZONA PRIMARIA ADUANERA.** Es aquel lugar del territorio aduanero nacional habilitado por la Aduana para la realización de las operaciones materiales de recepción, almacenamiento y movilización de mercancías que entran o salen del país, donde la autoridad aduanera ejerce sin restricciones su potestad de control y vigilancia.
- **ZONA SECUNDARIA ADUANERA.** Es la parte del territorio aduanero nacional que no constituye Zona Primaria Aduanera.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 TIPO DE ESTUDIO

En este proyecto se optó por un “*estudio descriptivo*”⁴⁷, cuyo propósito es la delimitación de los hechos que conforman el problema de la investigación. Por medio de este es posible acudir a técnicas específicas en la recolección de información, como es la observación. También se puede recopilar informes y documentos elaborados por otros investigadores.

La información y el nivel de conocimiento recopilado, permitirán llevar una secuencia adecuada y ordenada para la gestión de los diferentes aspectos que conciernen a la factibilidad de la creación de una empresa Comercializadora Internacional de dulces de mango y coco hacia el país de Panamá.

⁴⁷ Metodología, Guía de Ejecución para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. Edición segunda. Editorial MC Gran Hill. Carlos Méndez. Pagina 131

5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación adecuado para este tipo de estudio es el **DEDUCTIVO** ya que plantea un análisis de los aspectos generales socio económicos, administrativos, técnicos, etc; que hacen parte de los contenidos a tener en cuenta para establecer en forma particular a la factibilidad de la creación de una empresa Comercializadora Internacional de dulces de mango y coco hacia el país de Panamá.

5.3 UNIVERSO

El universo serán los prospectos de los dulces típicos Barranquilleros, es decir todas las personas que se encuentran apta para consumir este tipo de producto, o sea que no tienen ninguna clase de restricción y aquella personas que posean capacidad monetaria para adquirir el producto.

5.3.1. Población. Son los consumidores panameños que cuentan con las características anteriormente enunciadas:

5.3.2. Muestra. Es una parte representativa de las personas que les gustan los dulces. El país que se escogió para la muestra de este estudio es PANAMA, debido a que este cuenta con un canal que permite la entrada de productos

hacia este país de manera más fácil,. Es así como se realizó un estudio de las variables que encierran tales como: moneda, comercio exterior, economía, población, vías de acceso; tanto terrestre como aérea.

5.4 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS

5.4.1. Fuentes secundarios. Documentos elaborados por otros investigadores, consultas por Internet, publicaciones en prensa, indagar datos en las entidades que promueven las exportaciones, tales como: Mincomex – Proexport – Expopyme - Dane entre otras.

6. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

- Recolección de información en los documentos y textos elaborados que tengan que ver con el objeto del estudio tales como: tesis, proyectos, libros, artículos de la empresa e Internet.
- Obtener información de las empresas adscritas a los programas de Exportación entre ellas: Mincomex, Proexport, Bancoldex entre otras.
- Analizar la información obtenida para luego ser procesada.

7. PLAN DE TRABAJO

- 7.1 Estudio de mercado

- 7.2 Estudio Técnico.

- 7.3 Estudio Organizacional.

- 7.4 Estudio Legal.

- 7.5 Estudio Financiero.

CAPITULAJE

ESTUDIO DE

MERCADO

8. ESTUDIO DE MERCADO

8.1. INTRODUCCIÓN

En el desarrollo de un plan de negocio, es necesario partir por la ruta de un estudio de mercado, el cual será el eje para determinar si existe o no una oportunidad para poner en marcha cualquier tipo de negocio desde el punto de vista del mercado. En este estudio se evalúa la oferta y la demanda de productos; el producto en sí a ofrecer, la selección de prospectos, determinación del mercado objetivo, producto a ofrecer, estimación de la demanda, además de las diferentes estrategias que permitirán penetrar y tomar un espacio del mercado, o llegar a consolidarse en dicho mercado. Estas estrategias se aplicarán ya sea en el producto, precio, distribución, publicidad, entre otros aspectos que buscarán estructurar el plan de mercadeo, para desarrollarse en el mercado a operar y de esta manera establecerse en este.

Es así como se presenta el estudio de mercado para mirar la factibilidad de la creación de una empresa comercializadora y exportadora de los dulces típicos de mango y coco al país de PANAMÁ; de la cual se determinará como primera medida si es viable o no el proyecto, posterior a esto se estudiará las diferentes

alternativas para penetrar en el mercado panameño. Además se expondrán las distintas estrategias de mercado para establecerse en dicho mercado, con un producto competitivo y rentable, la cual satisfaga la necesidad de los consumidores, y que a su vez estos muestren preferencia por el producto, como son los dulces típicos; logrando de esta manera entrar al mercado de Panamá con los dulces de mango y coco por su respectiva calidad e innovación.

En resumen la empresa comercializadora de dulces típicos de mango y coco; con el estudio de mercado busca aprovechar una oportunidad de mercado, en este caso el mercado panameño, pretendiendo penetrar con un PLAN DE MERCADO ESTRATÉGICO, que permita ingresar a dicho mercado de manera efectiva y rentable, del cual se pueda sacar el mejor provecho posible y así poner en marcha este proyecto de mercado.

8.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

- **La Empresa**

En el panorama oportuno que se muestra en el sector exportador, debido al mismo entorno internacional que augura en la globalización de los mercados, la cual proyecta una tendencia ascendente en el ámbito de las exportaciones; además el nivel de motivación y apoyo por parte del gobierno colombiano y las entidades adscrita a el, tales como: Mincomex, Proexport es bastante favorable, ya que ven en este propósito una gran salida a la recesión económica actual y al mejor aprovechamiento de los recursos agrícolas del país. Por tal motivo se proyecta DULCECOL LTDA, la cual será una empresa Barranquillera dedicada a la exportación y comercialización de dulces típicos en el país de Panamá.

MISIÓN DE DULCECOL LTDA.

DULCECOL LTDA, es una empresa comercializadora y exportadora de dulces típicos Barranquilleros, tales como el de mango y coco. Donde el mercado meta es el país de Panamá. Esta empresa servirá de intermediario entre los productores y consumidores finales; dirigiendo su producto hacia el mercado panameño con las diferentes estrategias de mercado posibles; aprovechando al máximo los recursos agrícolas de la región Costa Norte de Colombia, apoyada con un eficiente recurso humano que permite el mejoramiento de los procesos de comercialización.

VISIÓN DE DULCECOL LTDA

DULCECOL LTDA, será para el 2006 una empresa con un porcentaje de participación del 15% en el mercado de Panamá con los dulces de mango y coco, con respecto a su competencia; la cual buscará posicionarse con unos dulces apetitosos y de fácil adquisición, y de esta manera obtener grandes dividendos.

OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad comercial del montaje de la empresa **DULCECOL LTDA** que se dedicará a la comercialización y exportación de los dulces típicos de mango y coco en el país de Panamá.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer el mercado objetivo de la empresa para describir el perfil de los potenciales clientes de los dulces típicos.
- Describir las características del producto que va a ofrecer la empresa **DULCECOL LTDA** y por ende conocer a los competidores indirectos e indirectos.
- Proyectar la estructura de precios del producto que ofrecerá **“DULCECOL LTDA”**. Y seleccionar los proveedores.
- Estructurar la demanda y oferta macro y micro del negocio. Y elaborar el pronóstico de ventas para la empresa **“DULCECOL LTDA”**.
- Diseñar el plan de mercadeo adecuado para ser desarrollado por la empresa **“DULCECOL LTDA”**.

DOFA DE DULCECOL LTDA.

• DEBILIDADES

- Escasez de la materia prima por temporadas.
- Deficiencia en el capital.

• OPORTUNIDADES

- Amplio desarrollo del mercado de dulces.
- Crecimiento del consumo de los derivados del dulce (confitería).

• FORTALEZAS

- Recursos naturales.
- Talento Humano.
- Calidad en los procesos productivos.
- Planta óptima.
- Excelentes canales de distribución.
- Excelentes suministros por partes de los proveedores.

• AMENAZAS

- Competidores posicionados en el mercado de los dulces.
- Producción por temporada.

- Variedad de productos sustitutos en el mercado.

8.3. EL PRODUCTO.

El producto que ofrecerá la empresa **DULCECOL LTDA**, será un dulce típico que permitirá mantener sus componentes naturales por más tiempo. Con este producto los dulces conservarán su sabor original sin alterarse por los cambios climáticos. El producto tendrá los siguientes ingredientes: azúcar, leche, bicarbonato, base del producto, concentrados de frutas de mango y coco, y tubérculos, conservantes. Presentación del producto: envase plástico, tapa flexible y resistente. Envase de 50 gramos. Para lograr que el producto cumpla con los controles de calidad se utilizará tecnología moderna y los componentes empleados para su fabricación serán sometidos a estrictas pruebas de laboratorio, de tal manera que el cliente quede satisfecho con el producto que adquiera.

Dulces Típicos Barranquilleros

Para facilitar la viabilidad de la elaboración de los dulces típicos, es necesario enunciar la materia prima, con que se llevará a cabo dichos dulces, además de presentar el contenido nutricional que estos poseen, para justificar la necesidad de producir los dulces típicos que serán nutritivos y aperitivos para los consumidores.

Los dulces son azúcares que el organismo necesita recibir y son un elemento común en las frutas, todos los dulces desde el azúcar hasta los dulces típicos, y todo tipo de postres contienen las siguientes sustancias:

Sustancias fundamentales contenidas por los dulces típicos Barranquilleros

- **LOS AZUCARES:** Los glúcidos desarrollan en el organismo, sobre todo, funciones energéticas. En el curso del metabolismo se libera la energía necesaria para la realización de todos los procesos vitales (trabajo muscular, funcionamiento de las células nerviosas, etc.) más forman parte de la estructura corpórea.
- **LAS GRASAS:** los lípidos, además de su función como componentes del organismo, poseen un alto valor energético. Se encuentran en el organismo humano como reservas de energía en el tejido adiposo que también desarrolla una acción protectora.
- **LOS HIDRATOS DE CARBONO:** Su objetivo fundamental es dotar al organismo de la energía necesaria para desarrollar normalmente las actividades **cotidianas**.
- **LAS VITAMINAS:** regulan todos los procesos vitales de nuestro cuerpo, siendo necesario un equilibrado aporte de ellas.

Vitamina C: o ácido ascórbico, está contenida abundantemente en los cítricos y en las verduras frescas.

Vitamina B2: también esta vitamina se encuentra abundantemente en la naturaleza, es decir, en la fruta. Esta vitamina es muy importante en el metabolismo de los carbohidratos, de las proteínas y las grasas.

Las frutas

Es posible afirmar que las frutas contiene una gran cantidad de vitaminas y sales minerales y posee un poder calórico que depende esencialmente del patrimonio en azúcar (la uva, los higos y los plátanos son las frutas más ricas en azúcar). Los batidos o zumos cítricos y los homogeneizados de fruta, pueden suministrarse con ventajas.

LOS DULCES TÍPICOS BARRANQUILLEROS

Tabla 1
Presentación del dulce DUCECOL

- ◆ Presentación en frascos de 113 g.
- ◆ Buena fuente de hierro.
- ◆ Libre de preservativos, aditivos químicos, sabores y colores artificiales.
- ◆ Disponibles en los siguientes sabores:
- ◆ Mango.
- ◆ Coco.

Tabla 2
Contenido Nutricional de los dulces típicos

Coco: Agua 93%, proteínas, fibras con azúcares totales 30%, Hidratos de carbono, grasas, calorías, celulosa, riboflavina, niacina, Vit A, B, B1, B2, E, PP y C. Ca, P, Fe, K, Na, Mg, S, Cl, Si, Ba.

Mango: calorías 62%, agua 82 gr, proteínas, carbohidratos, fibra, calcio 12mg, fósforo, hierro, tiamina, riboflavina, niacina, vit C Y A (300 MG).

Figura 2.
Etiqueta del producto de los dulces Típicos
Barranquillero



Figura 3.
Presentación del empaque del producto: dulce Típicos Barranquilleros



- **UNIDADES EN QUE SE TRANSA**

De acuerdo con el producto ha ofrecer se estima que las unidades ha transar depende de la demanda actual en el mercado objetivo en este caso el país de Panamá.

Tabla 3.
Unidades a Exportar

PRODUCTO	PESO NETO (KG)	UNIDADES	VR /UNIDAD US\$	VENTAS NETAS US \$
MANGO	7.800	15.000	1 Dólar/2800	15.000
COCO	7.800	15.000	1 Dólar/2800	15.000
TOTAL	15.600	30.000		30.000

Las unidades se oscilan aproximadamente de 30.000/ Mes es decir 15.000 Unidades de cada dulce (Mango y Coco). La estimación de las cantidades ha enviar se hace de acuerdo a la demanda de dulces existente en la actualidad en Panamá. Esta demanda se saca de las exportaciones efectuadas por diferentes países, las cuales muestran cifras en **PESO(KG)/FOB US\$**. Además de esto se pretende inicialmente exportar este pequeño volumen porque va a acorde a la inversión que se hará.

Tabla 4
Principales socios de Panamá comerciales

Principales proveedores de las importaciones – 2000			
País	Valor (US\$)	CIF	Particip. (%)
ESTADOS UNIDOS	1,109,128,000		15.76
ECUADOR	243,075,000		3.45
VENEZUELA	221,992,000		3.15
JAPÓN	185,926,000		2.64
MÉXICO	132,835,000		1.89
COSTA RICA	118,519,000		1.68
COLOMBIA	115,516,000		1.64
COREA DEL SUR	79,508,000		1.13
GUATEMALA	61,748,000		0.88
ESPAÑA	60,686,000		0.86
OTROS PAÍSES	4,710,767,000		66.92
TOTAL IMPORTACIONES	7,039,700,000		100 %

Tabla 6
Sistema armonizado

Exportaciones colombianas totales a panamá					
Sección del arancel		1999	2000	2001	2002 Enero - Julio
		FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)	FOB (US\$)
IV	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LÍQUIDOS ALCOHÉLI	5,705,586	8,462,999	12,235,839	4,087,537

- **USOS PRINCIPALES Y SECUNDARIOS**

Uso principal: Golosina.

Uso secundario: Alimentar a las personas de acuerdo a su escala de nutrición.

- **BENEFICIOS DEL PRODUCTO**

*Ser una golosina con nutrientes.

* Precio asequible a los consumidores.

*Producto natural.

*Higiene.

*Exclusividad.

- **PRODUCTOS SUSTITUTOS**

*La mermelada

*las conservas de leche

*El bocadillo de guayaba

- **VENTAJAS SOBRE SUSTITUTOS**

*Exclusividad

*Pocos preservantes

*Más nutrientes.

- **PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS**

*Galletas de soda.

*Panecillos

*Barquillos

8.4. MERCADO META

8.4.1. Características de la demanda

Área geográfica de análisis

*El país de Panamá.

Tamaño del mercado y su tendencia

Características de la población:

"Según estimaciones para 1994, Panamá contaba con una población de 2.583.000 habitantes, lo que daba al país una densidad de 34 hab/km². La esperanza de vida era de 70 años para los hombres y 74 años para las mujeres (según estimaciones de la Organización de las Naciones Unidas). Casi una cuarta parte de los panameños viven en sólo dos áreas metropolitanas, Panamá y Colón".⁴⁸

- **Prospectos**

Personas de todas las edades, de los diferentes estratos sociales; ya que el producto a comercializar es masivo. Aunque se estima un porcentaje de la población inicialmente del 10% de la población total.

- **Perfil del consumidor**

Las características del consumidor de este producto, son:

⁴⁸ [www.proexport.gov.co/información de países](http://www.proexport.gov.co/información%20de%20países)

- *Consumidor con preferencia de los dulces.
- *Consumidor sin ninguna prohibición de comer dulces.
- *Consumidor con inclinación a lo natural.

8.5. MERCADO INTERNO

8.5.1. Competencia. En esta categoría de productos DULCECOL LTDA, presenta dos competidores directos como se enuncia a continuación:

**Tabla 6.
Competencia**

País	Participación (%)
Estados Unidos	97.14
Taiwán	2.86

A parte de estos competidores que se hallan importando en Panamá con la categoría de productos, como son los dulces; existen competidores de las empresas nacionales de Panamá.

8.6. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

El estudio de mercado está fundamentado en un Plan de Mercadeo Estratégico, que permitirá establecer las diferentes estrategias que tendrán como propósito penetrar en el mercado de Panamá. Dichas estrategias se harán sobre las cuatro “p”:

- Producto
- Precio
- Promoción, Publicidad
- Plaza (Distribución).

Producto

Producto ha ofrecer son los Dulces Típicos Barranquilleros de Mango y Coco. En presentaciones de 50 gramos. Tipo exportación colombiano.

***Ventaja competitiva del producto:** Dulce natural y delicioso.

Natural porque es hecho con frutas y otros ingredientes naturales como: La panela, concentrados, entre otros.

La tendencia del mercado cada día más es de inclinación a lo Natural, lo productos Light, ya que los consumidores se preocupan mucho por su salud, por estar en forma, de la cual se cuidan de comer alimentos tóxicos, que poseen muchos químicos y sustancias perjudiciales para el organismo; por ende a nivel mundial los consumidores prefieren productos que posean ingredientes naturales, con poco o nulo de preservativos. Es así como aparece Dulcecol, un producto natural, como son los dulces típicos barranquilleros, en los sabores o frutas de Mango y Coco. Este será una golosina con la ventaja de ser natural, delicioso y nutritivo. El mismo producto será la estrategia mayor, debido a que se aprovechará de las tendencias de consumo mundial, las cuales anteriormente fueron enunciadas. Dulcecol penetrará en el mercado panameño, ofreciendo estratégicamente a los prospectos un producto que presenta los altos requerimiento de calidad y naturalidad en cuanto a los nutrientes que este posee.

