

**Estudio de Factibilidad para la Exportación de Gulupa de la Compañía Inversiones
Agrícolas del Suroeste.**

Valentín Quintero Betancur

Facultad de educación, Institución Universitaria de Envigado

Facultad ciencias empresariales

Profesor: John Jairo Echeverry Arango

Diciembre 04 de 2020

Institución Universitaria de Envigado

Envigado Antioquia

ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

Nombre del estudiante	Valentín Quintero Betancur
Programa académico	Administración de negocios internacionales
Nombre de la Agencia o Centro de Práctica	INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE
NIT.	901602788-9
Dirección	CR 39 A # 40 F SUR 02 INT I-11
Teléfono	314 6287699
Dependencia o Área	Comercio Internacional
Nombre Completo del Jefe del estudiante	Jovany Holguín Hernández
Cargo	Gerente administrativo
Labor que desempeña el estudiante	Practicante investigador comercio internacional
Nombre del asesor de práctica	John Jairo Echeverri Arango
Fecha de inicio de la práctica	01/08/2020
Fecha de finalización de la práctica	05/12/2020

Aspectos Generales de la Práctica

1.1 Centro de práctica.

INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE,

MISION

INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE. tiene como misión ser la empresa líder en la siembra, producción y comercialización de productos agrícolas, con el fin de abastecer y satisfacer todos los mercados nacionales e internacionales que deseen los productos, enfocados en productos de excelente calidad y partiendo del conocimiento en la aplicación de excelentes prácticas en el sector agrícola haciendo énfasis en la sostenibilidad y cuidado del medio ambiente; buscando siempre la prosperidad y rentabilidad en sus operaciones creando así una compañía más competitiva, con empleados, proveedores y accionistas orgullosos de pertenecer a esta familia. (INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE, 2020)

VISION

INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE. será en el año 2025 una de las compañías más exportadoras en Colombia, con certificados nacionales e internacionales avalando la calidad de nuestros productos, generando un buen impacto social, ambiental y económico para la región y en la constante búsqueda de la utilidad de sus accionistas para lograr la retribución estipulada. (INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE, 2020)

OBJETIVOS INSTITUCIONALES

Calidad y competitividad: se emplean acciones para mejorar la calidad y la competitividad de los productos agrícolas frente a las necesidades del mercado, con la búsqueda de productos agrícolas nuevos o tradicionales colombianos que encuentren y satisfagan la demanda establecida por el mercado. (INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE, 2020)

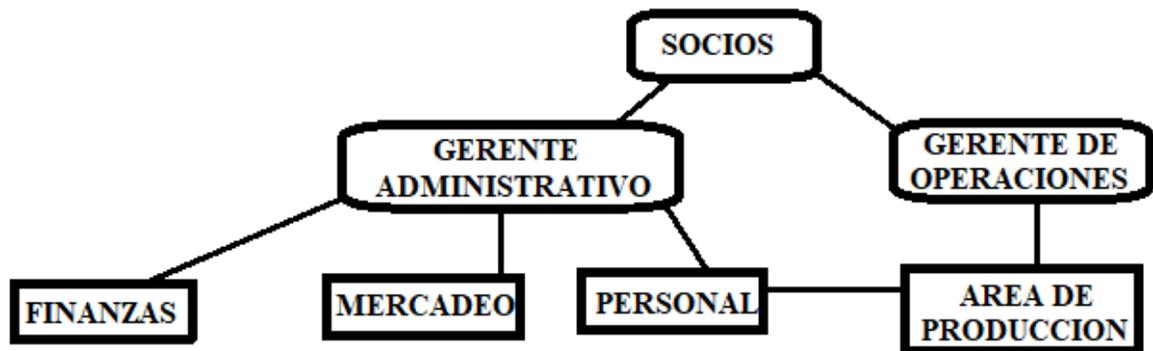
Cuidado del medio ambiente: Enfocados en la ingeniería agrónoma, se pretende dar uso eficiente a los recursos naturales dando así una compañía enfocada en el cuidado del medio ambiente. Siempre pensando en la cultura y sostenibilidad agrícola, resaltando y protegiendo la biodiversidad que se encuentra en la región.

Trabajo: La compañía piensa en el continuo mejoramiento y arduo trabajo para cumplir las metas y objetivos trazados, basándose en el compañerismo, el respeto y la honestidad en cada uno de sus colaboradores, siendo la perseverancia el motor de cada uno de ellos.

Sostenibilidad económica: Esta se logra reuniendo todos los objetivos institucionales, generando así la retribución deseada para los socios y accionistas. (INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE, 2020)

Estudio Organizacional de la compañía

Ilustración 1 Mapa jerárquico



(INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE, 2020)

1.2 Objetivo de la práctica empresarial.

El objetivo de esta práctica empresarial en modalidad de trabajo de grado es afianzar los conocimientos de todos los estudios realizados a lo largo de estos últimos años en el campo universitario, adaptándose al mercado laboral poniendo en práctica las habilidades adquiridas en la universidad y logrando dar solución a los problemas que el mundo real trae consigo.

1.3 Funciones

Como función principal del presente proyecto se recolectará la mayor cantidad de información para entregar a los socios, recomendaciones a una de las debilidades de la compañía

representado en la carencia de un estudio de factibilidad para la exportación de gulupa, dicho proyecto pretende llevar a cabo un análisis de la oferta y la demanda existente a nivel internacional.

Realizar un análisis de compañías que estén ofreciendo un producto igual o similar a la gulupa, para conocer más sobre precios y márgenes de utilidad.

Recolectar el mayor cumulo de información que nos permita conocer acerca de las necesidades y tendencias en el mercado y extraer de ella, el respectivo análisis para planificar y tomar decisiones.

1.4 Justificación de la práctica empresarial.

Se ha evidenciado, que para incursionar de una manera apropiada al mercado laboral es necesario que el entendimiento teórico, vaya de la mano con la experiencia práctica acumulada por el camino, en el desarrollo de este trabajo se permitirá potenciar ambos conocimientos: El teórico como el práctico y poder acceder así a nuevos conocimientos.

Es importante reconocer que en el desarrollo de este trabajo existe una oportunidad única, para poner en practica todo el potencial acumulado durante cinco largos años de preparación profesional. Los resultados que se pretenden alcanzar, no solo brindaran un beneficio personal, sino también a la compañía que solidariamente acogió la iniciativa y podrá a través del mismo

alcanzar nuevos desarrollos en áreas que aún no han sido exploradas y de paso especializándolas o haciéndolas más competitivas.

La presencia de un practicante en la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE enfocado en realizar un estudio de mercado, lleva además en su esencia, un componente de innovación toda vez que pretende revolucionar prácticas comerciales y de competitividad que requieren ser potenciadas y mejoradas de manera permanente.

INVERSIONES AGRÍCOLAS DEL SUROESTE, cuyo objeto social está orientado en el área agrícola, podrá a través de sus socios, accionistas y colaboradores sentir el apoyo incondicional de un pasante, que se enfocará en clientes potenciales y nuevos segmentos de mercado, que como una compañía joven que requiere para su crecimiento permanente de todas las ayudas posibles y eso se pretende ser para ellos: Un colaborador estratégico que sumará conocimiento, dedicación, investigación y tiempo. Es un hecho que se entregara todo el esfuerzo posible a la causa de dar a conocer los productos y la calidad de los mismos en los ámbitos, tanto nacional como internacional.

1.5 Equipo de trabajo.

Valentín Quintero Betancur: Practicante con formación en administración de negocios internacionales, cuya función principal será realizar estudio de mercado para la correcta internacionalización del producto gulupa en la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE.

John Jairo Echeverri Arango: Asesor de trabajo de grado, Docente Ocasional Institución Universitaria de Envigado, facultad de Ciencias Empresariales.

Andrés Antonio Henao Vásquez: Ingeniero Agrónomo, su función es específicamente en el área productiva, aprovechando las bondades de la tierra y mejorando la calidad de los productos.

Jovany Holguín Hernández: Gerente administrativo y financiero, encargado de llevar el presupuesto y finanzas de la compañía, así como también las políticas generales de recursos humanos.

Rubén Muñoz Arboleda: Gerente general de operaciones, sus funciones son implementar, planificar y supervisar el desarrollo óptimo de los procesos realizados por la compañía.
(INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE, 2020)

2. PROPUESTA PARA LA AGENCIA O CENTRO DE PRÁCTICAS

2.1 Título del Proyecto

Estudio de factibilidad para la exportación de gulupa de la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE.

2.2 Planteamiento del problema.

En el municipio de Urrao se encuentra localizada la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE; una sociedad dedicada a la siembra, producción y comercialización de productos agrícolas, siendo el aguacate y la gulupa los de mayor producción y por tanto los productos principales. Esta es una empresa que enfoca sus actividades en el ámbito nacional y hasta el momento la comercialización de sus productos se realiza únicamente en Colombia, debido a esto sus socios y accionistas pensando en diversificar su portafolio comercial encuentran la necesidad de internacionalizarse, de esa manera se lograría un beneficio económico para la compañía.

Para efectos de la realización de este proyecto, el producto en el cual nos enfocaremos será la gulupa, debido a que este es un producto poco conocido a nivel internacional y los socios ven la necesidad de realizar una investigación más profunda, que en su búsqueda permita recopilar la mayor cantidad de información que ofrezca variadas alternativas a la hora de encontrar potenciales consumidores en el exterior. Es clave saber que Colombia es un país que enfoca su economía en la agricultura y “según el Banco Mundial el crecimiento económico originado en la agricultura es 2,7 veces más efectivo para reducir la pobreza, que el que se presenta en otros sectores” (FINAGRO., 2017) Se quiere sacar el mayor provecho de estos factores para satisfacer las necesidades no solo de los demandantes sino de los socios y accionistas que quieren ver reflejado una utilidad en su compañía

2.3 Justificación.

La realización de este estudio es muy importante, tomando en cuenta que la compañía es nueva en el mercado y su producto a exportar como se menciona anteriormente es la gulupa, producto poco conocido entre los consumidores. Se requiere de una investigación exhaustiva para segmentar y encontrar los nichos de mercado necesarios para que tanto la empresa como su producto empiecen a tener reconocimiento en el exterior. El beneficio para los accionistas y socios es muy significativo ya que con este estudio lograrán ampliar su zona de venta sin que con ello se descuiden otras áreas en las que ellos hacen especial énfasis.

Este estudio no solo es importante para la compañía y sus socios, sino también para mí como practicante puesto que el aprendizaje acumulado con la práctica es fundamental para alcanzar experiencia y poder enfrentar los retos que arrastra con sigo el mundo laboral.

2.4 Objetivos (Objetivo General y Objetivos Específicos).

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de gulupa cultivada por la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE.

Objetivos específicos

Identificar los principales destinos de exportación de gulupa de origen colombiano, con el fin de reconocer los potenciales países consumidores del producto.

Establecer los procesos, documentos y procedimientos para la exportación de gulupa basados en la reglamentación aduanera colombiana.

Realizar un análisis sobre la factibilidad de la exportación de gulupa de origen colombiano de la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE.

2.5 Diseño Metodológico.

En este estudio de mercado se pretende identificar la factibilidad de exportación de gulupa de origen colombiano y se tomarán como base algunos medios electrónicos que nos servirán de ayuda y guía para el análisis y recolección de datos. Se utilizará la base de datos Procolombia, “PROCOLOMBIA es la entidad encargada de promover el Turismo, la Inversión Extranjera en Colombia, las Exportaciones no minero energéticas y la imagen del país” (PROCOLOMBIA, 2020) Se tomó en cuenta esta plataforma porque es ideal para la identificación de oportunidades y penetración de mercados, brindándonos información clave para la exportación del producto permitiendo tener más conocimiento del cómo y dónde promover nuestro producto. Como segunda base de datos utilizaremos Legiscomex, “Legiscomex es un Sistema de Inteligencia Comercial para la gestión y análisis del comercio exterior, que permite tomar decisiones en los negocios internacionales”. (LEGISCOMEX, 2020) Con esta herramienta se piensa analizar las documentaciones requerimientos y procesos para la internacionalización del producto, además de posibilitar la verificación en temas de proveedores, clientes y competencia.