DULCECOL: *Un producto Natural, Delicioso y Nutritivo*; en los sabores de Mango y Coco. Sin preservativos; a través de esto el mismo producto mostrará su debida presentación para ser *apetecido, comprado y consumido* en Panamá. Por otra parte la etiqueta que tendrá el producto será atractiva y llamativa, a los consumidores panameños, ya que en esta se muestra la gráfica del contenido de los dulces, la cual son frutas frescas, además el país de origen que también vende, porque Colombia es reconocido como un nación agrícola. Se presume que serán apetecidos porque se hechos por personas expertas en la elaboración de este tipo de dulces.

8.7. ESTRATEGIA DEL PRODUCTO

DULCECOL:

- *Un producto Colombiano 100% natural. Sin preservativos.
- *Altamente nutritivo (Nutrientes enunciados en la etiqueta del producto).
- *En los sabores de Mango y Coco; dos frutas tropicales, que van acorde a la cultura panameña,
- *Empaque atractivo y llamativo.
- *Producto higiénico.
- *Producto delicioso
- *Producto bien elaborado. Con calidad.

PRECIO:

El producto ha ofrecer también posee una **estrategia de precio**; ya que el precio que manejará Dulcecol en sus presentaciones de Mango y Coco con un contenido de 50 gramos, será de acuerdo a los costos y gastos de adquisición de los respectivos dulces, junto con la comercialización y exportación de los

mismos. El precio se estimará de los costos de adquisición y comercialización, para sacar el margen real de utilidad. Existirán dos categorías de precios, los cuales serán:

*Precio al por mayor

*Precio al por menor

***Al por mayor:** Este precio se manejará a los comerciantes que compren en grandes proporciones del producto, ya sea dulce de Mango o, sea dulce de Coco, o de ambos. Este también tendrá unas sub-categorías, enunciadas de la siguiente forma: -Grandes proporciones de productos, este comprador es el que adquiere los productos para venderlos a los consumidores finales. Con este tipo de comprador se dará un precio especial.

-Muy grandes proporciones de proporciones, este comprador adquiere los productos para revenderlos a mayoristas en menor escala. Por lo tanto con esta sub-categoría de comprador, se le venderá con un precio súper especial.

***Al por menor:** Este precio se manejará a los consumidores finales. Inicialmente un precio asequible.

8.8. ESTRATEGIA DE PRECIO

DULCECOL:

- ✓ *Manejará precio por penetración. Porque serán asequible a los consumidores.
- ✓ *El precio de introducción será acorde a la competencia.
- *A los mayoristas se les expondrán unos precios llamativos.

8.9. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

En el mercado actual los productos no se venden por si solos debido a la turbulencia presentada y más en los mercados internacionales, por tal motivo la publicidad y la promoción no son un lujo sino un complemento para que el proceso de venta se cumpla con toda plenitud y por tal, alcanzar los objetivos propuestos por la fuerza de venta.

De tal forma, se destinara un porcentaje de las ventas netas para dicho propósito, (publicidad y promoción) se implementaran tácticas e innovaciones promocionales y se escogerá la mas conveniente integración de medios para realizar una adecuada publicidad y por ende causar el mayor impacto esperado.

LA PUBLICIDAD

Tendrá como propósito dar a conocer la existencia de un nuevo producto en la categoría de los dulces, que es importado, natural y aprovechando lo llamativo que es el empaque, hacerlo atractivo y por esto conseguir la compra por parte de los clientes potenciales.

LA PROMOCIÓN.

Dentro del mercadeo estratégico que se pretende realizar a el producto que ofrecerá Dulcecol (Dulces de Mango y Coco), la promoción juega un papel importante, ya que se piensa introducir estos nuevos productos, por el cual es necesario llegar a los clientes potenciales.

8.10. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

El objetivo de estas estrategias es:

Motivar al mercado objetivo a que adquiera los dulces típicos por medio de set promocionales.

Implementar P.O.P (Punto de Venta) como: pendones, afiches, flash y stand. Esto se hará con el objetivo de llamar la atención de los clientes potenciales y así motivarlo a la adquisición del producto.

Por medio de la página Web www.dulcecol.com.co dar a conocer la misión, visión, reseñas histórica, ventajas y portafolio del producto de la empresa Dulcecol Ltda. Esta página será encontrada por la dirección electrónica y a través de un motor de búsqueda (google, altavista entre otras).

8.11. ESTRATEGIA DE MEDIOS

Se llevará a cabo un Plan de Medios, donde se escogerá los siguientes medios:

Medio principal: La prensa

Se ha seleccionado a la prensa como medio principal, por las siguientes ventajas:

- Alto grado de credibilidad.
- Imágenes impresas sobre el papel para el conocimiento de los productos ha ofrecer.
- Más rentable para la introducción de los dulces típicos.
- Medio masivo, para la penetración de los dulces típicos.
- Medio de impacto.

Medio secundario: Merchandising.

Se ha escogido el Merchandising como medio secundario por las siguientes ventajas:

- ▶ Impactante.
- ▶ Se da una relación cliente-producto
- ▶ Se promueve el impulso a la venta.

Medio marginal: Publicidad exterior; como vallas estáticas, móviles.

Este medio de comunicación busca llamar la atención de los transeúntes, en la cual presenta las siguientes ventajas:

- ▶ Impactante.
- ▶ Económico.
- ▶ Frecuencia es bastante alta, por el numero de transeúntes que pasarán por ellas.

DISTRIBUCIÓN.

Debido a que la empresa se está empezando a constituir se implementará una distribución selectiva la cual, será la más rentable para la empresa.

Beneficios

- ▶ Es menos costosa.
- ▶ Menor tiempo de cubrimiento.
- ▶ Mayor eficiencia en el embalaje.
- ▶ Atención oportuna a los distribuidores.
- ▶ Mejor manejo del público objetivo.

8.12. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

La estrategia de distribución será enmarcada por una distribución selectiva, donde se buscarán sitios estratégicos para ofrecer los dulces típicos Barranquilleros. Dichos sitios serán: Supermercados; reposterías, dulcerías más conocidas. El tipo de distribución será en un área con un solo intermediario y en otra con dos intermediarios. En la primera área con el sólo intermediario será a mayoristas que venden a consumidores finales. En la otra área será grandes mayoristas que venden a mayoristas menores.

8.13. CONCEPTO DE COMUNICACIÓN (MENSAJE BÁSICO VENDIBLE)

De acuerdo a los atributos más relevantes de los **DULCES TÍPICOS BARRANQUILLEROS**, y el posicionamiento que se desea, se determinará el mensaje que permitirá comunicar a los consumidores las características y uso que se le da; por tal motivo se ha establecido el mensaje básico vendible que servirá de soporte para el posicionamiento y el conocimiento de **los dulces típicos** por parte de los consumidores.

El mensaje básico vendible comunicará el siguiente slogan:

“LA DELICIA DEL CARIBE”

Sustentando de esta forma:

- **Delicia.** Porque es una expresión que hace referencia a un alimento apetitoso y que llena de satisfacción a las personas que los consuman.
- **Caribe.** Porque es un producto en donde su materia prima es de origen caribeño. Además los prospectos se identifican con esta expresión, ya que la

comercialización y producción de estos productos se realizará entre dos naciones caribeñas (Colombia y Panamá).

8.14. IDENTIDAD VISUAL

En el desarrollo de los identificadores que presenta **DULCECOL**, es importante analizar la identidad visual que este producto posee. De esta manera los dulces típicos Barranquilleros ha seleccionado cuatro (4) colores básicos que buscan la diferenciación de la marca de Dulcecol

Los colores escogidos son los siguientes: Tricolor (amarillo, azul y rojo) y negro.

- **TRICOLOR** : Este color es el que resalta al origen de los dulces típicos (Colombia), ya que le da fuerza e impacto y genera contraste sobrio y elegancia.
- **NEGRO**: le da elegancia y realce al nombre para que de esta forma se destaque mejor y sea más llamativo. Dentro de la identidad visual, también se puede observar el fondo azul con blanco que significa que es un producto tradicional (mantel de cocina).

La promesa básica de la campaña es: .. **Los dulces típicos naturales y de buen sabor.**

El objetivo de este mensaje es transmitir las cualidades relevantes del producto como es su naturalidad y a la vez su delicioso sabor.

8.15. IDENTIDAD VERBAL

Además de los colores y dibujos como identidad visual, también es importante el tipo de letra y las frases emitidas en la comunicación, permitirá darle un estilo al producto. Por tal motivo se utilizará un tipo de letra cursiva, identificada con el mensaje; la letra cursiva denota movimiento, flexibilidad y agilidad.

De acuerdo a esto se puede determinar el sinergismo que se presenta entre el mensaje básico vendible con el tipo de letra utilizado. Para la promesa básica se utilizó una letra tipo futuro bond, la cual le da firmeza y seguridad al mensaje.

CAPITULAJE

DEL

ESTUDIO

TÉCNICO

9. ESTUDIO TÉCNICO

9.1. INTRODUCCIÓN

El estudio técnico busca evaluar si existe la posibilidad de desarrollar el plan de negocio desde el punto de vista técnico operativo. Para tal fin se determina la localización del proyecto, el tamaño, las necesidades de maquinaria y equipos, el tipo y el costo de la materia prima. Además se establece las necesidades de recurso humano, los proveedores, el proceso productivo, el valor del seguro de los equipos y herramienta entre otros.

9.2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Evaluar la viabilidad desde el punto de vista técnica de la empresa **DULCECOL LTDA** que se dedicará a la producción y comercialización de dulces artesanales en la ciudad de Barranquilla.

OBJETIVO ESPECIFICO

- Determinar la localización de la empresa teniendo en cuenta tanto la parte macro como micro.
- Establecer los muebles y enseres necesarios para la apertura del negocio.
- Determinar el perfil y el costo del recurso humano de la parte técnica de la empresa **DULCECOL LTDA.**
- Determinar los costos de los servicios públicos.

9.3. LOCALIZACIÓN DE LA BODEGA

Bodega de Almacenamiento. **DULCECOL LTDA** se ubicará en la ciudad de Barranquilla. Esta ciudad se encuentra ubicada en la Costa Norte de Colombia, sobre el margen occidental del río Magdalena, a escasos 20 kilómetros de su desembocadura. Su población se encuentra estimada en 1.252257 habitantes (2000) Limita al Norte con el Mar Caribe, al Este con el Río Magdalena y el departamento del mismo nombre, al Sur con los municipios de Soledad y Galapa, y al Oeste con los municipios de Puerto Colombia y Galapa.

Su clima es cálido, con una temperatura promedio de 28.7° C. y los niveles pluviométricos de la zona se encuentran entre los 800 a 1800 mm por año. El distrito es plano, con una ligera pendiente que se extiende del Río Magdalena hacia el occidente, donde se presentan algunas elevaciones menores que no sobrepasan los 150 metros de altura.

Microlocalización. “*DULCECOL Ltda.*” estará ubicada en la Calle 17 con carrera 28. Este lugar fue escogido de acuerdo a los resultados arrojados por el análisis por puntos, el cual permitió ponderar factores de preferencia para la empresa al momento de tomar la decisión.

Se consideraron tres alternativas para ubicar la empresa de la siguiente manera:

Alternativa A: Calle 17 con Carrera 28.

Alternativa B: Calle 30 # 5ª -09

Alternativa C: Calle 45 # 24- 10

Los investigadores utilizaron los siguientes criterios para así elegir los más convenientes a la localización de la empresa:

- Fácil acceso a los puertos.
- Costos de los servicios.
- Cercanía al mercado.
- Disponibilidad de servicios públicos.
- Cercanía a los Canales de Distribución.
- Distancia con respecto a los proveedores.
- Cercanía a las entidades financieras.

La selección de la localización se observa que la opción número (A) es la que obtiene el mayor beneficio hacia la compañía por los siguientes conceptos: esto se debe porque es la más cercana a la materia prima, es la más cercana a los canales de distribución, tiene uno costos aceptables en materia de servicios públicos. De igual forma no es mucho lo que hay que invertir en obras civiles para adecuar la bodega. Ya que es la más apropiada dada las características y condiciones del proceso de producción de **DULCECOL LTDA.**

9.4. TAMAÑO

Para determinar el tamaño de la empresa se establece la capacidad del sistema,

la capacidad efectiva y la capacidad real.

9.5. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

Teniendo en cuenta las características del proceso de producción de **DULCECOL LTDA.** se procede a distribuir la planta tratando de disminuir los costos de tiempo y las distancia entre operaciones conexas. Los criterios de distribución serán el empleo racional del espacio disponible, la ubicación más conveniente para el personal y las condiciones que garanticen la realización de un control efectivo de las fases del proceso productivo.

Debido a que el sistema utilizado es por funciones o por departamentos, las herramientas y los equipos se agruparán teniendo en cuenta las fases del proceso de producción, donde los componentes del producto recorrerán las zonas donde se efectuaran las operaciones correspondientes. El tipo de distribución a utilizar será el de distribución por proceso, de modo que la planta se subdivide en secciones o sectores a través de los cuales circula el servicio. La planta de la empresa contará con las siguientes áreas:

El espacio requerido para el montaje y operación de la empresa **DULCECOL LTDA** demanda un área de 1.847 m^2 , característica favorable que cumple el local ubicado Calle 17 con Carrera 28. Del total del área del local se tomarán 1.200 m^2 para la distribución de la planta y los 647 m^2 restantes para cubrir las áreas de servicio y atención a la ubicación de la cocina, cuartos fríos para la refrigeración del producto, espacio para el

empaques con sus respectivos envases, oficina administrativa y área de almacenamiento.

Área de almacenamiento

El diseño de esta área se realizó teniendo en cuenta los siguientes aspectos:
 Altura del almacén, para colocar estantes que permitan ahorrar espacio.

Área de Cuartos Fríos.

La dimensión de esta área depende de la producción y almacenamiento de los productos que necesitan ser refrigerados, y contará con las normas de calidad, y sanidad requeridos en dichas situaciones.

Zona de Empaques

Esta zona se ha diseñado dependiendo de la maquinaria a utilizar teniendo en cuenta el número de trabajadores designados en dicha sección.

Tabla 7.
Gastos administrativos

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Costo	Costo total
			Unitario	Mensual
Arrendamientos				
Bodega y oficinas			900.000	900.000
Útiles y Papelería				
Rollo para fax		10	8.000	80.000
Tinta para impresora		2	45.000	90.000
Implementos de oficina (lápices, esferos, grapadora, etc)				50.000
TOTAL				\$1.120.000

*IVA incluido

9.6. EQUIPOS DE OFICINA

Los muebles y enseres y los equipos de comunicación y computación necesarios para un buen funcionamiento del área de producción se relacionan a continuación.

Tabla 8.
Costo de Equipos de Oficina

NOMBRE	MARCA	REF.	CANT.	PROVEE DOR	VR/UNIT.	V/ TOTAL
Computadores	Mother Board TX- PRO	AMD MMX DE 300Hz	2	Lanservice y Cia Ltda	\$1.200.000	\$2.400.000
Impresoras	Canon	1000	2	Cruz y Cañón	\$120.000	\$240.000
Escritorios	CRUZ CAÑON	L900	4	Sum. y Dot.	\$110.000	\$440.000
Sillas	RIMAS	L800	10	Cruz y Cañón	\$11.000	\$110.000
TOTAL					\$1.441.000	\$3.190.000

9.7. RECURSO HUMANO

La parte operativa de la empresa **DULCECOL LTDA** estará dotada de un personal altamente calificado, el que debe tener amplio conocimiento y experiencia en el manejo de dulces artesanales. Las primeras contrataciones serían para los puestos de Jefe de Producción, un supervisor, y tres operarios. Estas contrataciones se realizarán de manera inmediata solicitando personal en Agencias de Empleo y/o solicitud directa. El resto de personal será contratado por el Jefe de Gestión Humana, a través de solicitud directa anunciadores

(periódicos) etc., quienes a su vez tendrán la responsabilidad de dar el entrenamiento y capacitación.

- **Personal y Nómina**
- 1. Gerente. \$1.000.000 más primas y cesantías.
- 1. Secretaria \$400.000 más primas y cesantías.
- 1 Ingeniero Comercial \$800.000 más primas y cesantías
- 1 Contador \$650.000 más primas y cesantías.
- 1 Mensajero medio tiempo \$ 160.000 más primas y cesantías.
- 1 oficios varios \$284.650 más primas y cesantías.
- **TOTAL \$ 3.294.650**

9.8. INSTALACIONES

Para adecuar la bodega adquirida es necesario realizar 6 obras de adecuación y adaptación. Estas obras son

Tabla 9.
Costos de Instalación

Nº	OBRAS	COSTO
1	Instalación del polo a tierra	\$45.500
1	Instalación de aire central	\$300.000
1	Alquiler de bodega	\$900.000
1	Instalación de alarmas	\$500.000
2	Sistema contra incendio	\$350.000
TOTAL		\$2.095.000

9.9. SERVICIOS PÚBLICOS

Los costos y las especificaciones de los servicios públicos se detallan a continuación:

Tabla 10.
Costo de Servicios Públicos

Servicio	Proveedor	Descripción	Valor a pagar
Energía	Electrificadora del Caribe (ELECTRICARIBE)	*Kw-Hora:\$103.01 *Alumbrado público: \$ 2930 * Consumo: 2.000 Kw.	\$208.950
Agua	Sociedad de acueducto, alcantarillado y Aseo de Barranquilla E.S.P. (Triple A).	* Acueducto: \$ 740.29 por metro cúbico. * Cantidad de metros cúbicos consumida: 30 * Cargo fijo : \$ 7281 * Alcantarillado cargo fijo: \$ 3658 * Aseo Cargo Fijo: \$ 17.742 *Subsidio de transporte: \$ 12.145	\$ 63.084
Teléfono	E.D.T.	* Valor de la conexión mensual: \$ 60.000 * Valor de Impulso: \$ 16.03x 1.542 impulsos * Cargo Fijo: \$ 6.340	\$280.323
Total en servicios públicos mensuales			\$343.047

9.10. TRANSPORTE

Perfil de transporte desde Colombia hacia Panamá

Perfil de las alternativas de transporte existentes desde Colombia hacia Panamá, según el medio a utilizar, las rutas, frecuencias, tiempos de tránsito y diferentes prestatarios del servicio.