Son de vital importancia estas plataformas ya que nos ofrecen información actualizada y nos permiten tomar decisiones en tiempo real, dándonos la capacidad de anticiparnos ante cualquier eventualidad. Para ello se realizará una unificación de los datos obtenidos y posteriormente hacer el análisis de los mismos.

Luego se tomarán los resultados recopilados en un solo documento, el cual será presentado a los socios de la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE y al asesor acompañante de la práctica empresarial, en el que además se presentará la viabilidad del proceso de la exportación de gulupa desde Colombia y seguido de la verificación del estudio se procederá a realizar los ajustes necesarios para una correcta toma de decisiones por parte de los involucrados en el proyecto.

2.6 Cronograma de Actividades.

Tabla 1 Cronograma de actividades

PLAN DE TRABAJO																		
PRACTICA EMPRESARIAL EN LA COMPAÑÍA INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE																		
Periodo II - 2020																		
LAPZO DE REALIZACION (meses)																		
N°	ACTIVIDADES A REALIZAR	SEMANA	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Presentación de los requisitos de la práctica empresarial por la IUE.		■	■														
2	Presentación del asesor para coordinar los aspectos de la práctica.				■	■												
3	Primera reunión del asesor y tutor para la presentación oficial del proyecto.						■											
4	realización del informe inicial de práctica.							■										
5	recolección de datos en las herramientas digitales.								■	■								
6	Unificación y organización de datos recopilados.										■							
7	Análisis de información.											■	■					
8	Realización del estudio de mercado.													■	■	■		
9	Elaboracion de recomendaciones para socios de la compañía.																■	
10	Presentación y socialización del proyecto.																	■

Fuente: (propia)

2.7 Presupuesto (Ficha de presupuesto)

Tabla 2 Presupuesto

PRESUPUESTO PRACTICA EMPRESARIAL		
Periodo II		
Agosto - Noviembre		
Concepto	Mensual	Total
Salidas de campo para validación de información	100.000	400.000
Asesorias con profesor	225.000	900.000
Tiempo invertido en trabajo	375.000	1.500.000
Acceso a internet	132.000	528.000
Servicios basicos para conexión	32.000	128.000
TOTAL PRESUPUESTO	864.000	3.456.000

Fuente: (propia)

3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

3.1 MARCO DE REFERENCIA

3.1.1 Antecedentes

Las ventas que actualmente realiza la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE se ejecutan mediante contrato suscrito con la compañía multinacional llamada OCATI SA quien establece los porcentajes de producto que serán comercializados en Colombia y en el exterior, por obvias razones, cada porcentaje conserva su propio precio. Existe una cláusula de exclusividad con el cliente donde se estipula: que el pedido realizado, debe corresponder a la totalidad de fruta producida en 32 meses.

Hoy el canal de ventas utilizado por la compañía es la venta directa al por mayor, es decir utilizando intermediarios entre la fuente y el consumidor final, esta es una práctica provisional,

toda vez que INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE, está reuniendo los recursos económicos suficientes, para crear la infraestructura y logística que le permita atender directamente al consumidor final, después de recolectar información puntual, que le indique quienes son esos potenciales clientes y a que segmentos de población pertenecen.

Poner en marcha este proyecto es vital para la empresa, ya que la multinacional con la que se negocia actualmente se encarga de la exportación por su cuenta y gracias a este estudio y a la información recopilada, INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE, podrá en el futuro cercano y con nuestra intervención, realizar sus exportaciones de manera autónoma.

3.1.2 Marco Teórico

Internacionalización

Adam Smith (1723-1790) explicaba que el bienestar y crecimiento económico de una nación podría ser mayor con la división del trabajo, ya que esto especializaría a un país en la producción de bienes con los que tuviera algún tipo de ventaja natural. Así nació el concepto de ventaja absoluta como la capacidad que tiene cada país para producir de una mejor manera (menos recursos) ciertos bienes en vez de otros y que los productos con los cuales no tiene una ventaja natural deben importarse de otro país que sí posea condiciones naturales especiales para producirlos a un mejor precio. (LEGISCOMEX, 2020)

Es muy importante tener presente esta teoría y aplicarla en la compañía, ya que esta enfocada en el ámbito de la producción y la empresa cuenta con las ventajas naturales que ofrece la geografía colombiana como también el desarrollo de la economía. Al contar con estas ventajas

de clima y entorno, resulta obvio que el camino hacia la especialización en la producción de dichos bienes está más cerca de convertirse en una realidad, esperando por supuesto que el incremento de las utilidades para los socios de la compañía, impactarán de manera positiva la economía de nuestra nación.

Contratos o Asociaciones

El Joint Venture constituye hoy en día uno de los vehículos más adecuados a través del cual las empresas tanto locales como extranjeras, cualquiera que sea su tamaño, pueden desarrollar sus proyectos, ya que la colaboración entre dos o más empresarios se hace cada vez más necesaria para poder competir en el mercado. (Echarri, Pendas, & Sanz-Pastor, 2002)

Las alianzas con compañías locales e internacionales, son una apuesta que conlleva sus riesgos por lo que los resultados no siempre están garantizados y ese porcentaje de riesgo que siempre es una realidad, puede dar al traste con el resultado final. Por eso la observación de los detalles a la hora de crear alianzas es de vital importancia. Basándonos en el tamaño de la compañía y su músculo financiero, tendremos que considerar que dada su corta historia, con oferta de nuevos productos, deberá acceder a algún tipo de alianza para alcanzar posicionamiento y volverse muy fuerte en algunas áreas siendo la más importante de ellas el área productiva que a su vez atiende unas necesidades del mercado cada vez más crecientes y más exigentes.

Alianzas Estratégicas

En el contexto de la globalización, las alianzas estratégicas desempeñan un papel fundamental en el ámbito económico a nivel mundial (Dussauge & Garrette, 1999). Estas opciones permiten generar valor en los diferentes proyectos en los que se realizan y, como se detalla luego en este texto, constituyen mecanismos de colaboración y una forma primaria para alcanzar objetivos de corto y de largo plazo (Gulati & Singh, 1998). Este tipo de configuraciones empresariales permite la diversificación de los riesgos, mejora la posibilidad de aprender, así como de crear y transferir información (Koka & Prescott, 2002) y conocimiento (Martín de Holán, 2000; Muthusamy & White, 2005) y proporciona un mayor apalancamiento para enfrentar los crecientes desafíos del entorno. (Rojas L., 2014)

Es de suma utilidad la generación de alianzas estratégicas, el tener alianzas con empresas extranjeras o locales no sólo permitirá aprender la manera de realizar los negocios, sino que abrirán la puerta a nuevas oportunidades para diversificar productos y servicios, ahorrar costes o mejorar la eficiencia.

Exportaciones directas

El mercadeo internacional definido por (Cruz, 2002) como un amplio campo de estudio que combina la ciencia y el arte de los negocios con otras disciplinas como son la Economía, la Antropología, Estudios Culturales, Geografía, Historia, Lengua, Jurisprudencia, Estadística, Demografía, etc. Hoy en día el mercadeo internacional es la mejor y más utilizada herramienta para gestionar procesos complejos en una economía global, aprovechando las oportunidades de alto beneficio que posee la empresa a nivel mundial, explotando la experiencia y los productos

que esta tiene para así adaptarlos a las necesidades que se necesitan en otros países.

(LEGISCOMEX, 2020)

La exportación, es la salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país (Ministerio de Hacienda y Credito Publico, 2019) En un mundo globalizado es la herramienta o el proceso más necesario tanto para las compañías como para los países, los socios de la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE tomaron una sabia decisión a la hora de querer internacionalizar sus productos. Con mucho celo y dedicación recorreremos ese camino de hacer posible la exportación de gulupa, sin dejar de lado varios aspectos que iremos desarrollando en los siguientes capítulos.

Desarrollo a partir del agro

“El agro es protagonista de las exportaciones del país. Colombia, como ya lo ha dicho la FAO, está llamado a ser la despensa alimentaria del mundo. Tenemos oportunidades con productos como el aguacate hass o el cacao, que son representativos en esta etapa de postconflicto y que su internacionalización favorece las economías regionales y a los pequeños y medianos empresarios”, dijo Felipe Jaramillo, presidente de ProColombia. (PROCOLOMBIA, 2017)

El agro en Colombia es un tema polemico debido a los problemas de inseguridad y judiciales en los territorios, pero cabe aclarar que una emresa con buenos cimientos y bien asesorada genera rentabilidades que el mismo suelo le brinda, para el caso de la gulupa un fruto colombiano, tiene una ventaja que es vendido como producto exotico, razon por la que en el

exterior es muy apetecido, esta es ya una ventaja competitiva y algo en lo que los socios deben trabajar sin descanso para que el mundo haga del agro colombiano una necesidad y productos como la gulupa entren en esa nueva tendencia de productos agrícolas exóticos producidos en Colombia bajo excelentes estándares de calidad.

3.1.3 Marco conceptual

A lo largo de este trabajo sobre el estudio de factibilidad para la exportación de gulupa desde Colombia realizado por la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE, se utilizaron varios conceptos básicos claves que se definirán a continuación:

Exportación. Es la salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país. (Ministerio de Hacienda y Credito Publico, 2019)

Incoterms. Las reglas Incoterms® son un conjunto de estándares reconocidos a nivel mundial, utilizados en todo el mundo en contratos nacionales e internacionales para la entrega de bienes. Establecen un conjunto de términos y reglas que determinan los derechos y las obligaciones tanto del vendedor como del comprador. (INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE, 2020)

Estudio de mercado. Consiste en probar que existe un numero suficiente de individuos, empresas u otras entidades economicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o

servicios en un cierto período. (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, 2001)

Mercadeo internacional. hoy en día es la mejor y más utilizada herramienta para gestionar procesos complejos en una economía global, aprovechando las oportunidades de alto beneficio que posee la empresa a nivel mundial, explotando la experiencia y los productos que esta tiene para así adaptarlos a las necesidades que se necesitan en otros países. (LEGISCOMEX, 2020)

Sector agropecuario. El sector agropecuario colombiano está compuesto por las actividades de producción primaria en los ámbitos agrícola, pecuario, forestal, pesquero y acuícola. Deriva sus características relacionadas con el uso de la tierra para brindar productos provenientes de sistemas productivos con cultivos permanentes o perennes, transitorios o de ciclo corto, integrando economías a diferentes escalas, y unidades productivas dirigidas a la producción agrícola para consumo directo por parte de personas o animales, o a la agroindustria para la obtención de productos con valor agregado alimentarios y no alimentarios. (MINEDUCACION, 2017)

Canal de distribución. Esta constituido por la trayectoria que ha de seguir un bien o servicio desde su punto de origen o producción hasta su consumo, y, además, por el conjunto de personas y/o entidades que permiten la realización de las tareas correspondientes a lo largo de dicha trayectoria. (Miquel, 2006)

Ventas directas. La Venta Directa es la comercialización de bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores, generalmente en sus hogares, en el domicilio de otros

o en su lugar de trabajo, siempre por fuera de locales comerciales establecidos. (Asociación Colombiana de Venta Directa, 2017)

Estudio de factibilidad. Se concentra en definir su competencia, lo mismo que la posible clientela en la ubicación elegida, implica investigar la viabilidad de su negocio en cuanto a competencia y demanda. Sirve para ver la relación entre su negocio y el mercado existente. (Cooper, Floody, & McNeill, 2002)