Condiciones generales de acceso desde Colombia

Panamá es el país centroamericano que cuenta con mejores condiciones de transporte internacional. Podría calificarse a Panamá como el principal centro de transbordo marítimo en América Latina. Así mismo, en el ámbito de transporte aéreo cuenta con una amplia gama de servicios regulares directos. Esta circunstancia y la infraestructura del país, han convertido a Panamá en el principal punto de consolidación y redespacho de carga de exportación desde Colombia hacia los países de la región centroamericana.

Transporte Marítimo. El sistema portuario de Panamá esta conformado por (18) puertos que dan servicio al transporte internacional y de cabotaje, de los cuales once (11) son fundamentalmente puertos pequeños.

Panamá va en camino de convertirse en el principal centro de trasbordo de contenedores de América Latina y el caribe, específicamente en el área de Coco Solo y Manzanillo, donde experimenta un gran desarrollo portuario. Los puertos panameños se caracterizan por las ventajas propias y colaterales como: facilidades para la carga y descarga, almacenajes, transbordo, consolidación y distribución de carga suelta.

Manzanillo, ubicado estratégicamente sobre la Costa Atlántica panameña, a tan sólo 2.5 KMS. de la entrada al canal, cuenta con acceso directo a Colón la más grande zona de libre comercio del hemisferio occidental. El terminal internacional de Manzanillo ha logrado posicionarse dentro de los más eficientes puertos del mundo. Desde Colombia son varias las navieras que realizan sus transbordos allí para cubrir rutas a Suramérica Pacífico, Norteamérica, Europa y Lejano Oriente. Balboa, ubicado en la costa Pacífica a la entrada al Canal, contiguo a Ciudad de Panamá, es considerado el segundo puerto en importancia de Panamá después de Cristóbal en el Atlántico. El puerto de Balboa tiende a convertirse en el centro del transbordo para las navieras que sirven el Lejano Oriente, Australia y la Costa Oeste de América Latina.

Cuenta con acceso a red ferroviaria y de carreteras que lo conectan con Cristóbal en la costa Atlántica permitiendo el movimiento de carga entre estos puertos. Balboa es el puerto de entrada más importante para los productos de importación dirigidos al mercado local. Coco Solo, localizado sobre la costa Atlántica en la Bahía de Manzanillo, cuenta con acceso directo a la Zona Libre de Colón, así mismo se conecta por carretera con el puerto de Balboa en el Pacífico.

Cristóbal, es el complejo portuario que moviliza el más alto volumen de carga del país. Se encuentra situado a la entrada del Canal en la costa Atlántica, cuenta con acceso a los principales centros industriales y comerciales, a través de una amplia red ferroviaria y de carreteras que lo conectan con Ciudad de Panamá y el puerto de Balboa. Su ubicación lo ha convertido en el punto natural de transbordo para el tráfico de carga desde y hacia América Latina,

Norteamérica, Caribe y Europa. Se cuenta con una mayor oferta desde la costa Atlántica colombiana.

Los fletes muestran una franja de comportamiento amplio, resultado de la competencia que se presenta. Se logran fletes para carga seca desde: US \$700 hasta US \$1.100 para contenedores de 20 pies y entre US \$900 – US \$1.300 para 40 pies. Mientras para carga refrigerada se encuentran entre US \$3.000 y US \$3.200 por contenedor de 40 pies.

Para carga suelta, las opciones se reducen a cuatro (4) posibilidades desde Cartagena como de Buenaventura; Dos (2) vía Miami y Dos (2) en ruta directa hacia Colón, Manzanillo, Puerto Almirante y Balboa.

En cuanto a los fletes para carga suelta o consolidada, si se trata en ruta directa, pueden oscilar entre US \$ 90 y US \$100 por Tonelada o Metro cúbico. Si se utiliza Miami como punto de distribución el flete podrá alcanzar los US \$170 por Tonelada o Metro Cúbico.

Tabla 11.
Costos totales del estudio técnico

DESCRIPCIÓN	VALOR \$
EQUIPOS DE OFICINA	3.190.000
INSTALACIONES	2.095.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.120.000
SERVICIOS PÚBLICOS	343.047
BALANCE DE PERSONAL	3.294.650
TOTAL	\$ 10.042.697

CAPITULAJE

ESTUDIO

ORGANIZACIONAL

10. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

10.1. INTRODUCCIÓN

El estudio organizacional evalúa si existe la posibilidad de elaborar el plan de negocio desde el punto de vista organizativo. En el diseño de la estructura organizativa se definirá la naturaleza y contenido de cada puesto de la organización. Debido a la necesidad, la estructura organizacional de DULCECOL LTDA, se llevará de la siguiente forma descrita, de tal manera que sea aplicable a dicha organización que se desarrollará en este plan de negocios. Aquí se caracterizará cada cargo de ella, se podrá estimar el costo en remuneraciones administrativas del proyecto. Para esto será preciso el diseño de características del trabajo y las habilidades requeridas para asumir los deberes y habilidades que le corresponda, dependiendo de la naturaleza del negocio.

10.2. OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERAL

Evaluar la viabilidad de la estructura organizativa de la empresa de producción y comercialización de dulces artesanales "DULCECOL LTDA" en la ciudad de Barranquilla.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la estructura organizativa y de la empresa "DULCECOL LTDA"
- Asignar cada cargo de acuerdo al organigrama de la compañía.

Especificar las funciones de cada cargo a través de un manual de funciones

- Definir las habilidades y aptitudes para desempeñar los cargos de La empresa
- Establecer las remuneraciones de cada cargo

La parte operativa de la empresa **DULCECOL LTDA** estará dotada de un personal altamente calificado, el que debe tener amplio conocimiento y experiencia en el manejo de dulces típicos. Las primeras contrataciones serían para los puestos de gerentes, Supervisores, y Operarios.

- **Descripción general de funciones:**

- Responder por el trabajo del personal a cargo.
- Informar al Gerente General sobre la situación del departamento.
- Recibir quejas y sugerencias de los clientes para poder mejorar la prestación del servicio y que los costos aseguren a la empresa una rentabilidad satisfactoria.

- **Funciones Periódicas.**

- Asistir a reuniones con el Gerente General y Jefes de División para exponer el funcionamiento del área y encontrar soluciones a problemas presentados.
- Dar a los distintos Jefes informaciones requeridas, a través de comunicados para mejorar el funcionamiento de la entidad.

- **Personal y Nómina**

- 1. Gerente. \$1.000.000 más primas y cesantías.
- 1. Secretaria \$400.000 más primas y cesantías.
- 1 Ingeniero Comercial \$800.000 más primas y cesantías
- 1 Contador \$650.000 más primas y cesantías.
- 1 Mensajero medio tiempo \$ 160.000 más primas y cesantías.

- 1 oficios varios \$284.650 más primas y cesantías.
- 1 Conductor \$284.650 más primas y cesantías.
- **TOTAL \$ 3.579.300**
- **Factor Prestacional del 52%**
- **3.579.300* 0.52%= \$ 5.440.536**

- **Características Psicológicas exigidas para los cargos.**

- Debe poseer dotes para liderazgo.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Autonomía.
- Discreción.
- Estabilidad emocional.
- Creatividad.
- Confianza en sí mismo.
- Paciencia.
- Organización.
- Responsabilidad.
- Resistencia a la tensión.
- Objetividad.
- Resistencia a la frustración.
- Debe tener calidad, control y dirección en sus labores.

- **Habilidades y aptitudes.**

- Habilidades manuales.
- Coordinación viso-matriz.
- Pensamiento abstracto, logístico y numérico.
- Alto grado de atención, concentración y retentiva.
- Tomar buenas decisiones relacionadas con la atención de los adulto mayor.

- **Condiciones de Trabajo.**
- Lugar: Bajo techo.
- Orden: Excelente.
- Limpieza: Buena.
- Iluminación: Artificial adecuada.
- Temperatura: Buena.

10.3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

El organigrama de la empresa “**DULCECOL LTDA**” comprende la siguiente estructura de cargos, la cual se ha diseñada teniendo en cuenta la naturaleza del negocio. Debido al grado de comunicación que se necesita en la organización el diseño de la estructura organizacional será PLANA, por ende el nivel de comunicación será eficiente, obteniendo resultados óptimos en el proceso administrativo.

§ GERENTE GENERAL

Es el responsable de dirigir la empresa para poder cumplir con los objetivos establecidos.

§ DEPARTAMENTO DE INGENIERO COMERCIAL

Constituido para llevar a cabo el proceso de comercialización de los productos. Este departamento se encarga del embalaje, almacenamiento, transporte y entrega de los productos, materia prima y los demás elementos que

se involucran en el proceso productivo, mantener relaciones estrechas entre los proveedores y clientes.

§ DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD

Maneja el presupuesto y finanzas de la compañía como el flujo de caja, insumos, costos fijos y variables.

CAPITULAJE

ESTUDIO

LEGAL

11. ESTUDIO LEGAL

11.1. INTRODUCCIÓN

Es necesario para efectos de continuar con la realización planificada del proyecto empresarial "DULCECOL LTDA.", un análisis detallado de todos los requisitos que se deben cumplir para la constitución legal de la empresa. Para esto se especificarán como primera medida los primeros pasos que debieron dar los socios para empezar a formalizar la empresa, siguiendo con la respectiva tramitología en Cámara de Comercio, DIAN, Alcaldía, etc., hasta dejar todo debidamente organizado y con todas las disposiciones legales, ambientales y tributarias claras para el desarrollo normal del proyecto. Igualmente, se expondrán los artículos, leyes y decretos necesarios para una mayor y completa información, así como las diferentes instancias a las que se debe acudir para realizar estos trámites. Esta reglamentación va ajustada al tipo de organización que se desarrollará como es la creación de una empresa comercializadora y exportadora de los dulces típicos de mango y coco a la nación de PANAMÁ, la cual tendrá como nombre DULCECOL LTDA, y operará desde la ciudad de Barranquilla.

11.2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad desde el punto de vista legal del proyecto empresarial “DULCECOL Ltda.”. Que se dedicará a la exportación de los dulces de mango y coco, mediante el proceso de comercialización.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer los pasos a seguir para realizar la minuta de intención o el acta en la cual se registran los acuerdos de los socios en lo que respecta a la determinación de los aportes y otras disposiciones para la constitución de la empresa.
- Especificar los requisitos para solicitar en Cámara de Comercio el certificado de homonimia, así como determinar toda la tramitología que este requiera para identificar que no exista otra empresa con la misma razón social que “DULCECOL Ltda.”
- Determinar los trámites a realizar en una Notaría Pública para la respectiva elevación a escritura pública de la minuta de intención.
- Definir los trámites que se deben llevar a cabo ante la Cámara de Comercio para obtener el Registro Mercantil, donde se hace necesario además registrar la persona jurídica, el establecimiento comercial, los libros y otras disposiciones que determine la ley. Especificar los pasos a seguir en la Dirección de Impuestos y Aduana Nacionales para solicitar el respectivo N.I.T o personería jurídica necesario para cumplir con las obligaciones tributarias que determina la ley en cuanto a este tipo de actividades.

11.3. MINUTA DE INTENCIÓN

La minuta de intención es un acta en el cual consta el día de reunión de los socios para definir la creación de la empresa, en este caso “**DULCECOL Ltda.**”. Esta minuta cumplir con los requisitos exigidos por la Ley como son:
Número del Acta.

- Lugar, fecha y hora de la sesión.
- Orden del día.
- Los votos emitidos en cada caso
- Aprobación del acta por los asistentes, o por la comisión designada para tal efecto.
- Firma del Presidente y del Secretario de la reunión.
- Diligencia de autenticación de firma por el Presidente, Secretario o en su defecto por el representante legal de la sociedad.

11.4. CERTIFICADO DE HOMONIMIA

- **Definición.**

El certificado de homonimia es un documento que indica si el posible nombre que se le pondrá a la empresa, ya está siendo utilizado por otra. De ser así el nombre de la empresa deberá ser cambiado.

- **Requerimientos.**

Para obtener el certificado de homonimia se requiere ir a la Cámara de Comercio, comprar el formulario sobre nombres de sociedades y establecimientos comerciales, diligenciar el formulario (poniendo los posibles nombres de la empresa), pagar en caja el valor del certificado.

- **Tiempo que demora.**

Para que la Cámara de Comercio otorgue el certificado deben transcurrir tres (3) días hábiles.

- **Valor del certificado.**

Cuando se solicita el certificado de homonimia se tiene que llenar un formulario, éste no tiene ningún valor, pero el certificado tiene un valor de \$5.000 + IVA , lo que da un total de \$5.750.

11.5. NOTARIA. ELEVACIÓN A ESCRITURA PÚBLICA LA MINUTA DE INTENCIÓN.

- **Definición.**

La escritura pública es documento que hace constar legalmente que la empresa ha sido creada.

- **Requerimientos.**

Para elevar a escritura pública la minuta de intención, se debe llevar a la notaría algunos datos para que se la elaboren directamente como son el objeto social de la empresa, el capital social y cómo se va a distribuir, la fotocopia de la cédula de los socios, el nombre del gerente y subgerente.

- **Tiempo que demora.**

Para que la notaria entregue la escritura pública debe transcurrir un (1) día hábil.

- **Valor de la escritura.**

El valor de la escritura es de acuerdo al capital social aportado por los socios.

11.6. CÁMARA DE COMERCIO.

*** Registro mercantil.**

- **Definición.**

El Registro Mercantil es una función que corresponde al Estado. Sin embargo, a partir de la ley 28 de 1931, en Colombia fue delegada a las Cámaras de Comercio, asociaciones privadas de las cuales para aquel entonces ya existían 19. Esta delegación se conservó en el actual Código de Comercio, adicionándose que los comerciantes inscritos o matriculados en el Registro Mercantil forman parte de las Cámaras.

La principal función de las Cámaras de Comercio es "servir de órgano de los intereses generales del comercio ante el gobierno y ante los comerciantes mismos", por lo cual el comerciante al matricularse, adquiere el derecho a que la Cámara sirva de vocera de los "intereses generales" de su profesión.

Las Cámaras de Comercio tienen dos clases de miembros:

Los matriculados en el Registro Mercantil.

Los afiliados que son aquellos comerciantes que, estando cumpliendo con sus obligaciones de tales, lo soliciten con el apoyo de un banco local o tres comerciantes inscritos en el mismo lugar.

*** Matrícula mercantil y su renovación.**

¿Quién, Cuándo, Dónde?

Por medio de la matrícula las personas naturales o jurídicas comerciantes dan publicidad a su condición de tales. La matrícula es obligatoria y debe solicitarse dentro del mes siguiente al momento en que se comienza la actividad mercantil, así: Las personas naturales deben solicitar dentro del mes siguiente al momento en que se iniciaron en los negocios; Las personas jurídicas, o sea las sociedades comerciales, deben hacerlo dentro del mes siguiente a la fecha de escritura de constitución o del permiso de funcionamiento, en el caso de las sociedades que requieren ese requisito. También es obligatoria la matrícula de los establecimientos de comercio o sea el conjunto de bienes materiales o inmateriales que utiliza un empresario para el desarrollo de cualquier actividad económica y que constituyen una unidad que es objeto de propiedad, distinto de los elementos que lo integran. Esa matrícula tiene por objeto informar quien o quienes son los dueños de cada establecimiento comercial. El establecimiento de comercio debe ser matriculado también dentro de los treinta días siguientes a su apertura. La matrícula debe ser renovada anualmente, dentro de los tres primeros meses de cada año. Pero de todas maneras es obligación del matriculado informar sobre cualquier cambio en los datos suministrados para que se tome nota en el Registro (cambio de dirección, cierre del negocio, etc.).

La matrícula debe hacerse en el lugar del domicilio del comerciante (persona natural o sociedad comercial). Como sólo hay Cámaras de Comercio en 47 ciudades de Colombia, cada una de ellas tiene jurisdicción sobre un número determinado de municipios, cubriéndose así la totalidad del país. Cuando una persona ejerce el comercio en más de un municipio, debe matricularse cada negocio como establecimiento separado en la respectiva Cámara de Comercio del lugar. Así mismo, deben matricularse las sucursales o sea aquellos

desprendimientos del negocio principal, que están a cargo de un Gerente o Administrador, con atribuciones para tomar decisiones sobre el negocio.

- Procedimiento.

La matrícula o renovación de los comerciantes, establecimientos de comercio y sucursales está sujeta a los siguientes procedimientos:

Para la matrícula o renovación debe comprarse un juego de formularios y llenarse, que indique los siguientes datos:

*Nombre del comerciante, documento de identidad, nacionalidad, actividad o negocios a que se dedique, domicilio y dirección, lugar o lugares donde desarrolle sus negocios en forma permanente, su patrimonio líquido, detalle de los bienes raíces que posea, monto de las inversiones en la actividad mercantil, nombre de la persona autorizada para administrar los negocios y sus facultades, entidades de crédito con los cuales hubiere celebrado operaciones y referencias de dos comerciantes inscritos.

*Para los establecimientos de comercio, su denominación, dirección y actividad principal, nombre y dirección del propietario y del factor, si lo hubiere y si el local que ocupa es propio o ajeno. Se presumirá como propietario del establecimiento, quien así aparezca en el Registro.

Cumplida la matrícula, a cada comerciante, sucursal o establecimiento matriculado, se le abrirá un expediente en el cual se archivarán, por orden cronológico de presentación, las copias de los documentos que se registren.