Gulupa. Es una planta perenne, semileñosa, de tipo enredadera y de gran vigor vegetativo. Posee una baya redonda u ovalada, su diámetro es de 4 a 8 cm y pesa entre 50 a 60 g. Cascara color verde y al finalizar la maduración se vuelve púrpura. La pulpa es de color amarillo y contiene las semillas. El periodo de desarrollo del fruto tarda de 70 a 80 días. (NUCLEO AMBIENTAL SAS, 2015)

Investigación de Mercados Es una forma de indagar y responder las preguntas sobre el comportamiento humano. Es la aplicación del método científico en la búsqueda de la verdad acerca de los fenómenos de comercialización. Aplicaciones de investigación incluyen la definición de las oportunidades y problemas de comercialización, generar y evaluar ideas de marketing, monitorear el desempeño, y en general la comprensión del proceso de comercialización. (Alonso Dos Santos, 2018)

3.1.4 Marco Legal

Tabla 3 Marco Legal

MARCO LEGAL					
JERARQUIA Y NUMERO	FECHA	TITULO O TEMA	EMISOR	ARTICULO	CIT
Decreto 1165	2019	Por el cual se dictan disposiciones relativas al régimen de aduanas en desarrollo de la Ley 1609 de 2013.	Ministerio de hacienda y crédito público	Todo	(Ministerio de Hacienda y Crédito Público,
Decreto 390	7/03/2016	Regulación Aduanera en Colombia.	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales	Todo	(DIAN,
Ley 101	1993	Ley General de Desarrollo Agropecuario y Pesquero.	Congreso de la republica de Colombia	Todo	(Congreso de la República de Colombia,
Decreto 2460	2013	Constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la U.A.E. Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN.	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales	Todo	(DIAN,
Decreto 624	30/03/1989	Estatuto tributario de Colombia.	Congreso de la republica de Colombia	Todo	(Congreso de la República de Colombia,

Fuente: (propia)

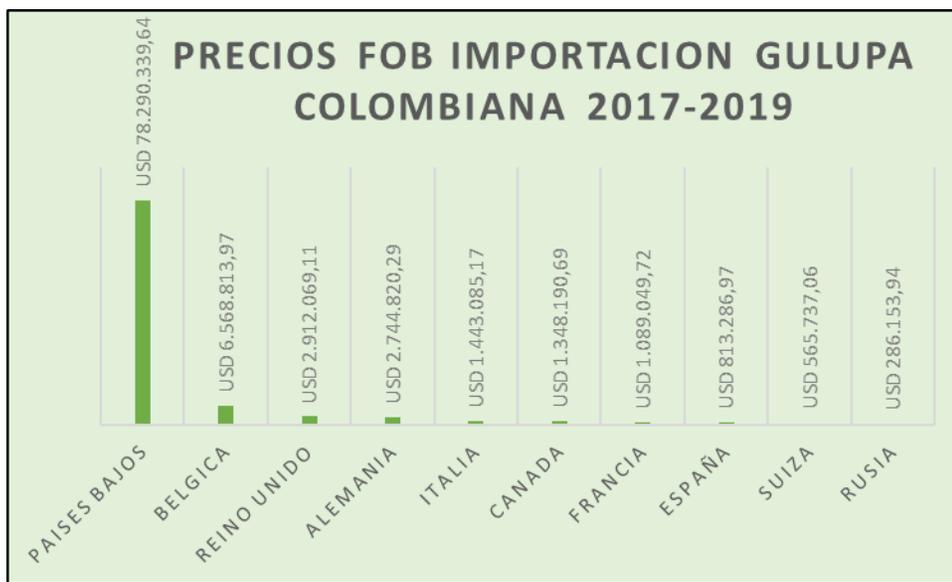
3.2 Desarrollo y logro de objetivos

3.2.1 Identificar los principales destinos de exportación de gulupa de origen colombiano, con el fin de reconocer los potenciales países consumidores del producto.

Para dar el correcto desarrollo de este objetivo se tomó como base la plataforma Legiscomex, de la cual se extrajeron todos los datos de las exportaciones de gulupa realizadas de

Colombia hacia el exterior a partir del año 2017 hasta el año 2019 nos arroja como resultado: 29 países que han adquirido gulupa colombiana, cabe destacar que la cantidad de países que anualmente importan gulupa desde Colombia en los últimos 3 años está entre 22 y 25 países. Para lograr una plena identificación de los países se realizó una recopilación y luego filtración de datos, privilegiando la información sobre las tres naciones que más importaciones de gulupa realizaron desde Colombia. Ese resultado corresponde en su orden a: Países Bajos, Bélgica, y Reino Unido. Hacia allá dirigiremos nuestros esfuerzos para la exportación del producto, dando preferencia a Países Bajos, el mayor importador de gulupa colombiana con un porcentaje doce veces mayor que Bélgica el segundo país importador en precio FOB en la lista. En el siguiente gráfico se tomaron de base los 10 países que actualmente importan mayor cantidad del producto en precios FOB evidenciando los valores de importaciones por país, datos numéricos que soportan con estadísticas el mejor destino para los procesos de exportación de la compañía.

Grafico 1 Precios importación de gulupa



Fuente: (Elaboración propia, datos tomados de Legixcomex)

3.2.2 Establecer los procesos, documentos y procedimientos para la exportación de gulupa basados en la reglamentación aduanera colombiana.

Para alcanzar este objetivo lo más importante es conocer muy bien el proceso de exportación de bienes colombianos, el cual se detalla a continuación.

Se debe localizar la subpartida arancelaria del producto.

Registrarse como usuario exportador en el Registro Único Tributario RUT.

Realizar un estudio de mercado para la localización de la demanda potencial.

Hacer el procedimiento de vistos buenos ante las entidades que cada producto requieran sea ICA, INVIMA, MINCIT, etc.

Tener claridad en los procesos aduaneros con su normativa y los documentos que se necesitan para a correcta salida del producto del país.

Definir los medios de pago por los cuales se va a recibir el dinero proveniente del exterior que brinden seguridad del pago de la mercancía.

Por ultimo cabe aclarar que toda exportación genera la obligación de reintegrar las divisas a través de intermediarios bancarios, para lo cual se debe reclamar y diligenciar ante dicha entidad el formulario Declaración de Cambio. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020)

A demás de tener claridad en el procedimiento utilizado para exportar, se hace referencia a los documentos y permisos que se deben tener para la exportación de gulupa. A continuación, se hace mención de cada uno de los requisitos.

Factura comercial. Documento legal emitido por el vendedor durante la transacción, funciona como prueba de venta del bien o servicio.

Lista de Empaque (si se requiere). Documento realizado para facilitar el reconocimiento selectivo de mercancías.

Documento de transporte. Documento necesario para realizar cualquier operación de comercio internacional con el fin de cumplir con los requerimientos demandados por las autoridades aduaneras.

Registro sanitario. Certificado mediante el cual productos que afecten la salud de las personas, son autorizados para el ingreso o salida del país.

Vistos buenos. Son trámites previos a la salida o ingreso del producto al país, en los cuales se deben cumplir los requisitos establecidos por la normatividad vigente.

Otros documentos exigidos para el producto exportado. los cuales se citarán a continuación.

Para dar claridad acerca de los registros sanitarios o vistos buenos y demás documentos exigidos, a continuación, se detalla cada uno de ellos. En vista que la gulupa es un producto agrícola regido por reglamentaciones específicas, se debe cumplir con rigurosidad la normatividad colombiana.

Certificado de Inspección Sanitaria (CIS) para exportación El Invima, a solicitud de los interesados en exportar alimentos, materias primas o ingredientes secundarios para alimentos destinados al consumo humano, expedirá el Certificado de Inspección Sanitaria (CIS) para exportación y realizará la respectiva inspección física de dichos productos, toma de muestras o análisis de laboratorio, según sea el caso, cuando lo exija el país de destino. (MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL, 2018)

Certificado fito o zoosanitario de exportación y/o certificado de inspección sanitaria, CIS. Para efectos de la exportación de plantas, productos vegetales, artículos reglamentados,

animales y sus productos, el ICA expedirá a solicitud del interesado una vez se hayan cumplido todos y cada uno de los requisitos sanitarios exigidos por el país de destino un Certificado fito o zoosanitario de exportación. En el caso que el país de destino no exija certificado fito o zoosanitario para exportación la expedición del certificado de inspección sanitaria, CIS, o el certificado fitosanitario de exportación, CFE, solo se realizará a solicitud del interesado.

(INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO, 2010)

Cuota de fomento de las hortifrutícola. La cuota de fomento hortifrutícola será del 1% del valor de venta de frutas y hortalizas. El porcentaje al que hace referencia el artículo 3° de la Ley 118 de 1994, se calculará sobre el precio de venta por kilogramo del producto hortifrutícola. (MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL, 2015)

Inspección de productos hortofrutícolas, frutas y vegetales frescos. Se señala el procedimiento del proceso de inspección y certificación en importación y exportación de los productos hortofrutícolas, específicamente las frutas y hortalizas sin proceso de transformación que sean dirigidas exclusivamente para el sector gastronómico, o a granel, destinados al consumo humano. Para el caso de las frutas y hortalizas que sean utilizadas como materias primas para la industria de alimentos y para los productos terminados que tengan registro, permiso o notificación sanitaria, el Invima ejercerá la inspección en primera barrera y realizará la expedición de certificados de inspección sanitaria (CIS), sin perjuicio de las actividades de control posterior que puedan realizarse en el marco de la vigilancia sanitaria, una vez se encuentren nacionalizados. (INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO, INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS, 2019)

Plan fitosanitario para moscas de la fruta. Todas las personas naturales o jurídicas titulares de los registros de predios productores de vegetales para la exportación en fresco

registrados ante el ICA, que sean hospedantes de moscas de la fruta y otras especies del orden Díptera de importancia fitosanitaria, deben cumplir con el plan fitosanitario para moscas de la fruta. (INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO, 2019)

Registro de predios de producción, de exportadores y de plantas empacadoras, de vegetales para exportación en fresco. Toda persona natural o jurídica que se dedique a la producción de vegetales para la exportación en fresco, deberá registrar el predio ante la Gerencia Seccional del ICA de la jurisdicción donde se encuentre ubicado este. Además, toda persona natural o jurídica interesada en exportar vegetales frescos, deberá registrarse ante el ICA.

Y toda persona natural o jurídica que preste servicios a terceros de selección y/o empaque de vegetales para la exportación en fresco, deberá registrar la planta empacadora ante el ICA.

Los predios y exportadores con registro vigente conforme a las resoluciones ICA 1806 de 2004 y 2964 de 2008, tendrán plazo hasta el 21 de enero de 2020 para ajustarse a los requisitos establecidos en la Resolución 448 de 2016. (INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO, 2016).

Luego de conocer toda la reglamentación ya tenemos claros los documentos y las actividades que la compañía debe llevar a cabo para realizar correctamente el proceso de exportación del producto.

3.2.3 Realizar un análisis sobre la factibilidad de la exportación de gulupa de origen colombiano de la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE.

El enfoque de la presente investigación, selecciono a Países Bajos, Bélgica y Reino Unido, como el mejor destino de exportación. La investigación previa demostró que son estos los países que más interés muestran en la importación de gulupa proveniente de Colombia. Como ya se mencionó en capítulo anterior, Países Bajos es el estado con más importaciones de gulupa

colombiana en el mundo con un porcentaje que acapara el 81% de las importaciones de gulupa, contando 29 países que importan el producto desde Colombia, también hay que decir que las exportaciones de gulupa colombiana hacia Países Bajos aumenta año por año, comportamiento que se puede corroborar en el gráfico 3. En Paralelo a la demanda por parte de estos tres países europeos, también crece la oferta en Colombia convirtiendo la gulupa en una excelente oportunidad de negocio que tendremos que aprovechar para incursionar en ese mercado.