Las Cámaras de Comercio no podrán matricular a un comerciante o establecimiento con el mismo nombre de otro ya inscrito, mientras éste no sea cancelado. En casos de homonimia se establecerá con el nombre un distintivo

que evite confusiones. Siendo el Registro un acto público, la falsedad en los datos será sancionada conforme al Código penal y la Cámara estará obligada a elevar la denuncia correspondiente. Las Cámaras están facultadas para exigir al comerciante que solicite su matrícula que acredite sumariamente los datos contenidos en su declaración. Las personas que ejerzan profesionalmente el comercio, sin estar matriculados, podrán ser multados hasta por \$10.000.00 por la Superintendencia de Industria y Comercio. La misma sanción aplicará a los establecimientos de comercio.

*** Inscripción de actos y documentos.**

Además de las matrículas de los comerciantes, establecimientos y sucursales, el Registro Mercantil comprende la inscripción de actos y documentos de los comerciantes, para darles publicidad, autenticidad y valor frente a las partes y los terceros.

Estos actos y documentos son, según el Código de Comercio, los siguientes:

Las capitulaciones matrimoniales y las liquidaciones de sociedades conyugales, cuando el marido y la mujer, o alguno de ellos sea comerciante. La interdicción judicial declarada contra los comerciantes, las providencias en que se imponga a éstos la prohibición de ejercer el comercio; los concordatos preventivos y los celebrados dentro del proceso de quiebra; la declaración de quiebra y el nombramiento de síndico de ésta y su remoción; la posesión de cargos públicos que inhabiliten para el ejercicio del comercio y en general las incapacidades e inhabilidades previstas en la ley para ser comerciantes. Las autorizaciones que, conforme a la ley, se otorguen a los mismos para ejercer el comercio y la revocatoria de las mismas. Todo acto en virtud del cual se confiera, modifique o revoque la administración parcial o general de bienes o

negocios del comerciante; La apertura de establecimientos de comercio y de sucursales, y los actos que modifiquen o afecten la propiedad de los mismos o su administración. Los libros de contabilidad, los de registros de accionistas, los de actas de asambleas y juntas de socios, así como los de juntas directivas de sociedades mercantiles; Los embargos y demandas civiles relacionados con derechos cuya mutación esté sujeta a registro mercantil; La constitución, reformas y adiciones estatutarias y la liquidación de sociedades comerciales, así como la designación de representantes legales y liquidadores y su remoción. Los demás actos y documentos cuyo registro mercantil ordene la ley, entre los cuales se destacan la prenda de bienes y los pactos de reserva de dominio. Como puede observarse, la ley ordena el registro de actos y documentos que son relativos a la capacidad del comerciante para ejercer el comercio, o que afectan su patrimonio, o que se refieren a la administración de sus bienes o que impliquen el ejercicio del comercio por persona jurídica, o que, como es el caso de los libros, reflejen la historia de cada negocio.

- Procedimiento de inscripción.

Los actos, contratos y documentos se inscribirán en la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar donde fueren celebrados u otorgados. Si hubieren de realizarse fuera de dicha jurisdicción se inscribirán también en la Cámara correspondiente al lugar de su ejecución o cumplimiento. La inscripción se hará en libros separados, según la materia, en forma de extracto que dé razón de lo sustancial del acto, documento o hecho que se inscriba. La inscripción podrá solicitarse en cualquier tiempo, si la ley no fija un término especial para ello; pero los actos y documentos sujetos a inscripción no producirán efectos con respecto de los terceros, sino a partir de la fecha de su inscripción. O sea que la sanción por no inscribir un acto o documento es su indisponibilidad

frente a terceros de buena fe. Todo documento sujeto a inscripción, que no sea auténtico por su naturaleza, ni reconocido por las partes, deberá ser entregado personalmente por sus otorgantes al Secretario de la Cámara. Los documentos sujetos a registro y destinados a ser devueltos al interesado se inscribirán mediante copia de su texto en los libros respectivos o de fotocopias o de cualquier otro método que asegure su conservación y reproducción.

*** Inscripción de sociedades.**

Las inscripciones que deben hacer las sociedades, de sus escrituras de constitución y reformas, o demás actos relacionados con su existencia, se hacen de la siguiente manera:

Copia auténtica de la respectiva escritura o documento se archiva en la Cámara de Comercio de domicilio principal;

En un libro se levantará acta en la que conste la entrega de la copia, con sus correspondientes especificaciones.

***Inscripción de libros.**

Para la inscripción de libros se procederá así: a) En el libro se firmará una constancia del Secretario de la Cámara, de haber sido inscrito, con indicación de fecha, persona a quien pertenece y número de hojas útiles, que serán rubricadas por dicho funcionario; b) En un libro destinado a tal fin se hará constar bajo la firma del Secretario, el hecho de la inscripción y los datos mencionados en el punto anterior.

- Procedimiento.

Se llevan los libros a la Cámara de Comercio, se paga el monto correspondiente para su foliación y se esperan los días necesarios para la entrega de estos.

11.7. CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL.

Este certificado indica la existencia de la empresa y el nombre de su representante ante la Ley.

***Procedimiento.**

Para que la empresa obtenga un certificado de existencia y representación legal debe registrarse antes en la Cámara de Comercio y luego se paga el valor correspondiente y se espera por el certificado.

***Tiempo que demoran los trámites a realizar en la Cámara de Comercio.**

- Registro mercantil.

El tiempo que se demora mientras se solicita a la Cámara de comercio el registro mercantil y su expedición es de tres (3) a cinco (5) días hábiles.

- Inscripción de libros.

Después que se paga el valor correspondiente la Cámara de Comercio se demora como máximo 24 horas en entregar los libros foliados.

- Certificado de existencia y representación legal.

Para la entrega del certificado de existencia y representación legal la Cámara de Comercio se toma 15 minutos.

Valor que tienen los trámites que se realizan en la Cámara de Comercio.

- Registro mercantil.

El juego de formularios a diligenciar tiene un valor de \$2.200, y luego la empresa tiene que pagar un porcentaje liquidado de acuerdo a su capital social.

- Inscripción de libros.

Por la inscripción de cada libro hay que pagar en la Cámara de Comercio \$16.000.

- Certificado de existencia y representación legal.

Para obtener el Certificado de existencia y representación legal “DULCECOL Ltda.” tiene que pagar \$2.200

11.8. DIAN (INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO)

Inscripción en el RUT y obtención del NIT.

• Definición.

Cuando la empresa ya ha obtenido el certificado de existencia y representación legal, otorgado por la Cámara de Comercio cuando se matricula, se tiene que ir a la DIAN para obtener en este organismo estatal el NIT (Número de Identificación Tributaria), que es el número que identificará a la empresa frente a otras empresas.

- **Requerimientos.**

Para obtener el NIT hay que pedir en la DIAN un formulario del RUT (Registro Único Tributario), éste tiene que ser diligenciado por la empresa y llevado nuevamente a la DIAN. Junto con el certificado de la Cámara de Comercio original y fotocopia de la cédula del representante legal.

- **Tiempo que demora.**

La DIAN entregan un provisional a los 15 días de su solicitud, que tiene una duración de 6 meses mientras llega la tarjeta con el NIT.

- **Valor del NIT.**

Para la obtención del NIT no hay que pagar ningún valor.

IVA Y RETEFUENTE

A la DIAN también son pagados los impuestos al valor agregado y de retención en la fuente, estos impuestos son pagados en un banco, en el caso de la empresa “**DULCECOL Ltda.**” será pagado en el Banco Santander, de acuerdo con el calendario de pago de impuestos. El IVA será pagado cada dos meses.

FACTURACIÓN

En la DIAN la empresa “**DULCECOL Ltda.**” debe adelantar los trámites pertinentes para la solicitud de autorización de enumeración para facturación.

- **Requisitos.**

Presentar los números de las facturas que utilizara la empresa durante un tiempo determinado (seis meses o un año).

Los requisitos de las facturas son los siguientes:

- Estar denominada expresamente como factura de venta.

- Apellidos y nombre o razón y NIT del vendedor o de quien preste el servicio.
- Apellidos y nombre o razón social del adquiriente de los bienes o servicios.
- Llevar un número que corresponda a un sistema de numeración consecutiva de factura de venta.

- **Trámite.**

Reclamar una solicitud de autorización de numeración para facturación, Diligenciar correctamente la solicitud sin tachones y con máquina de escribir o letra imprenta. Presentar los números de las facturas que utilizará la empresa durante un tiempo determinado (seis meses o un año), esperar quince días para la respuesta de la solicitud. Si ha sido aprobada la solicitud, la empresa “**DULCECOL Ltda.**” podrá utilizar los números consecutivos autorizados por la DIAN para identificar las facturas que entreguen a sus clientes.

11.9. ALCALDÍA

- **Definición.**

Según el Capítulo III, art. 38 del estatuto tributario del Distrito industrial y portuario de Barranquilla. Constituye hecho generador del impuesto de Industria y Comercio el ejercicio o realización directa o indirecta de actividades industriales, comerciales y de servicios dentro de la jurisdicción del Distrito de Barranquilla, por personas naturales, jurídicas o por sociedades de hecho, ya sea que se cumplan en forma permanente u ocasional en inmuebles determinados con establecimientos de comercio o sin ellos. Queda entendido que este gravamen recae sobre la actividad ejercida, independientemente que la realicen entidades oficiales, privadas con ánimo de lucro o sin él.

- **Requerimientos.**

La empresa para pagar el impuesto de industria y comercio debe reclamar en la alcaldía un formulario, que deberá diligenciar debidamente.

- **Tiempo que demora**

El tiempo que se demora este trámite es mientras el formulario es llenado por la empresa y pagado en el banco.

- **Valor del impuesto de industria y comercio.**

La empresa deberá pagar por concepto de industria y comercio un porcentaje de sus ventas, esto de acuerdo con los milajes establecidos, debido a que la empresa pertenece a la actividad industrial el código de la actividad es el 105, a la cual le corresponde una tarifa del 6 X mil sobre el valor de sus ingresos declarados en el formulario del impuesto de industria y comercio.

- **Avisos y tableros.**

- **Definición.**

Este impuesto es pagado por la empresa para poder colocar avisos visibles al público de avisos y tableros.

- **Requerimientos.**

Para pagar el impuesto de avisos y tableros se hará en el mismo formulario del impuesto de industria y comercio, y se seguirán los mismos pasos.

- **Tiempo que demora**

El tiempo que se demora este trámite es mientras el formulario es llenado por la empresa y pagado en el banco.

- **Valor del impuesto de aviso y tableros.**

El valor a pagar por concepto de impuesto de avisos y tableros según el art. 37 del estatuto tributario del distrito industrial y portuario de Barranquilla es de 15% sobre el impuesto de Industria y Comercio a cargo del contribuyente.

- **Licencia del uso del suelo.**

• **Definición.**

La licencia del suelo es un certificado otorgado por Planeación Distrital certificando la ubicación de la empresa, y otorgando el permiso a ésta para su funcionamiento en el área determinada.

• **Requerimientos.** Para tramitar este documento se debe solicitar por escrito este certificado, en la carta se debe poner el nombre del establecimiento, la actividad a la cual se dedica, la dirección, el nombre del representante legal y su cédula de ciudadanía o NIT. Esta carta es llevada a planeación, se paga por el certificado y se espera la visita de un inspector.

• **Tiempo que demora.** Planeación tarda quince (15) días hábiles para otorgar el certificado del uso del suelo.

• **Valor del Certificado del uso del suelo.** El certificado de uso del suelo tiene un valor que no excederá la suma de \$20.800.

- **Licencia sanitaria.**

• **Definición.**

Este registro sanitario es expedido por la secretaría de salud para garantizar que la empresa cumple con los requerimientos sanitarios mínimos exigidos para su funcionamiento.

• **Requerimientos.**

Para solicitar el registro sanitario se debe enviar una carta a la secretaría de salud, pidiendo el registro, luego un inspector irá al lugar donde estará ubicada la empresa, en este caso “**DULCECOL Ltda.**” e inspeccionará el lugar para ver si este cumple con los requerimientos exigidos.

• **Tiempo que demora.**

El tiempo que se demora este trámite mientras se solicita el registro y obtiene

es aproximadamente de quince (15) días hábiles.

- **Valor del registro sanitario.**

El valor que la empresa tendrá que pagar por el registro depende de si ésta cumple o no con los requerimientos exigidos.

- **Permiso de los bomberos.**

- **Definición.**

Este certificado es otorgado por el cuerpo de bomberos de la ciudad, donde certificarán que la empresa cumple con todas las condiciones mínimas de protección y seguridad contra incendio.

- **Requerimientos.**

Para tramitar este documento se debe hacer la solicitud al cuerpo de bomberos para que sea realizada una inspección en el lugar donde funcionará la empresa y luego con base en esto hacen la valoración de acuerdo si la empresa necesita extinguidores o sistema splinter.

- **Tiempo que demora.**

Para la obtención de este certificado después de la visita se tardará una semana. Costo Número de extinguidores. Teniendo en cuenta que la actividad a la cual se dedicará la empresa, se prevé que se necesitarán dos extinguidores, uno para cada área, lo que da un total de 2 extinguidores, cada extinguidor tiene un valor de \$85.000 por lo tanto, el valor total será de \$170.000.

- **Impuesto predial.**

- **Definición.**

El impuesto predial unificado es un gravamen que se cobra a las personas naturales o jurídicas propietarias o poseedoras de un inmueble (casos de

invasión) cuya base tributaria es el avalúo catastral realizado por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi (GAC).

- **Liquidación del impuesto predial unificado.**

El Impuesto predial resulta de multiplicar el avalúo por la tasa o milaje según estrato o uso. También el distrito cobra la tasa por área metropolitana que es el 2.0/1.000 del avalúo y si hay mora en el pago cobran el 2,7% por mes vencido sobre el Impuesto Predial.

11.10. APERTURA DE CUENTA CORRIENTE

La empresa “**DULCECOL Ltda.**” abrirá un cuenta corriente con el Banco de Bogota.

Requisitos. Se deben llevar los siguientes documentos:

- Escritura de Constitución de la sociedad.
- Certificado de existencia y representación legal.
- Escritura de las reformas que se hayan hecho a la sociedad.
- Fotocopia autenticada de la declaración de renta correspondiente a los dos últimos años.
- Balance fiscal al corte del 30 de junio del año inmediatamente anterior, firmado por el representante legal y certificado por un contador o por un fiscal, incluyendo anexos completos y estados de resultado.
- Una referencia comercial.
- Fotocopia del NIT.
- Para abrir la cuenta se deben realizar diferentes pasos como son:
- Llevar todos los documentos anteriormente exigidos al Banco de Bogota.
- Diligenciamiento del formulario del Banco de Bogota.

- Estudio de la solicitud de apertura por parte de la gerencia del Banco de Bogota.

- **Tiempo.**

Después de haber llevado todos los documentos exigidos al banco, se espera un plazo máximo de dos días para recibir una respuesta.

- **Valor para abrir la cuenta.**

Se debe depositar una cantidad mínima de \$1'000.000.00 y el banco obsequia una chequera de 10 cheques gratis.

11.11. APORTES PARAFISCALES

Cajas De Compensación Familiar.

El proyecto empresarial “**DULCECOL Ltda.**”, debido a que la ley aconseja afiliar a los empleados a las diferentes cajas de compensaciones para mayor conformidad de los empleados decidió afiliar a sus trabajadores a la Caja de Compensación Familiar COMFAMILIAR.

- **Requerimientos**

Para la respectiva afiliación a esta caja de compensación se exigen requisitos tales como el certificado de existencia y representación legal de la sociedad, una constancia, certificado de paz y salvo o en su defecto una carta donde conste que no se está afiliado a ninguna otra caja de compensación. Igualmente también se hace necesario una copia detallada de la última nómina donde se especifique el salario básico, subsidio de transporte y otros ingresos laborales.

- **Tiempo que demora.**

El trámite de la documentación presentada en el departamento de subsidios de la caja de compensación familiar tarda ocho días hábiles a partir de la entrega de la respectiva documentación.

- **Beneficios que obtienen los empleados.**

- Subsidio familiar.
- Hijos legítimos y extra matrimoniales.
- Hijos adoptivos.
- Hermanos Huérfanos.
- Inscripción de padres.
- Fallecimiento del trabajador o persona a cargo.

11.12. SALUD Y SEGURIDAD SOCIAL

Entidad promotora de salud. (COLSEGUROS)

A través de la Ley 100/93, en Colombia se comenzó a hacer obligatorio el plan de salud, lo cual está consignado en el art. 162 de esa Ley de la siguiente manera: El Sistema General de Seguridad Social de Salud crea las condiciones de acceso a un Plan Obligatorio de salud para todos los habitantes del territorio nacional antes del año 2001. Este plan permitirá la protección integral de las familias a la maternidad y enfermedad general, en las fases de promoción y fomento de la salud y la prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación para todas las patologías, según la intensidad de uso y los niveles de atención y complejidad.

En cuanto a la cobertura familiar, el plan en el art. 163 plantea lo siguiente: El Plan Obligatorio de Salud tendrá cobertura familiar. Para estos efectos, serán

beneficiarios del sistema el (o la) cónyuge o el compañero o la compañera permanente del afiliado cuya unión sea superior a 2 años; los hijos menores de 18 años de cualquiera de los cónyuges, que haga parte del núcleo familiar y que dependan económicamente de éste; los hijos mayores de 18 años con incapacidad permanente o aquellos que tengan menos de 25 años, sean estudiantes con dedicación exclusiva y dependan económicamente del afiliado. A falta de cónyuge, o compañero o compañera permanente e hijos con derecho, la cobertura familiar podrá extenderse a los padres del afiliado no pensionados que dependan económicamente de éste.

*** Definición.**

Según el art. 177 de la Ley 100/93, Las Entidades Promotoras de Salud son las entidades responsables de la afiliación, y el riesgo de los afiliados y del recaudo de sus cotizaciones, por delegación del Fondo de Solidaridad y Garantía, su función básica será organizar y garantizar, directa o indirectamente, la prestación del Plan de salud Obligatorio a los afiliados y girar, dentro de los términos previstos en la presente Ley, la diferencia entre los ingresos por cotizaciones de sus afiliados y el valor de las correspondientes unidades de pago por capacitación al Fondo de Solidaridad y Garantía. Por lo tanto, teniendo en cuenta los requerimientos de la Ley, la empresa “**DULCECOL Ltda.**” por petición de sus empleados ha decidido afiliarlos a la EPS COLSEGUROS.

*** Requerimientos.**

Para afiliar a los empleados de la empresa a la EPS COLSEGUROS, se debe ir a esta entidad, pedir un formulario de afiliación y diligenciarlo debidamente. Se debe llenar la hoja personal del empleado, de los beneficiarios y la parte referente al empleador indicando el sueldo y fecha de ingreso y se debe llevar a

la entidad firmado por la persona encargada del personal. Junto a este formulario son anexadas las fotocopias de las cédulas de los empleados.

*** Tiempo de entrega**

A los dos días de la empresa haber realizado la solicitud, reclama en la EPS dos copias de la afiliación, una para el departamento del personal y una para el afiliado, que le cubre 30 días de vigencia mientras llega el carné definitivo.

*** Valor de la EPS**

El valor de la EPS es el 12% del salario que devenga el trabajador, distribuido de la siguiente manera; el 4% lo paga el trabajador y el 8% el empleador y se paga los primeros diez (10) días del mes siguiente de la afiliación.

Atención de Riesgo profesional (SURATEP)

La empresa al vincularse al sistema general de riesgo profesional busca proteger a sus empleados de posibles accidentes que puedan sufrir al momento de laborar. La empresa aseguradora en este caso será SURATEP, la cual le deberá elaborar un programa de higiene y seguridad industrial a la empresa “DULCECOL Ltda.” La empresa SURATEP debe dotar a todos los trabajadores de la empresa con los implementos de seguridad necesarios y clasificar a la empresa en un rango de riesgo profesional para que así ésta pueda pagar a ellos el valor correspondiente.

• Valor a pagar a SURATEP.

El valor que la empresa pagará por concepto de A.R.P. será del 0.522% del valor de la nómina mensual.

Pensiones y Cesantías (Protección)

Pensión de vejez

*** Definición.**

Según la Ley 100/93, art. 64 los afiliados al Régimen de Ahorro individual con Solidaridad, tendrán derecho a una pensión de vejez a la edad que escojan, siempre y cuando el capital acumulado en su cuenta de ahorro individual les permita obtener una pensión mensual superior al 110% del salario mínimo legal mensual vigente a la fecha de expedición de esta ley, reajustado anualmente según la variación porcentual del Índice de Precios al Consumidor certificado por el DANE. Para el cálculo de dicho monto se tendrá en cuenta el valor del bono pensional, cuando a éste hubiere lugar. Cuando a pesar de cumplir los requisitos para acceder a la pensión en los términos del inciso anterior, el trabajador opte por continuar cotizando, el empleador estará obligado a efectuar las cotizaciones a su cargo, mientras dure la relación laboral, legal o reglamentaria, y hasta la fecha en la cual el trabajador cumpla sesenta (60) años si es mujer y sesenta y dos (62) años de edad si es hombre.

En el caso de la pensión para los empleados de la “**DULCECOL Ltda.**”, será tomada con la empresa PROTECCIÓN S.A.

- **Requerimientos**

El empleador será el responsable del pago de éste, el cual será descontado del valor de la nómina al momento de ser liquidada. Para afiliarse se necesita llevar una fotocopia de la cédula de empleado y diligenciar el formulario con el visto bueno del empleador.

- **Valor de la pensión de vejez.**

La tasa de cotización para la pensión de vejez es de el 13.5% que se calcula de acuerdo al ingreso base; de este porcentaje el 75% es pagado por el empleador y el 25% por el empleado.

11.13. LICENCIA AMBIENTAL

Según el art.2 del decreto 1753 de Agosto 3 de 1994 por el cual se reglamenta parcialmente los título VIII y XII de la Ley 99 de 1993 sobre licencias ambientales la Licencia Ambiental es la autorización que otorga la autoridad ambiental competente, mediante acto administrativo, a una personal, para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que conforme a la Ley y a los reglamentos, puede producir deterioro grave a los recursos naturales renovables o al medio ambiente o introducir modificaciones considerables o notorias al paisaje, y en la que se establecen los requisitos, obligaciones y condiciones que el beneficiario de la Licencia Ambiental debe cumplir para prevenir, mitigar, corregir, compensar y manejar los efectos ambientales del proyecto, obra o actividad autorizada. Contenido. La Licencia Ambiental correspondiente. La identificación de la persona natural o jurídica, pública o privada a quien se autoriza el proyecto, obra o actividad, indicando el nombre, razón social, documento de identidad y domicilio.

- Localización y descripción del proyecto, obra o actividad.
- Consideraciones y motivaciones que han sido tenidas en cuenta para el otorgamiento de la Licencia Ambiental.
- Término de la Licencia Ambiental.
- Señalamiento de todos y cada uno de los requisitos, condiciones y obligaciones que debe satisfacer y cumplir el beneficiario de la Licencia Ambiental.
- Las consecuencias del incumplimiento de los requisitos, condiciones y obligaciones impuestos al beneficiario de la Licencia Ambiental, conforme a la Ley y los reglamentos.

11.13.1. Tipo de Licencias Ambientales.

Ordinaria.

Puede concederla según la competencia que corresponda, el Ministerio del Medio Ambiente o las Corporaciones Autónomas Regionales. Con esta licencia no se otorga permiso, autorización o concesión para el uso, aprovechamiento o movilización de recursos naturales renovables. Una vez el usuario recibe por parte del Ministerio del Medio Ambiente la licencia ambiental deberá tramitar ante las otras autoridades competentes los demás permisos ambientales.

Única.

Debe solicitarla el peticionario expresamente, las pueden expedir el Ministerio del Medio Ambiente o las Corporaciones Regionales Autónomas. Esta licencia incluye permisos, autorizaciones y concesiones necesarias para el desarrollo del proyecto cuya vigencia podrá ser la misma de la licencia ambiental.

Global.

Este tipo de licencia puede ser concedido solamente por el Ministerio del Medio Ambiente pues está relacionada con la explotación de campos petroleros y de gas. Como se sabe este tipo de actividades requiere de varias obras, cada una con un diseño, unos objetivos y un manejo específico. La licencia global puede ser única u ordinaria según cuente con los permisos, autorizaciones y concesiones necesarias para cada obra en todo el ciclo de explotación del combustible.

11.13.2. Licencia requerida por la empresa y trámite

Trámites para solicitar una licencia y tiempo en que la conceden.

Para solicitar una licencia ambiental hay que ir al DADIMA, que es la entidad territorial delegataria de la Corporación Autónoma Regional en el distrito de Barranquilla.

1. El interesado en obtener la Licencia Ambiental formulará una petición por escrito dirigida a la autoridad ambiental competente, en la cual solicitaría que se determine si el proyecto, obra o actividad por realizar requiere o no de la elaboración del Diagnóstico Ambiental de Alternativas; de igual manera solicitará que se fijen los términos de referencia de los estudios ambientales correspondientes, cuando estos no estuvieran definidos por la autoridad ambiental. Deberá especifica la modalidad de Licencia que requiere.

2. Con base en la información suministrad, el DADIMA decidirá sobre la necesidad o no de presentar el Diagnóstico Ambiental de Alternativas y definirá sus términos de referencia, cuando estos no hayan sido previamente establecidos para el sector, en un plazo no mayor de 30 días hábiles. Dentro de este mismo término, la autoridad ambiental competente dictará un acto de iniciación de trámite que se notificará y publicará en los términos del Art.70 de la ley 98 de 1993. Igualmente, en este mismo término, al detectarse colisión de competencias entre autoridades ambientales, se suspenderán los términos del trámite hasta tanto el Ministerio del Medio Ambiente defina la autoridad ambiental competente, la cual proseguirá el trámite en el estado en que se encuentre.

3. Presentado el Diagnóstico Ambiental de Alternativas, la autoridad ambiental competente elegirá en un plazo no mayor de sesenta (60) días, contados a partir de su presentación, la alternativa o las alternativas sobre las cuales debe elaborarse el correspondiente Estudio de Impacto Ambiental.

4. Si no es necesaria la presentación de un Diagnóstico Ambiental de Alternativas, o elegida (s) la (s) alternativa (s) sobre las cuales debe elaborarse el Estudio de Impacto Ambiental, la autoridad ambiental competente en un término que no podrá exceder de sesenta (60) días hábiles, fijará los términos de referencia, cuando estos no hayan sido definidos previamente para el sector, para la elaboración del Estudio del Impacto Ambiental.
5. Dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a la presentación del Estudio de Impacto Ambiental, se podrá pedir al interesado, la información adicional que se considere indispensable. En este caso se interrumpirán los términos que tiene la autoridad para decidir.
6. Allegada la información requerida la autoridad ambiental dispondrá de quince (15) días hábiles adicionales para solicitar a otras autoridades o entidades los conceptos técnicos o informaciones pertinentes, los cuales deben serle remitidos en un plazo no superior a sesenta (60) días hábiles.
7. Recibida la información o vencido el término de requerimiento de informaciones adicionales a otras autoridades o entidades, se expedirá el auto de trámite que declare reunida toda la información requerida. La autoridad ambiental competente decidirá sobre la viabilidad ambiental del proyecto, obra o actividad y otorgará o negará la respectiva licencia ambiental, en un término que no podrá exceder de sesenta (60) días hábiles contados a partir de la expedición del citado auto.
8. En caso de otorgársele a la empresa **“DULCECOL Ltda”** la Licencia Ambiental Única, se incluirán los permisos, autorizaciones o concesiones de competencias de la autoridad ambiental, que el proyecto, obra o actividad requiera conforme a la Ley.
9. Contra la resolución por la cual se otorga o se niega la Licencia Ambiental procede el recurso de reposición ante la misma autoridad ambiental que profirió el acto, y el recurso de apelación ante el Ministerio del Medio

Ambiente cuando el acto sea expedido por las demás autoridades ambientales competentes.

10. Para los efectos de la publicidad de las decisiones que pongan fin a la actuación, se observará lo dispuesto en el Artículo 17 de la Ley 99 de 1993.

11.13.3. Costos de la licencia ambiental

El Ministerio del Medio Ambiente expedirá una escala tarifaria para definir la cuantía de los derechos causados por el otorgamiento, la renovación, la modificación y el seguimiento, la renovación, la modificación y el seguimiento de los requerimientos de la Licencia Ambiental, los permisos, las autorizaciones, las concesiones y los salvoconductos. Esta escala se fijará con base en los costos de la evaluación de los proyectos. La escala mencionada, se aplicará cuando la evaluación requiera recursos adicionales a los presupuestados para el normal funcionamiento de la administración. Para los casos de las licencias otorgadas para el Ministerio del Medio Ambiente, los recursos de que trata este artículo, serán depositados en una subcuenta del Fondo Nacional Ambiental.

11.14. REQUISITOS PARA LAS EXPORTACIONES

1. Estudio de Mercado y de la Demanda Potencial

La exportación supone inicialmente un estudio del mercado internacional, tanto para la determinación del precio adecuado, como para el conocimiento de la demanda de nuestros productos. En este estudio le colaboran al exportador el BANCO DE COMERCIO EXTERIOR - BANCOLDEX Y PROEXPORT, pues brindan información sobre la demanda internacional, la mejor manera de posicionar nuestros productos en el exterior y asesoría sobre las posibilidades de financiación de nuestras exportaciones. Solo un adecuado estudio de

mercado brindará un conocimiento al exportador sobre las oportunidades que ofrecen los mercados del exterior. Para un buen estudio de mercado se deberá:

- ▶ Determinar el alcance y los objetivos del estudio.
- ▶ Tener una idea general sobre el comercio internacional del producto, tanto
- ▶ cuantitativa, como cualitativamente. Para ello deberá realizar una recolección
- ▶ de datos sobre la oferta y demanda internacional del producto y valorar la
- ▶ producción, la exportación y las importaciones del mismo.
- ▶ Identificar y evaluar los posibles demandantes del producto. Así mismo,
- ▶ investigar los usos alternativos del producto y los requerimientos de
- ▶ producción.
- ▶ Identificar los posibles canales de distribución y los eventos feriales a través
- ▶ de los cuales puede acceder al mercado.
- ▶ Estudiar las características específicas de cada mercado, los hábitos y
- ▶ preferencias de los consumidores, los requisitos comerciales y documentarios
- ▶ exigidos.
- ▶ Conocer las normas e impuestos arancelarios y no arancelarios de las
- ▶ importaciones y el comercio en cada mercado. En este sentido, es importante
- ▶ identificar los acuerdos comerciales que establecen preferencias o exenciones en la importación al mercado en estudio.
- ▶ Comprender los elementos y mecanismos de fijación de los precios internacionales.

Es indispensable para los exportadores conocer exactamente los requisitos sanitarios, normas técnicas, de marcado, de empaque y embalaje y demás que

puedan exigir la autoridades del país de destino para la introducción de sus productos, lo que le evitará innumerables problemas y costos una vez despachados los productos.

La reducción de los costos y la optimización de la calidad, son los elementos fundamentales de la determinación de la competitividad internacional del producto. Por ello el exportador deberá evaluar los costos y gastos que se mencionaran a continuación, para ofrecer sus productos a precios realmente competitivos y teniendo en cuenta los términos de cotización internacional (INCOTERMS).

- **EX-WORKS: EN FABRICA:** Este término hace relación al compromiso por parte del exportador de efectuar la entrega de la mercancía en el lugar de producción o de distribución del producto, mientras el comprador corre con los riesgos y gastos que conlleve su traslado hasta el puerto de destino.
- **FOB: FREE ON BOARD - LIBRE A BORDO:** El exportador adquiere el compromiso de colocar la mercancía en el puerto de embarque convenido a bordo del medio de transporte (buque, avión o camión), los riesgos y gastos a partir de ese momento corren por cuenta del comprador.
- **CIF: COST, INSURANCE AND FREIGHT - COSTO, SEGURO Y FLETE:** Los compromisos adquiridos conforme al término anterior, se adicionan con la contratación y pago del flete y el seguro hasta puerto de destino por parte del vendedor.

Una vez se identifique la demanda potencial en el exterior los pasos que se siguen en una exportación son los siguientes:

11.14.1. Remisión de la factura Proforma

Ante el requerimiento de cotización de un comprador externo, el exportador deberá suministrar una factura proforma (cotización), con el objeto de facilitar

al importador la solicitud previa de licencias o permisos de importación y el establecimiento del instrumento de pago a favor del exportador. En dicha factura se consignan entre otros los siguientes datos: la identificación del comprador, su ubicación, validez de la cotización, las cantidades, precio unitario, valor total y las condiciones de la negociación. El exportador tiene libertad para establecer los plazos que va a conceder al comprador del exterior, sin embargo, si éste plazo es superior a 12 meses contados a partir de la fecha de la declaración de exportación, deberá informarlo al Banco de la República (Parágrafo segundo, Artículo 15 de la Resolución 8/2000 JDBR, siempre y cuando su monto supere la suma de diez mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$10.000). Así mismo, el exportador puede establecer negociaciones condicionadas a pagos anticipados por futuras exportaciones, pero teniendo en cuenta, que éstas deben ser realizadas dentro de los cuatro (4) meses siguientes a la fecha de canalización de las divisas a través del intermediario financiero.

11.14.2. Aceptación de las condiciones

El importador en el exterior confirma al exportador colombiano la compra de la mercancía y la aceptación de las condiciones de la negociación, y procede según éstas a la apertura de la carta de crédito en el banco corresponsal o a la remisión de las letras o pagarés por los valores respectivos.

11.14.3. Confirmación de la carta de crédito

El banco comercial colombiano recibe copia de la carta de crédito del banco corresponsal garante u otro documento que se convenga como garantía de pago y comunica al exportador para que este inicie los trámites para el despacho de la mercancía.

11.14.4. Factura comercial

Es un documento imprescindible en cualquier transacción comercial. Es una cuenta por los productos que se envían al comprador en el extranjero y frecuentemente es utilizado por las autoridades aduaneras del país del importador como el documento básico para determinar el valor en aduana de las mercancías sobre el cual se aplicarán los derechos de importación. A falta de un contrato de compraventa, la factura, aunque no constituye por sí misma un contrato, es el documento que recoge en cierta forma las condiciones acordadas entre las partes.

11.14.5. Lista de empaque

Acompaña generalmente la factura comercial, proporciona información sobre el embalaje, cantidades de bultos o cajas, su contenido, su peso y volumen así como las condiciones de manejo y transporte de las mismas.

11.14.6. Contratación del transporte

El exportador contratará el medio y la compañía de transporte mas adecuados (en consideración a la clase de mercancía, los costos y las necesidades de disponibilidad), en los términos acordados con el comprador. Las modalidades de transporte que más se utilizan a nivel internacional son el aéreo y el marítimo.

11.14.7. Certificación de origen de la mercancía

En caso que el importador requiera certificar el origen de la mercancía, por ser un requisito para la nacionalización o para obtener preferencias arancelarias en el país de destino, el exportador iniciará los siguientes trámites para la aprobación del certificado de origen ante el MINCOMEX:

- Radicación del formulario de "REGISTRO DE PRODUCTORES NACIONALES, OFERTA EXPORTABLE Y SOLICITUD DE DETERMINACION DE ORIGEN" te formulario es suministrado en forma gratuita por el MINCOMEX y debe radicarse en original y copia, junto con el certificado de constitución y gerencia si se trata de persona jurídica o registro mercantil cuando se trate de personas naturales, en la ventanilla de correspondencia de las Direcciones Territorial o Puntos de Atención. En Bogotá la radicación debe realizar en la calle 28 No. 13 A -15 Local 1.