Por su parte Bélgica es el segundo país que mayor cantidad de gulupa colombiana importa y por ende se debe tener presente a la hora de elegir destinos para la exportación de gulupa. El clima en Bélgica no es favorable para la cosecha de dichos frutos, por esta razón los belgas importan gran cantidad de frutos para suplir las necesidades que su propia geografía no produce. Las importaciones de gulupa colombiana por Bélgica en el año 2017 comparadas con las del 2019 tuvieron un incremento del 179,18% esto quiere decir que es un mercado en ascenso y es un punto vital para la elección de la viabilidad en la exportación hacia este destino.

El Reino Unido es el tercero en la lista de los países que importan mayor cantidad gulupa colombiana, según datos de Procolombia hay una tendencia en las importaciones de frutas exóticas y se concentran principalmente en el norte de Europa donde hay un importante número de consumidores, por ende, Reino Unido es un gran punto de referencia si se quiere dar una sugerencia de potenciales mercados en el exterior. Este país no solo es atractivo por sus tendencias en consumo sino también en estadísticas, ya que, es el país que en porcentaje tuvo un mayor incremento de importaciones con respecto al año inmediatamente anterior partiendo como presente 2019.

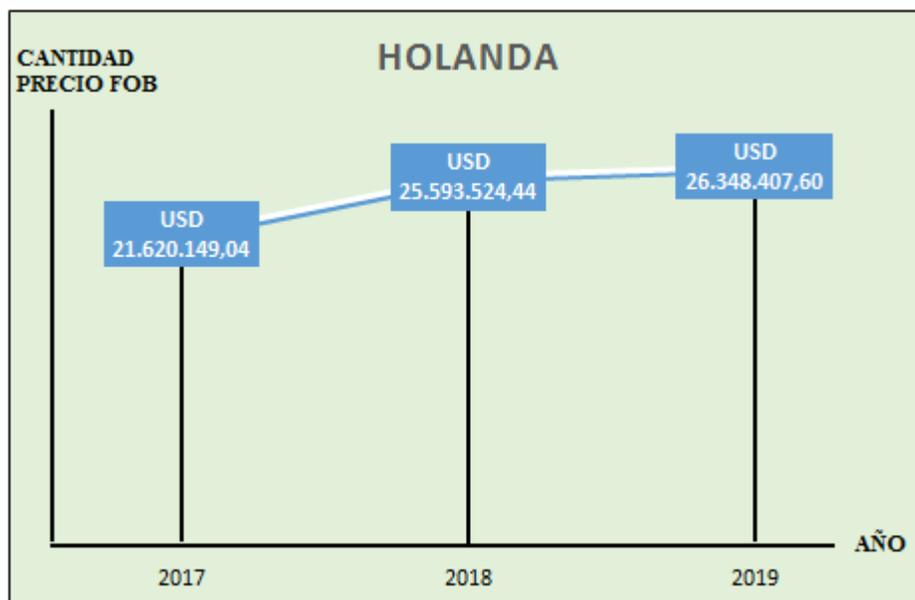
Grafico 2 Porcentaje de Importación



Fuente: (Elaboración propia, datos tomados de Legiscomex)

Países Bajos junto con Belgica y Reino Unido acaparan la mayoría de las importaciones de gulupa colombiana por ende el enfoque para la viabilidad en la exportacion debe ser a estas tres naciones.

Grafico 3 Importación Países Bajos



Fuente: (Elaboración propia, datos tomados de Legiscomex)

Las importaciones de gulupa en Países Bajos han estado en un constante crecimiento y es un tema relevante para tener presente a la hora de buscar el país más factible para la exportación de productos agrícolas Colombianos.

3.2.4 Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de gulupa cultivada por la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE.

En la realización de un correcto estudio para la factibilidad de la exportación de gulupa colombiana al exterior debemos analizar temas vitales en materia económica, social, política etc. Analizar pros y contras de cada país seleccionado, en nuestro caso fueron: Países Bajos, Bélgica y Reino Unido.

Países Bajos por su ubicación e infraestructura, es uno de los países con mayores facilidades de transporte. Durante el primer semestre de 2017, se exportaron a Países Bajos 6,4 millones de toneladas, que correspondieron a US\$ 610,2 millones en valor FOB. (PROCOLOMBIA, 2020). Países Bajos posee una población de 17.399.821 habitantes y cuenta con una superficie de 41.500 Km². El Ingreso nacional bruto per cápita en dólares americanos es de 53.200 (Banco Mundial, 2019), lo que hace de Países Bajos la quinta economía más próspera de la Unión Europea; Los Países Bajos son un país de gran tradición comercial y distribuidora y por tal razón la reexportación de bienes supone alrededor del 44% de sus ventas al exterior. (Ministerio de asuntos exteriores, Unión Europea y cooperación, 2020). La vida de los holandeses es muy agitada y por ello las tendencias de consumo se han modificado y han comenzado a innovar en aspectos como el alimentario, ahorrando tiempo, aumentando el

consumo de productos frescos y listos para el consumo inmediato además de ser altos en contenidos nutricionales y saludables. (LEGISCOMEX, 2020)

Teniendo presente los datos económicos, sociales y geográficos de Países Bajos se puede confirmar que es un país con una economía estable y desarrollada, a la que resulta atractivo incursionar con productos agrícolas, en este caso con la gulupa colombiana. Más aun cuando conocemos su potencial en importaciones de este tipo de productos, que cada día los habitantes de Países Bajos se preocupan más en consumir por salud y bienestar. Partiendo del ingreso per cápita de los habitantes de Países Bajos, se puede deducir que tienen el poder adquisitivo para sumar la gulupa a su canasta familiar, como alimento básico o aun como aperitivo. En muchos lugares del continente europeo la gulupa sigue perteneciendo a los frutos exóticos lo que pone a dicha fruta en un lugar preferente de los consumidores que habitan éste país europeo. Países Bajos hace exportaciones agrícolas a todo el continente europeo y según Santander Trade Markerts la mitad de las ventas son reexportaciones ya que el país tiene un rol de núcleo comercial europeo, es decir que la comercialización con ese país, podría multiplicarse rápidamente ya que no solo lo utilizarían en consumo interno sino también en grandes negocios de comercialización.