- Verificación de la Información y Determinación de Criterios de Origen Radicado el mencionado formulario, se verifica la información y se determina el criterio de origen del producto a exportar con base en las disposiciones existentes para los distintos esquemas preferenciales, los cuales son consignados en la planilla "Relación de Inscripción y Determinación de Origen". El original de la "Relación de Inscripción y Determinación de Origen" se remite al exportador. La inscripción tiene una validez de dos años.

- Radicación y aprobación del CERTIFICADO DE ORIGEN El MINCOMEX a través de las Direcciones Territoriales y Puntos de Atención expide los Certificados de Origen para los distintos productos de exportación que vayan a gozar de las preferencias arancelarias otorgadas en los diferentes Acuerdos Comerciales y Esquemas Preferenciales. Conforme al país hacia el que se efectúe la exportación se requerirá de un certificado de origen. Estos formularios los expende el MINCOMEX (por intermedio del Banco Bancafé) y tienen un costo de \$4.500.00.

- Código 250 SGP: Países de la Unión Europea, Europa Oriental y Japón.
- Código 251 ATPA: Estados Unidos.
- Código 252 Unión Europea (exportación de Textiles).
- Código 255 Comunidad Andina y ALADI (Países de Latinoamérica).

- . Código 256 Grupo de los Tres: México.
- . Código 258 Chile.
- . Código 260 Terceros Países. (Incluye los A.A.P. con Cuba y Panamá.
- . Cricon.271. Comunidad del Caribe

En su diligenciamiento debe tenerse en cuenta la norma de origen que le corresponde al producto de acuerdo al país de destino. La solicitud de certificado de origen se radica junto con la factura comercial en original y copia; en las exportaciones de flores a la Unión Europea se anexa también la guía aérea. La aprobación de la solicitud la realiza el MINCOMEX el mismo día de su radicación. Cuando la exportación sea de hortalizas y/o frutas frescas y su destino sea algún país miembro de la Unión Europea, se adjunta al Certificado de Origen el formulario denominado “Certificado de Origen y Procedencia” (lo suministra el MINCOMEX en forma gratuita) con el objeto de dar a conocer el lugar (municipio) donde han sido cultivadas las hortalizas o frutas.

11.14.8. Visa textil

El Gobierno de Estados Unidos, establece como requisito para la entrada a su territorio de productos textiles (Ver capítulos 50 al 63 del Arancel de Aduanas), la expedición por parte de Colombia de la VISA TEXTIL, la cual expide el MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR -MINCOMEX, con base en la información que suministra el exportador.

Para obtener la visa textil, los exportadores deben determinar (Consultar Circular

Externa del INCOMEX No. 85 de 1.995).

- LA CATEGORIA que le corresponde a cada uno de sus productos,
- LA UNIDAD DE MEDIDA establecida para cada categoría

- EL FACTOR: con base en el cual se lleva la cantidad en la unidad de medida al consumo en yardas.

Una vez el exportador obtenga la información de la categoría, la cantidad en la unidad de medida y el consumo en yardas, diligenciará la forma denominada Cuota Textil, radicándola en las Oficinas Territoriales o Puntos de Atención del Mincomex acompañada de la factura comercial. En esta última, se expedirá la VISA TEXTIL.

11.14.9. Compra y diligenciamiento del documento de exportación (DEX)

El documento de exportación o Declaración de Exportación, DEX, lo expenden las Administraciones de Aduana y en algunas ciudades los almacenes de cadena, tiene un costo de \$10.000.00. En caso de ser insuficiente el espacio para la descripción de la mercancía, se adquieren Hojas Anexas al DEX. El DEX consta de un (1) original y cinco (5) copias y para facilitación del exportador la DIAN ofrece la posibilidad de que el DEX sea utilizado en dos formas:

Como Autorización de Embarque

- Cuando el exportador desee realizar un embarque único ó fraccionado con datos provisionales, deberá presentar ante la Administración Aduanera de la jurisdicción por donde tramitó las exportaciones, a través del Sistema Informático Aduanero o por escrito, la Declaración de Exportación Consolidada con datos definitivos, la totalidad de los embarques efectuados cada mes con datos provisionales se consolidará dentro de los diez (10) primeros días del trimestre siguientes a aquel en que se efectuó el primer embarque del respectivo periodo. Igualmente el Sistema Informático o el funcionario competente irá descontado del documento que acredita la operación, la cantidad de mercancía amparada en cada Declaración de

Exportación Definitiva Consolidada. En el evento en que el declarante no presente la Declaración de Exportación Consolidada dentro del término legal, la autoridad aduanera, a través del Sistema Informático Aduanero o el funcionario competente de oficio, consolidara los embarques fraccionados, expidiendo el DEX consolidado definitivo. (Artículos 284 y 285 del decreto 2685/99 y Artículo 254 de la Resolución 4240/00).

- Cuando el exportador deba realizar embarques fraccionados con datos definitivos con cargo al documento que acredita la operación y que dio lugar a la exportación deberá presentar mensualmente, ante la respectiva Administración Aduanera, a través del Sistema Informático Aduanero o por escrito, la Declaración de Exportación Consolidada de los embarques dentro de los diez (10) primeros días del mes siguiente a la fecha del primer embarque del respectivo período. El Sistema Informático Aduanero o el respectivo funcionario una vez valide o verifique la información le asignará número y fecha, y para todos los efectos será consolidado como Declaración de Exportación Definitiva. (Artículos 285 ,286 del Decreto 2685/99 y Artículo 251 de la Resolución 4240/00).

- Como Declaración Definitiva: El exportador procederá a imprimir y firmar la Declaración, la cual deberá ser entregada a la Aduana junto con las copias para las entidades competentes que requieren adelantar trámites posteriores. Este trámite deberá surtirse dentro de los quince (15) días siguientes a la recepción del Manifiesto de Carga. (Artículo 281 del decreto 2685/99).³

11.14.10. Solicitud de vistos buenos

La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o del otorgamiento del visto

bueno. Este requisito debe cumplirse en forma previa a la exportación de los siguientes productos:

ENTIDAD REQUISITOS PRODUCTOS

-Inscripción, se anexa al DEX

MINERCOL Patente de comerciante y guía. - Esmeraldas y piedras Preciosas.

MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE -Inscripción, se anexa al DEX la -
Especies del Reino Animal y vegetal tropicales y Resolución de autorización para especies en vías de extinción y sus subproductos, cultivo o cría artificial y el CITES.

BANCO DE LA REPUBLICA -Inscripción del comprador y certificado de análisis expedido - Oro, el mineral de oro y sus aleaciones por esa entidad.

- Glándulas y Organos de Origen Humano.
- INVIMA - Registro Sanitario - Productos farmacéuticos y de cosmetología,
- Productos alimenticios
- ICA - Certificado Fito o Zoosanitario - Animales y plantas vivas - Productos de origen animal o vegetal sin procesar.
- INPA - Inscripción y Vo..Bo - Peces vivos y muertos

Cuando el Gobierno Nacional considere que hay deficiencias en el consumo interno, se procede a la asignación de un cupo para la exportación, el control de estos cupos normalmente se hace por parte del MINCOMEX, entidad ante la que el exportador solicita la asignación de una cantidad y/o valor. De igual manera, cuando la restricción cuantitativa es debida al cierre de algún mercado externo y se le asigna una CUOTA a Colombia, el MINCOMEX debe ejercer la vigilancia sobre su cumplimiento y autorización de la cuota - parte a cada exportador.

Presentación del documento de exportación (DEX) y aforo de la mercancía:

Una vez presentado el DEX con sus anexos respectivos, si se encuentra bien diligenciado y reúne los requisitos exigidos, la Aduana acepta la solicitud de autorización de embarque o la declaración definitiva, según el caso, procediendo al aforo de la mercancía y autorizando su embarque. El DEX se presenta junto con los siguientes documentos:

- Documento de Identidad del exportador o documento que acredite su autorización a la Sociedad de Intermediación Aduanera,
 - Documento de transporte (guía aérea, conocimiento de embarque o carta de porte),
 - Factura comercial,
 - Registros sanitarios, autorizaciones expresas y demás requisitos exigidos para la exportación del producto.
- Lista de empaque (si lo requiere) Una vez presentado estos documentos e incorporados al Sistema Informático. Aduanero, este determinara si requiere inspección física o documental, la cual se hace en las bodegas de la aerolínea, en el puerto de salida o lugar habilitado por la DIAN.

11.14.11. Pago de la exportación.

La exportación genera la obligación de reintegrar las divisas percibidas. Los exportadores, de acuerdo a lo establecido en el régimen cambiario (Resolución 08/ 00 de la Junta Directiva del Banco de la República) deberán efectuar la venta de las divisas a través de los intermediarios financieros autorizados por el Banco de la República (bancos comerciales y entidades financieras), dentro de los plazos consignados en la declaración de exportación, para ello el exportador deberá previamente diligenciar la declaración de cambio correspondiente. El exportador tiene libertad para establecer los plazos que va

a conceder al comprador del exterior, sin embargo, si éste plazo es superior a 12 meses contados a partir de la fecha de la declaración de exportación, deberá en este mismo periodo, informar del hecho al Banco de la República, con excepción de aquellas cuyo valor sea inferior a US\$ 10.000. Así mismo, el exportador puede establecer negociaciones condicionadas a pagos anticipados por futuras exportaciones, pero teniendo en cuenta que, dentro de los cuatro (4) meses contados a partir de la fecha de canalización de las divisas a través del intermediario financiero, deberá realizar la exportación de los bienes.

11.14.12. Solicitud del certificado de reembolso tributario (CERT).

Si el producto exportado se encuentra beneficiado con el CERT3, conforme al Decreto 955 de 1.996 y sus modificaciones, el exportador autorizará al intermediario financiero su trámite ante MINCOMEX. El exportador da poder al intermediario para que éste solicite al MINCOMEX el reconocimiento y liquidación del CERT. El Certificado se liquida a la tasa de cambio vigente a la fecha en que se produzca el embarque de los bienes a exportar (Artículo 2o. del Decreto 402 de 1.994). 3El CERT fue creado como un mecanismo de promoción de exportaciones bajo el concepto de devolución de impuestos indirectos, es un bono que puede ser utilizado para el pago de impuestos, tasas y contribuciones, puede ser negociado libremente y corresponde a un porcentaje del valor FOB del producto de la exportación. Los niveles porcentuales se determinan por el Gobierno Nacional considerando al producto y mercado específico.

Procedimiento de contratación del transporte para una exportación

Las etapas básicas que se deben cumplir para la contratación y traslado de un producto de exportación, desde su origen hasta su destino final son las siguientes:

*Escogencia del modo apropiado. En la mayoría de los casos, los exportadores e importadores disponen simultáneamente de varias alternativas (modos y/o rutas) para la movilización de sus mercancías, razón por la cual deben tomar una decisión acertada en torno a cual de ellas es la que mejor se adapta a los objetivos de la empresa y a los requerimientos específicos del producto a transportar. Cada uno de los modos de transporte a su vez posee características específicas que determinan ventajas y desventajas comparativas frente a los demás, en materia de capacidad de transporte, velocidad, seguridad, costo del servicio y flexibilidad para el desplazamiento puerta a puerta, así:

- El transporte marítimo por sus ventajas de gran capacidad y reducido costo se adapta principalmente a la movilización de cargas masivas de bajo valor agregado. Por este medio se movilizan productos como café, banano, granos, petróleo, cemento, azúcar, acero, vehículos, productos químicos, fertilizantes, minerales, maquinaria, manufacturas metálicas y de madera, entre otros.
- Por razones similares, el ferrocarril también resulta conveniente para la movilización de productos básicos en forma masiva, tales como carbón, acero, papel, líquidos al granel, fertilizantes, etc.
- El transporte aéreo por su parte, resulta necesario para la movilización de productos perecederos, que exigen velocidad en su desplazamiento, y que pueden pagar un flete relativamente alto, esto es productos de gran valor agregado y comercial. Actualmente por este modo se transportan flores, frutas, confecciones, manufacturas de cuero, peces vivos, libros, electrodomésticos, etc.
- El transporte por camión, dada su gran flexibilidad (desplazamiento puerta a puerta) es un modo complementario de los demás y apropiado para la movilización de pequeños volúmenes a distancias relativamente cortas. En el comercio del área Subregional Andina es un soporte muy importante, en la

medida en que por las distancias y volúmenes de mercancías que se moviliza se adapta de manera conveniente a estos trayectos.

- El transporte multimodal, por ser una combinación de modos, tiende a utilizar en cada, trayecto el más ventajoso.

En definitiva las características del producto que se va a transportar, y sus requerimientos particulares determina en alto grado el tipo de transporte que se debe utilizar para su distribución, en tal virtud es preciso identificar respecto de las mercancías datos como:

* Naturaleza del producto: Esto es si es perecible, frágil, peligroso, normal o de dimensiones o pesos especiales.

* Tipo de carga: Carga general con empaque, suelta o unitarizada o al granel sólida o líquida; aclarando si requiere o no condiciones especiales de presión y temperatura.

* Magnitud del embarque: Esto es peso bruto; peso neto; volumen total; factor destiba y número de unidades.

* Plazo de entrega y fecha de embarque.

* Lugar de origen, destino y puntos de paso, que incluye cada modalidad La anterior información, debe relacionarse con las características de cada uno de los modos y de los servicios existentes para la escogencia acertada del mismo. Es necesario tener en cuenta que en la labor de traslado de una mercancía del origen al destino, además del propio transporte, intervienen otra serie de operaciones complementarias, igualmente importantes, como: El embalaje, el manejo y almacenamiento de la carga y el seguro, que representa un costo y que exigen la contratación de un servicio. Selección de la Empresa Transportadora. Para ello es preciso recopilar información sobre cada uno de los modos disponibles respecto a:

- Número de servicios existentes en la ruta en que vamos a exportar.

- Itinerarios ofrecidos y tiempo de tránsito.

- Frecuencia con que se ofrecen tales servicios.
- Tipos de buques / aviones / camiones que operan.
- Tipos de carga que transportan.
- Empresas que los prestan y su trayectoria en el medio, tarifas y condiciones ofrecidas.
- Características de los puertos, aeropuertos, terminales de origen, destino y tránsito que debemos utilizar.
- Directorio de proveedores de servicios complementarios al transporte y sus antecedentes, recursos y tarifas.
- Red de oficinas y agentes que poseen. El gran objetivo de esta selección es poder llegar justo a tiempo (Just in Time) con nuestra mercancía al lugar convenido con el comprador, al menor costo posible y en las mejores condiciones.

CAPITULAJE

ESTUDIO

FINANCIERO

12. ESTUDIO FINANCIERO

12.1. INTRODUCCIÓN

En el presente estudio financiero que se realizará para la empresa DULCECOL LTDA se llevará a cabo el cálculo del valor presente neto, con el fin de determinar si este proyecto resultará más rentable que otras opciones, así mismo se hace necesario hallar en el presente estudio la tasa interna de rentabilidad que puede mostrar la tasa a la cual se están invirtiendo los valores dentro de la empresa.

12.2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la rentabilidad financiera del plan de negocio DULCECOL LTDA, que pretende comercializar y exportar los dulces típicos hacia la nación de PANAMÁ

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los ingresos y egresos de la empresa Dulcecol Ltda.
- Determinar el equilibrio financiero en el desarrollo del proyecto Dulcecol Ltda.
- Establecer la rentabilidad del negocio en el tiempo estipulado.
- Conocer los costos de la comercialización hacia la nación de Panamá.

12.3. RELACIÓN COSTOS-INGRESOS

Tabla 12.
Relación Costos – Ingresos

DESCRIPCIÓN	VALOR \$
GASTOS ADMINISTRATIVO	1.120.000
GASTOS DE OFICINA	3.190.000
GASTOS DE NOMINA	3.294.650
GASTOS DE INSTALACIÓN	2.095.000
GASTOS DE SERVICIOS PUBLICOS	343.047
GASTOS DE DOCUMENTACIÓN C.E	500.000
TOTAL	\$ 10.542.697

En la anterior tabla se puede analizar que los gastos administrativos de la creación de la comercializadora internacional de dulces de mango y coco hacia a la nación de Panamá la cual se detallara de la siguiente forma:

- Gastos administrativo como: arrendamientos y papelería general.
- Gastos de oficina: computadores y muebles enseres.
- Gastos de nomina: el personal que la compañía implementará.
- Gastos de instalación: polo a tierra, aire acondicionado.
- Gastos de servicios públicos: agua, energía y teléfono.
- Gastos de documentación: documentos para conformar la empresa (minuta, DIAN etc).

Tabla 13.
Unidades a transar

PRODUCTO	PESO NETO (KG)	UNIDADES / MES	VR /UNIDAD US \$	VENTAS NETAS US \$
MANGO	7.800	15.000	1 Dólar/\$2800	15.000
COCO	7.800	15.000	1 Dólar/\$2800	15.000
TOTAL	15.600	30.000		30.000

La compañía exportará hacia a la nación de Panamá los siguientes productos como: **Mango y Coco**: 15.000 Unidades/ Mes en donde se venderá la unidad a un dólar y en pesos Colombianos equivale a \$2.800.

Tabla 14.
Costos de embarcación

DESCRIPCIÓN	VALOR / UNIDAD	US \$
CONTENEDOR LLENO 20'	35.00	546.00
CONTENEDOR REFRIGERADO 20'	8.00	124.80
CARGA GENERAL INTER. NORMAL	4.50	70.20
SERVICIO DE CONEXIÓN ELECTRIC		20.00
ENERGÍA ELECTRICA KV/H +15%	200*300+15%	28.75
TOTAL		789.75

Según la Sociedad Portuaria Regional de Barranquilla las tarifas vía Marítima se establecen de acuerdo al producto, a la capacidad por toneladas y al contenedor a implementar y la carga a exportar.

**Tabla 15.
Fletes**

DESCRIPCIÓN	VALOR \$	VALOR US \$
CONTENEDORES DE CARGA REFRIGERADA 20'	8.400.000	3.000
TOTAL	8.400.000	3.000

Los fletes que exige la Sociedad Portuaria para la exportación de dulces de mango y coco se necesita cancelar los contenedores de carga refrigerada 20'

**Tabla 16.
Costo del producto**

DESCRIPCIÓN PRODUCTO	COSTO / UNI	TOTAL/UNI	COSTOS/TOTAL \$
MANGO	840	15.000	12.600.000
COCO	840	15.000	12.600.000
TOTAL		30.000	\$ 25.200.000

Los costos de los dulces de mango y coco por cada producto es de \$12.600.000 y los costos totales es de \$25.200.000

**Tabla 17.
Costo de Empaque**

DESCRIPCIÓN	COSTO/UNI \$	TOTAL/EMPAQUES	COSTO TOTAL \$
MANGO	150	15.000	2.250.000
COCO	150	15.000	2.250.000
TOTAL			\$ 4.500.000

Los costos de empaque para los productos de exportación será de \$4.500.000 en total y por unidad \$2.250.000, esta tarifa es determinada por la compañía de empaques S.A.

Tabla 18.
Costo de aranceles

DESCRIPCIÓN	VALOR \$	VALOR US \$
ARANCEL 15%	12.600.000	4.500
TOTAL	12.600.000	4.500

Según el acuerdo comercial ALADI se estima que el valor del arancel es del 15% de las ventas netas y en este caso es de US\$4.500 y en pesos Colombianos es de \$12.600.000.

Tabla 19.
Inversión total

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD \$	CANTIDAD US \$
GASTOS ADMINISTRATIVOS	10.542.697	3765,25
COSTO DEL PRODUCTO	25.200.000	9000
FLETES	8.400.000	3000
COSTOS DE EMBARCACIÓN	2.211.300	789,75
COSTOS DE EMPAQUE	4.500.000	1607,15
ARANCELES	12.600.000	4500
TOTAL	63.453.997	22.662,16

12.4. TARIFAS MARÍTIMAS.

Sociedad Portuaria Regional de Barranquilla S.A. De conformidad con lo establecido por la Superintendencia General de Puertos, La Sociedad Portuaria Regional de Barranquilla S.A. Informa a las navieras, dueños de carga y público en general, que a partir del primer de enero de 1.999, entraran en vigencia las siguientes tarifas por el uso de sus instalaciones portuarias ubicadas en el Terminal Marítimo y Fluvial de Barranquilla.

MUELLAJE

ITEM	US\$	Unidad de Cobro
Marítimo Internacional	0.32	Mts- eslora- hora o fracción

FLUVIAL

Remocalcador	50.00	Unidad/ día
--------------	-------	-------------

USO DE INSTALACIONES

Carga general internacional	4.50	Tonelada- pesos
-----------------------------	------	-----------------

CONTENEDORES

Contenedor lleno 20' Normal	75.00	Unidad
-----------------------------	-------	--------

RESTIBA

Carga General	3.50	Tonelada- pesos
---------------	------	-----------------

TRANSITO INTERNACIONAL

Carga general	3.50	Tonelada- pesos
---------------	------	-----------------

TRANSBORDO DE CONTENEDORES ENTRE PUERTOS COLOMBIANOS

Contenedor lleno 20'	37.50	Unidad
----------------------	-------	--------

INCENTIVOS APLICADOS AL USO DE INSTALACIONES SEGÚN VOLUMEN

DE CARGA MOVILIZADA GENERAL Y GRANEL (DUEÑO DE LA CARGA)

TONELADAS/ AÑO	% DESCUENTO
15.000- 25.000.000	5

OPERADOR PORTUARIO

Contenedor lleno 20'	15.000	Unidad
----------------------	--------	--------

TRANSITO INTERNACIONAL

Contenedor lleno 20' Y 40'	5.00	Unidad
-------------------------------	------	--------

ALMACENAJE (A partir del día 6 Carga General)

Normal áreas cubiertas	0.80	Tonelada
------------------------	------	----------

CARGA PROYECTO

Área descubierta	2.75	M2/MES
Área cubierta	4.50	M2/MES
Carga a Granel	Década	Valor CIF Mayor Tonelaje
	1a	0.8%
	2a	0.9%
	3a	1.0%
	Más de 1 mes	1.5%

CONTENEDORES REFRIGERADOS

		Unidad
Contenedores llenos 20'	8.00	
Servicio de conexión eléctrica contenedor 20'y	20.00	
40		

La Sociedad Portuaria Regional de Barranquilla S.A. no se hará responsable del daño a la 7666 carga, por pérdida de energía, baja de potencia eléctrica, sobrecarga eléctrica, averías en los equipos eléctricos o mecánicos o cualquier otro daño por fuerza mayor.

13. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 20
Cronograma

Actividades	Tiempo (Meses)				
	2	3	4	5	6
Ajuste de Anteproyecto	■				
Establecer contactos con profesores		■			
Elaborar Informes			■		
Recopilación de Información			■	■	■
Presentación del Anteproyecto					■

Tabla 21.
Hacia el Futuro

Actividades	Tiempo (Meses)				
	7	8	9	10	11
Estudio de Mercado	■				
Estudio Técnico		■			
Estudio Legal y Organizacional			■		
Estudio Financiero			■	■	■
Presentación del Proyecto					■
Sustentación					■

14. PRESUPUESTO

Tabla 22.
Presupuesto

Asesoría	\$250.000
Transporte	\$490.000
Meriendas	\$210.000
Transcripción	\$550.500
Fotocopias	\$190.000
Borradores de Transcripciones	\$250.000
Almuerzos	\$322.000
Internet	\$180.000
Empastada del trabajo final	\$15.000
Compra de diskets	\$10.000
Total	\$2.467.500

CONCLUSIONES

Como el estudio de mercado es la parte inicial en el proceso de evaluación de proyectos donde se busca determinar la viabilidad comercial del producto, podemos concluir que existe una demanda y un mercado potencial donde se puede desarrollar y posicionar la empresa **DULCECOL LTDA.** Con base en la información obtenida se establece que el proyecto empresarial es viable desde el punto de vista operativo. Dado que en el mercado se encuentran las exigencias operativas para producción y comercialización de los dulces artesanales. Se recomienda proceder a realizar la evaluación administrativa.

Además, la información obtenida se establece que el proyecto empresarial es viable desde el punto de vista organizacional. Dado que en el mercado se encuentran profesionales capacitados para desempeñar los cargos requeridos por la empresa "**DULCECOL LTDA.** Siguiendo con los estudio de la empresa "**DULCECOL Ltda.**" pudo determinar la viabilidad desde el punto de vista legal de poner en marcha su proyecto, debido a que todos los trámites exigidos por la ley pueden ser realizados por ésta; éstos trámite son elevar a escritura pública la minuta de intención, realizar en la Cámara de Comercio diferentes trámites como son la obtención del certificado de homonimia, el de representación legal, el registro mercantil e inscribir los libros en este organismo. En la DIAN también se tiene que realizar el trámite para obtener el NIT y en la Alcaldía se tendrán que diligenciar el impuesto de industria y comercio, el de aviso y tablero, el certificado del cuerpo de bomberos, el de sanidad, y el uso del suelo. De la misma forma, a la empresa le son exigidos

por la ley la realización de aportes parafiscales a organismos como Caja de Compensación Familiar. Por lo cual, como se dijo anteriormente se pudo notar en la realización de este estudio que no se presenta ningún inconveniente para que la empresa pueda llevar a feliz término los pasos legales exigidos.

RECOMENDACIONES

Al finalizar este estudio se pueden establecer las siguientes recomendaciones: En los planes de publicidad y promoción se debe hacer mucho énfasis en las ventajas competitivas que ofrece el producto, para lograr así hacer frente a la competencia indirecta que existe en la Región. Es necesario que el lugar donde se va a ubicar la empresa este perfectamente acondicionado para ofrecer un producto en un ambiente familiar y confortable para las personas que acuden a él.

Para el efectivo cumplimiento de esta etapa se recomienda a los encargados de llevar a cabo el proyecto empresarial "DULCECOL Ltda.", los siguientes aspectos:

- Especificar claramente en el acta de constitución de la sociedad el monto de los aportes y registrarlos debidamente mediante escritura pública.
- Además, se aconseja realizar la inscripción de todos los actos y documentos debidamente diligenciados en Cámara de Comercio para evitar contratiempos posteriores.
- Igualmente, es importante para evitarse problemas jurídicos adelantar las correspondientes diligencias en la DIAN, así como las relacionadas con los aportes o impuestos en los entes distritales como planeación, bomberos, Sayco Acinpro y lo que concierne al impuesto de industria y comercio.

- Se hace necesario, conforme a las disposiciones legales realizar los aportes parafiscales a los que están obligados los empleadores. Además se recomienda abrir la cuenta corriente en Banco de Occidente debido a su seguridad y prestigio.

En el análisis de el estudio financiero se puede determinar la viabilidad de este proyecto debido a que arroja utilidades representativa con respecto a la inversión ya que el monto total no es alto porque la compañía es netamente comercializadora y además, no se implementará capital en maquinarias y a medida que aumente la población Panameña crecerá el mercado meta y los ingresos.

BIBLIOGRAFÍA

- 📖 AHUMADA Pedro, FREYLE Alejandro. Proyecto de creación de una microempresa exportadora de frutas. Año 2.002 ✓
- 📖 ANDER, Egg, Ezequiel. Como elaborar un proyecto- Guía para diseñar proyectos sociales y culturales. Ediciones Lumen/ Humanitas, 1.998. ✓
- 📖 ARANGO LONDOÑO, Gilberto. Estructura Económica Colombiana. Mc Graw Hill, 2.000. Página 100-125.
- 📖 Aspectos generales sobre Colombia. Proexport. Documento preparado por el Departamento de Estudios económicos. Bogotá 1.981.
- 📖 BACA U. Gabriel. Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill; 1998 ✓
- 📖 CÁMARA DE COMERCIO. REGISTRO MERCANTIL. 2.000 ✓
- 📖 CASTRO Raul. MAKATE Karen. Evaluación Economía y Social de Proyectos de Inversión. Editorial Uniandes.
- 📖 CÓDIGO DE COMERCIO.
- 📖 Colombia 20 años del régimen de cambios y de comercio. Banco de la República. Página 1 -2

- 📖 ENCICLOPEDIA ENCARTA@ MICROSOFT. 1.998. “Venezuela- Perú- Brasil- Panamá- Ecuador”
- 📖 ENCICLOPEDIA PRACTICA DE LA MADRE. Tomo 1 y 3. Editorial El Heraldo.
- 📖 FONDO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIÓN. PLAN DE EXPORTACIÓN 1.984-1990. Bogotá. Octubre – Noviembre 1.984.
- 📖 FRUTICULTURA TROPICAL. FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA. Bogotá. 1.982
- 📖 GARCÍA MARTÍNEZ, José Ramón y MASA GODOY Leopoldo. La Pyme Industrial frente al reto de la innovación “Economía e Industria”, Editorial Mc Graw Hill; 1996.
- 📖 GRANELL, Trias Francisco. La Exportación y los Mercados Internacionales. Ediciones Hispano Europea S.A. 1.984
- 📖 GUÍA MEDICA FAMILIAR . Editorial El Heraldo.
- 📖 KENNETH, Albert. Como iniciar su propio negocio, Editorial Mc Graw Hill; 1992.
- 📖 KUCZMRSKY D. Tomás, Innovación, Editorial Mc Graw Hill; Segunda Edición, 1997.

-  MANOTAS, Nelly y DÍAZ Nestor, Compendio de Tesis y otros Trabajos de Grado, Editorial ICONTEC; Edición actualizada.2000.
-  MÉNDEZ, Carlos. Guía para elaborar diseños de Investigación en Ciencias Económicas, Contables y Administrativas, Bogotá; Ediciones Rosaristas; Segunda Edición; Editorial Mc Graw Hill. 1998.
-  MORALES, Alberto. Frutoterapia nutrición y salud. Ediciones ECO.
-  REVISTA Dinero, Números 119 y 120 de 2.000
-  SABINO Carlos. El Proceso de Investigación. Editorial El Cid Editor
-  SAPAG CHAIN, Nossir y SAPAG CHAIN, Reynaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill; Tercera Edición, 1995.
-  WILLIAM Stanto. Fundamentos de Marketing. Decima Edición. Editorial Mc Graw Hill.
-  www.aladi.org
-  www.proexport.com.co
-  www.mincomex.com.co
-  www.bancoldex.com.co
-  www.careexport.com.co
-  www.google.com
-  www.elprisma.com
-  www.jovenesemprendedores.gov.co
-  www.bolsadevalores.pa

-  www.larepublica.com.co
-  www.fruticola.com/fertilizaciondelcoco
-  www.sprb.com.co
-  www.ciaempaques.com
-  www.logisticaonline.com
-  www.dian.gov.co
-  www.gestiopolis.com
-  www.comercioexterior.gov.pa
-  www.contraloria.gov.pa

ANEXO

MAPA DE COLOMBIA



MAPA DE PANAMA



HECHOS Y CIFRAS DE PANAMÁ

GEOGRAFIA

Nombre oficial	Republica de Panamá
Capital:	Panamá
Superficie total:	78,200 Km ²
Tierra:	75,990 Km ²
Agua:	2,210 Km ²
Área Comparativa:	Levemente más pequeño que Carolina del Sur
Región:	Medio de América, fronterizo con ambos océano, Caribe y océano Norpacífico, entre Colombia y Costa Rica.
Línea costera	2,490 Km.
Frontera Terrestre:	555 kilómetros
Países Fronterizos:	Colombia: 225 Kilómetros Costa Rica: 330 kilómetros
Principales ciudades:	Panamá, San Miguelito, Colón, David
Coordenadas geográficas:	9 00 NORTE, 80 00 OESTE
Terreno:	En el interior mayormente escarpado, montañas rugosas y disecadas, llanos altiplanos; en el área costera largos llanos y colinas pedregosas.
Clima:	Marítimo Tropical, caliente, húmedo, temporada lluviosa prolongada (Mayo a Junio), corta temporada seca Enero a Mayo.
Puntos de la elevación	
El punto más bajo:	El punto más bajo: Océano Pacífico 0 metros.
El punto más alto:	Volcán de Chiriqui 3,475 metros
Litigios Marítimos	
Zona contigua:	24 Millas Náuticas
Zona Económica Exclusiva:	200 Millas Náuticas
Mar Territorial:	12 Millas Náuticas
Uso del Suelo	
Tierra de labrantío:	7 %
Siembras permanentes	2 %
Pastos	20 %
Bosques y arbolado:	44 %
Otros:	27 % (1993 estimado)
Tierra irrigada:	320 km ² (1993 Estimado)
Problemática Medioambiental:	Contaminación del Agua de los desechos agrícolas amenaza los recursos de la industria pesquera, Deforestación de Bosque lluvioso, degradación de la tierra y erosión del suelo amenaza el canal de Panamá, por sedimentación.

POBLACION

Población:	2,845,647(Julio 2001 aprox.)
Estructura de edades	
0-14 años:	30.13% (varón 436,661; mujer 420,625)
15-64 años:	63.86% (varón 920,787; mujer 896,520)
65 años y encima:	6.01% (varón 81,682; mujer 89,372)(Julio 2001 aprox.)
Tasa de crecimiento poblacional:	1.3 % (Julio 2001 aprox.)
Tasa de Nacimientos:	19.06 Nacimientos por cada 1,000 de población (Julio 2001 aprox.)
Tasa de Mortandad:	4.95 Muertes por cada 1,000 de población (Julio 2001 aprox.)
Tasa Neta de Migración:	-1.1 inmigrante(s) por cada 1, 000 de población (Julio 2001 aprox.)
Proporción de sexos	
Recién Nacidos:	1.04 Hombre(s)/Mujer
Bajo de 15 años:	1.04 Hombre(s)/Mujer
Entre 15 y 64 años:	1.03 Hombre(s)/Mujer
De 65 años a más:	0.91 Hombre(s)/Mujer
Población total:	1.02 Hombre(s)/Mujer (Julio 2001 aprox.)
Tasa de Mortandad Infantil:	20.18 Muertes por cada 1,000 nacidos vivos (Julio 2001 aprox.)
Esperanza de vida femenina al nacer:	78.53 años (Julio 2001 aprox.)
Esperanza de vida masculina al nacer:	72.94 años (Julio 2001 aprox.)
Esperanza de vida Población total:	75.68 años (Julio 2001 aprox.)
Tasa Total de Fertilidad:	2.27 Niños nacidos por cada mujer (Julio 2001 aprox.)
Composición étnica de la población	
Mestizos (blancos / nativos Americanos)	70 %
Nativos Americanos / caribeños	14 %
Blancos	10 %
Nativos Americanos	6 %
Lenguas:	Español (oficial), Inglés 14%, Nota: Muchos Panameños son Bilingües.
Religión	
Romano Católicos	85 %
Protestantes	15 %
Alfabetización	
Definición:	15 años y mayor puede leer y escribir
Hombre:	91.4 %
Mujer:	90.2 % (1995 est.)
Total población:	90.8 % (1995 estimado)

Gobierno

Forma de gobierno	Democracia constitucional
División Administrativa:	9 provincias; Bocas del Toro, Chiriqui, Cocle, Colon, Darien, Herrera, Los Santos, Veraguas y Panamá. 2 comarcas: San Blas y Ngobe-Bugle.
Fecha de independencia	3 de Noviembre 1903 de Colombia, llegó a ser independiente de España el 28 de Noviembre de 1821.
Día Nacional:	Día de la Independencia
Constitución:	11 de Octubre de 1972; Principales reformas adoptadas en 1978, 1983 y en 1994.
Sistema Judicial:	Basado en el Sistema de Ley Civil, revisión judicial de actos legislativos en la Corte Suprema de Justicia, Valida Jurisdicción Obligatoria (ICJ), con reservaciones.
Derecho al voto:	Universal y Obligatorio a los 18 Años.
Presidente de la República:	Mireya Moscoso Rodríguez (Desde 01 de Septiembre de 1999).
Vice Presidente:	Arturo Ulises Vallarino (Desde 01 de Septiembre de 1999).
Jefe de Gobierno:	Mireya Moscoso Rodríguez (Desde 01 de Septiembre de 1999).
Nota:	El presidente es ambos. Presidente de la República y jefe de Gobierno.
Gabinete de Gobierno:	Gabinete designados por el Presidente.
Elecciones:	Presidente y Vice-presidentes son electos en la misma boleta por voto popular por un término de cinco años. La última se llevó a cabo el 02 de Mayo de 1999 (próximamente serán Mayo 2004)
Resultados de las Elecciones:	Mireya Moscoso Rodríguez electa presidente. Porcentaje de votos Mireya Moscoso Rodríguez (PA): 44 % Martín Torrijos (PRD): 37 %
Ramificación Legislativa:	Asamblea Legislativa Unicameral o Asamblea Legislativa (72 puestos, miembros son electos por voto popular para servir por un termino de cinco años).
Escaños por partidos	PRD: 35; PA: 18; PS: 4; PDC:4; MOLINERA: 3; PRC: 2; PLN: 2; Cambio Democrático:2; MORENA:1.
Ramificación Judicial:	Corte Suprema de Justicia, 9 Jueces designados por un termino de 10 años, 5 Cortes Superior; 3 Cortes de Apelaciones.
Miembros	CAN (asociado), CCC, ECLAC, FAO, G-77, IADB, IAEA, IBRD, ICAO, ICFTU, ICRM, IDA, IFAD, IFC, IFRC, ILO, IMF, IMO, Inmarsat, Intelsat, Interpol, IOC, IOM, ISO, ITU, LAES, LAIA (observador), NAM, OAS, OPANAL, OPCW, PCA, RG, UN, UNCTAD, UNESCO, UNIDO, UPU, WCL, WFTU, WHO, WIPO, WMO, WTO, WTrO.

Economía

Descripción

Debido a su estratégica localización geográfica, la economía panameña es basada en los Servicios, actividad bancaria, servicios canaleros, seguros, puertos de contenedores, registro marítimo y turismo. Una baja en las actividades de la zona franca de Colon, en las exportaciones agrícolas, y la salida de las fuerzas militares norteamericanas desaceleró del crecimiento económico en el año 2000. Un paquete de medidas económicas (obras públicas, reformas tributarias) y un nuevo tratado comercial regional vinieron a estimular el crecimiento económico en el año 2001.

PIB: (ppa) paridad de poder adquisitivo	\$16.6 mil millones (2000 est.)
PIB:per capita: paridad de poder adquisitivo	\$6,000 (2000 est.)
PIB:per capita, (al tipo de cambio)	\$2,990 (1998)
PIB:tasa de crecimiento real	2.5% (2000 est.)
PIB: Composición por sector	
Agricultura:	7 %
Industria:	16.5 %
Servicios:	76.5 % (1999 est.)
Renta o consumo por segmento poblacional: Más bajo 10%:	1.2 %
Renta o consumo por segmento poblacional: Más Alto 10%:	35.7% (1997)
población bajo la línea de pobreza	37% (1999 est.)
Tasa de Inflación (precios de consumo):	1.8% (2000 est.)
Mano de obra:	1.1 millón (2000 est.)
Mano de obra , por sector de ocupación:;	Agricultura 20.8%, industria 18%, servicios 61.2% (1995 est.)
Nota:	Escasez de trabajo profesional, pero un exceso de oferta en trabajo no tecnificado.
Índice de desempleo:	13.% (1997 est.)
Presupuesto - Ingresos:	\$2.8 mil millones
Presupuestos - Gastos:	\$2.9mil millones, incluyendo gastos en inversión de capital de \$471 Millones (2000 est.)
Industrias:	Construcción, refinería de petróleo, cemento y otros materiales de construcción, elaboración de cerveza, azúcar refinada.
Tasa de crecimiento de la producción industrial	2% (2000 est.)
Electricidad - producción	4.413 mil millones Kwh. (1999)
Producción por Fuente - Fósil combustible	27.78%
Producción por Fuente - Hydro	71.65%
Producción por Fuente - Otro	0.57 % (1999)
Electricidad - consumación	4.049 mil millones Kwh. (1999)
Electricidad - exportación	95 mil millones Kwh. (1999)
Electricidad - importación	40 millones Kwh. (1999)
Agricultura - productos:	Bananos, arroz, may, café, vegetales, ganado, camarón, caña de azúcar

Exportaciones:	\$5.7 mil millones (f.o.b., 2000 est.)
Exportaciones - Productos:	Bananos, azúcar, café, Camarón.
Exportaciones - socios:	US 42%, Alemania 11%, Costa Rica 5%, Benelux 4%, Italia 4% (1999)
Importaciones:	\$6.9 mil millones (f.o.b., 2000 est.)
Importaciones - productos:	Bienes Capitales, petróleo Crudo, Comida enlatada, bienes de consumo, químicos.
Importaciones - socios:	US 39%, Zona Franca de Colon 14%, Japón 8%, Ecuador 6%, México 5% (1999)
Deuda - externa:	\$7.56 mil millones (2000 estimado)
Cooperación internacional - recipiente:	\$ 197.1 millones (1995)
Moneda:	1 balboa (B) = 100 centésimos
Cambios:	Balboas (PAB) por US\$ 1 - 1,00 (tasa fija)
Año Fiscal:	calendario anual

COMUNICACIONES

Teléfonos - Línea principales en uso:	396,000 (1997)
Sistema Telefónico:	Facilidades Domesticas e Internacionales bien desarrolladas.
Teléfonos celulares. :	17,000 (1997)
Sistema International:	1 cable coaxial submarino, estaciones de satélite terrestres - 2 INTELSAT (Océano Atlántico), conectado con sistema de Microondas de Centro América.
Estaciones de Radiodifusión:	80 en AM, 44 en FM, 0 en onda corta (1998)
Radios:	815,000 (1997)
Estaciones de teledifusión:	9 (más 17 repetidoras) (1997)
Televisión:	510,000 (1997)
Usuarios de Internet	45,000 (2000)

TRANSPORTE

Carreteras

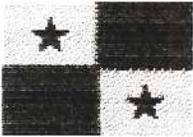
Total:	11,592 Km.
pavimentado:	4,079 kilómetros (Incluyendo 30 Km. de Autopista)
Sin pavimento:	7,513 kilómetros (2000 est.)
Canales:	800 KM Navegable de poca profundidad, y 82 KM Canal de Panamá.
Oleoductos:	Petróleo Crudo 130 kilómetros (2001)
Puertos:	Balboa, Cristóbal, Coco Solo, Manzanillo (parte del arrea de Colón), Vacamonte.

Aeropuertos

Aeropuertos:	107 (1999 est.)
Concluidos	
Mas de 3,047 metros	1
De 2.438 a 3.047 metros	1
De 1.524 a 2.437 metros	5
De 914 a 1.523 metros	13
bajo 914 metros	22
Aeropuertos - con pistas no pavimentadas:	Total: 65
De 914 a 1,523 metros:	15
Menos de 914 metros	52 (2000 est.)

Asuntos Trasnacionales

Drogas Ilícitas: Importante punto de transporte de cocaína y centro de lavado de dinero por narcotráfico, no hay indicios de cultivo de coca, el monitoreo de transacciones financieras ilicitas han mejorado, la corrupción oficial queda como mayor problema. Panamá ha sido mencionado por el " Financial Action Task Force (FATF)" una organización internacional que incluye al gobierno de lo s Estados Unidos, por su poca colaboración en la luchar contra el lavado internacional de dinero.



**CONTRATO DE PARTICIPACION
MISION COMERCIAL A PANAMA
23 al 28 de Septiembre del 2002**



CONTRATO # _____

1. Razón Social de la Empresa: _____
2. Domicilio (calle y número): _____
 Ciudad: _____ Departamento: _____
 Teléfono(s): _____ Fax: _____
3. Actividad de la empresa: Productor _____ Comercializador _____
 Maquilador _____ Otros (especifique): _____
4. Producto(s) a promover en el evento: _____

 Usos y/o aplicaciones: _____

5. Qué interés particular tiene usted sobre la misión? _____

6. Con qué tipo de empresario usted desea entrevistarse? _____

7. Desea que le organicemos una agenda específica? SI _____ NO _____
8. Que tipo de Agenda? _____

9. Está usted dispuesto a compartir su habitación? SI _____ NO _____
10. Datos de quien responde la solicitud:
 Nombre: _____
 Cargo: _____
 Teléfono(s): _____ Fax: _____
 Celular: _____ E-Mail: _____

Jorge Hernán Nieto Botero identificado con la Cédula de Ciudadanía 7.552.395 de Armenia Quindío, El Organizador de la Misión Empresarial a Panamá y la empresa Denominada en el Numeral 1 de este formulario y su Representante del punto 10 de este formulario en adelante El Participante, convienen en celebrar el Presente **CONTRATO DE PARTICIPACIÓN**, el cual será regido por las Cláusulas y Reglamento de la Misión Empresarial a Panamá evento que se llevara a cabo en la fecha indicada en el encabezado de este documento en la República de Panamá, según la Programación e Itinerario establecido por El Organizador.

Por medio del presente documento, acepto (aceptamos) irrevocablemente y libre (s) de cualquier coacción, pagar en dólares de los Estados Unidos de Norteamérica o en Pesos Colombianos a la Tasa Oficial Representativa del Mercado la suma de:

Aceptado por el Organizador: _____ Aceptado por la Empresa y Representante Participante: _____

Fecha: _____ Ciudad: _____ Fecha: _____ Ciudad: _____

Condiciones del Contrato de Participación al Reverso

REGLAMENTO MISIÓN EMPRESARIAL A PANAMÁ

FECHAS SEDES Y HORARIOS:

La Misión Empresarial a Panamá se celebrará en la República de Panamá en las fechas indicadas en el encabezado de la página principal de este documento.

La Misión Empresarial a Panamá tendrá un Programa General durante 6 días y 5 noches, durante los cuales El Organizador establecerá los eventos, citas y visitas a los lugares presentados a El Participante, a la firma de este documento.

EL OBJETIVO DE LA MISIÓN COMERCIAL:

- ✓ Conocer, observar e identificar las ventajas y oportunidades que ofrece el mercado de Panamá como Segunda Plataforma de Comercio Exterior del Mundo.
- ✓ Promover el potencial de negocios de Colombia en Centroamérica.
- ✓ Recopilar, analizar, actualizar y documentar, información de mercados, específicamente para nuestras empresas.

LOS BENEFICIOS QUE LAS EMPRESAS PUEDEN LOGRAR A TRAVÉS DE

LA MISIÓN SON:

- ✓ Localización e identificación de Potenciales Clientes que recibirán nuestros productos.
- ✓ Promoción de servicios sujetos a internacionalización.
- ✓ Recopilación de datos específicos para tomar mejores decisiones en nuestros planes de negocios.
- ✓ Interpretación, recomendaciones y guías de acción para exportaciones exitosas.
- ✓ Más que una Misión Comercial, una Misión de Negocios.

POR QUÉ LA MISIÓN A PANAMÁ?

Panamá cuenta con una posición geográfica ventajosa, la cual a través de los años le ha brindado la oportunidad de ser centro de intercambio comercial. El istmo de Panamá se encuentra ubicado entre Centroamérica y América del Sur, limita al norte con el mar Caribe; al sur con el océano Pacífico; al este limita con la República de Colombia y al oeste con la República de Costa Rica. Actualmente, Panamá tiene tratados bilaterales de tipo preferencial con Bulgaria, Polonia, Costa Rica, China, El Salvador, Honduras, Hungría, Nicaragua, Rep. Dominicana y con México y Colombia tiene tratados con un alcance parcial.

Panamá ha firmado Acuerdos Multilaterales de Desarrollo y Comercio:

- ✓ Acuerdo de Cooperación entre países parte del Tratado general de Integración Económica Centroamericana (Costa Rica, el Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, por una parte y por la otra la Comunidad Económica Europea), 12/11/1985
- ✓ Convenio constitutivo del programa Latinoamericano y del Caribe de Información comercial y apoyo al comercio. 29/05/1987
- ✓ Además, Panamá pertenece a la Organización Mundial del Comercio (OMC) y al Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) de la cual tiene el privilegio de ser sede durante dos años (del 2001 hasta el 2003). Se espera que con esto el país surja en todos los sectores económicos.

CANCELACIÓN O APLAZAMIENTO DE LA MISIÓN:

Si por causa o fuerza mayor como guerra o catástrofe, cancelación de reservas por parte de las aerolíneas u hoteles, y en especial la no conformación del grupo mínimo de participantes, El Organizador devolverá a El Participante el 50% del valor total pagado. El 50% restante El Organizador se lo reservará hasta tanto sean reestablecidas las condiciones ideales para la realización de la Misión Empresarial a Panamá y lo constituirá como depósito para mantener la reserva de participación.

ANULACIÓN DE RESERVA POR PARTE DE EL PARTICIPANTE:

Si El Participante por cualquier causa o circunstancia Anula o Cancela su reserva de participación, este deberá hacerlo por escrito y con firma manuscrita expresando su decisión, en cuyo caso El Organizador deducirá de la suma total o parcial pagada, el 50% del dinero en Dólares de los Estados Unidos de Norte América y devolverá el 50% restante una vez se haya vendido el cupo cancelado o al final o regreso de la Misión Empresarial a Panamá.

Continúa...

DEPOSITO DE INSCRIPCIÓN:

El Participante a la firma del presente **CONTRATO DE PARTICIPACIÓN** efectuará un **DEPOSITO NO REEMBOLSABLE Y ABONABLE** al valor total de la Misión Empresarial por la suma de U.S.\$150 Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica o una suma equivalente en Pesos Colombianos a la Tasa Oficial Representativa del Mercado.

¿QUÉ PRODUCTOS PODEMOS EXPORTAR A PANAMÁ?

Manufacturas, Muebles de madera y/o metal, Productos procesados Plátano y Yuca, Productos Procesados de Café, Marroquinería Y Calzado, Prendas de vestir, Material para construcción y decoración, Nuestros Destinos Turísticos, Turismo Belleza y Estética, Tratamientos de Belleza y Cirugías Plásticas, Tratamientos Odontológicos, Tratamiento Médicos, Servicios Profesionales, Entre otros productos de la oferta exportable de Colombia.

ACTIVIDAD DE NEGOCIOS:

Durante nuestra estadia, tendremos un programa básico de visitas a las siguientes instituciones en Ciudad de Panamá, como son: Cámara de Comercio e Industrias, Sede del ALCA, Zona Libre de Colón, Área del Canal, Áreas Revertidas, Ciudad del Saber Tecnoparque Internacional de Panamá y demás que a bien tenga en programar El Organizador.

CÓMO FUNCIONARÁ LA MISIÓN DIARIAMENTE PARA LAS CITAS COMERCIALES?

Se desarrollará un plan de citas para lograr que todos los comerciantes sean atendidos a tiempo. Cada uno de los Comerciantes será REGISTRADO e IDENTIFICADO con una escarapela para control y seguridad. El nombre del comerciante aparecerá en grande. Cada uno de los participantes recibirán la hoja con las citas previas y además diariamente se les otorgará un listado actualizado del registro de compradores.

EXHIBICIONES FUERA DE LA HABITACION:

Los interesados en realizar exhibiciones adicionales fuera de su habitación, podrán solicitarlo junto con el Contrato firmado. Para este efecto se ha reservado en el Hotel un salón especial.

PUBLICIDAD Y PROMOCION PARA CAPTAR COMPRADORES:

Se desarrollará un plan de anuncios en los medios de las ciudades mas importantes en lo que a comerciantes se refieren. Se utilizarán programas de radio para la divulgación de las misiones. Se pre-registrarán a los comerciantes que lo deseen. Se harán entregas directas de invitaciones a los comerciantes.

FORMA DE PAGO:

Los pagos deberán hacerse en efectivo a más tardar 10 días calendario antes de iniciarse la Misión Empresarial a Panamá

QUÉ INCLUYE EL VALOR DE INSCRIPCIÓN A LA MISIÓN?:

- ✓ Alojamiento 6 días y 5 Noches, Incluido Desayuno Buffet
- ✓ Impuesto Hotelero
- ✓ Tiquetes Aéreos.
- ✓ Transporte terrestre Aeropuerto - Hotel - Aeropuerto
- ✓ Transporte Permanente a lugares destinos de la Misión.
- ✓ Derecho a recibir compradores los cuales serán registrados antes y durante cada una de las misiones.
- ✓ Envío de invitaciones a compradores potenciales.
- ✓ Apoyo para el transporte consolidado e internación temporal de los productos que serán exhibidos
- ✓ Derecho a participar en los Cócteles promocionales de Panamá y la Zona Libre de Colón.
- ✓ Salón de Exhibición – Ruedas de Negocios con café, coctel y pasabocas.
- ✓ Guía de Exportación a Panamá.
- ✓ Documentos Informativos -Panamá.
- ✓ Guía F.O.B. Zona Libre Colón.

NO SE INCLUYE:

- ✓ Tarjeta de Turismo / Visa
- ✓ Impuestos de Salida del Aeropuerto de Panamá y Colombia.
- ✓ Envío de Productos Consolidados.
- ✓ Propinas, llamadas, lavandería, room service, almuerzos y cenas.
- ✓ Traslados Aeropuertos en Colombia.