Bélgica es un país localizado al noroccidente del continente europeo, limitando al Norte con los Países Bajos y el Mar del Norte, al sur con Francia y al Este con Alemania y Luxemburgo. La superficie total de su territorio es de 30.528 km². (PROCOLOMBIA, 2020). Bélgica posee una población total de 11.484.055 el ingreso nacional bruto per cápita en dólares americanos es de 47.350 (Banco Mundial,2019). Bélgica siempre ha sido un mercado próspero en negocios con países de todo el mundo, las exportaciones belgas representan más del 80% del PIB nacional. Tradicionalmente, Bélgica exporta más bienes de los que importa, por lo que en el

comercio general del país el saldo suele mostrar un superávit, las balanzas comerciales con Asia y América, por su parte, son claramente negativas. (Belgian Foreign Trade Agency, 2019).

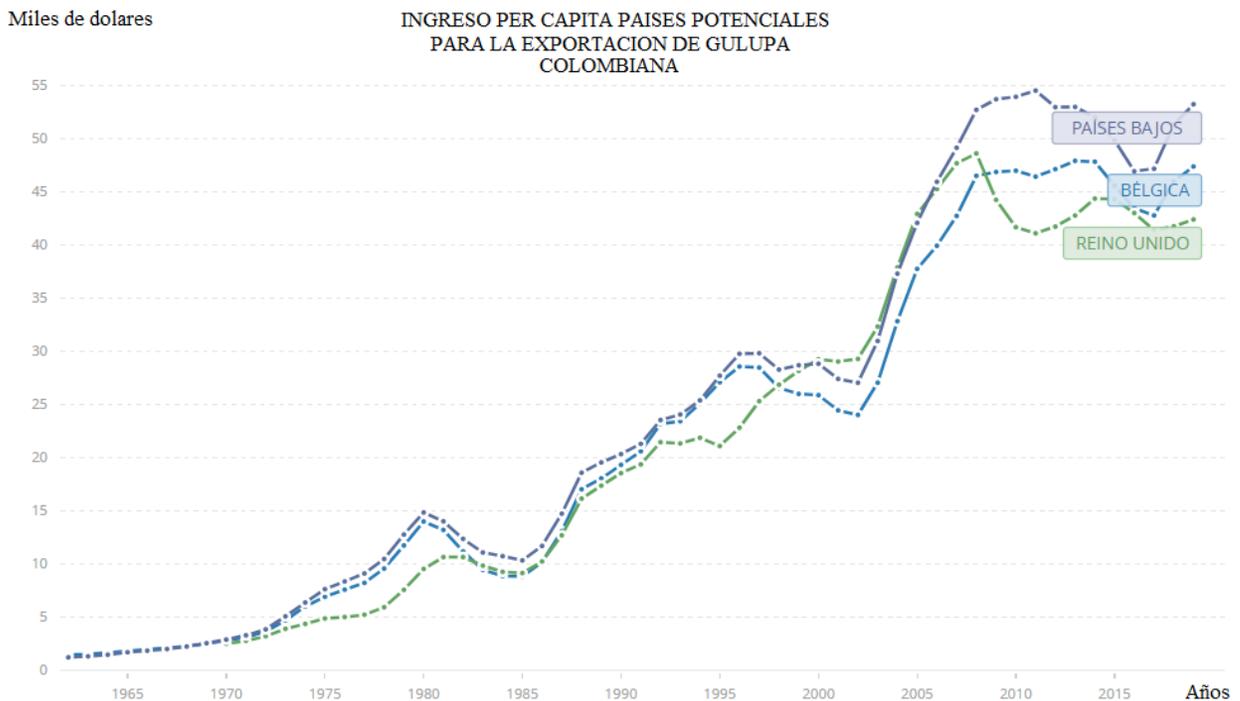
Como podemos observar la economía belga al igual que la de países bajos tienen aspectos muy positivos a la hora de exportar la gulupa hacia estos países, debido a su buen ingreso por persona y estabilidad económica. En torno al sector de comercio exterior observamos como la balanza comercial de Bélgica con respecto al continente americano está en déficit diferente a lo que pasa con el continente europeo, esto podría generar a Bélgica desequilibrios macroeconómicos bien sea en la deuda pública, tipo de cambio, divisa, etc. Para Bélgica entonces sería muy importante comprar los productos desde su propio continente debido a que sus exportaciones hacia los países miembros de la Unión Europea son mayores y tendrían la posibilidad que la balanza comercial esté equilibrada.

Según Santander Tarde Markets Reino Unido tiene una población total de 66.834.405 habitantes con un área de 243.610 km², la economía británica es la sexta mayor del mundo, se ha visto frenada desde el referendo por el Brexit en 2016 e incluso se contrajo en el segundo trimestre de 2019. El Ingreso nacional bruto per cápita en dólares americanos es de 42.370 (Banco Mundial, 2019). El sector agrícola representa 0,6% del PIB, pero es muy productivo, ya que Reino Unido logra producir lo suficiente para abastecer el 60% de su demanda alimentaria.

La incertidumbre causada por el Brexit ha aumentado las presiones sobre la actividad económica, gracias a esto habrá posibles cambios administrativos y legislativos lo que no es favorable para el Reino Unido y mucho menos para los países que pretendan dirigir sus exportaciones hacia ese destino debido al aumento de los costos de importaciones.

El Reino Unido es un mercado potencial para realizar exportaciones por encima de Países Bajos y Bélgica en terminos de cantidad de habitantes y por ende consumidores. En terminos economicos de los tres paises potenciales para la exportacion de gulupa es el que mejor posicionado esta a nivel mundial, pero los ingresos per capita son inferiores es decir la desigualdad en ingresos de los habitantes es mucho mas elevada que en Países Bajos y Bélgica esto sin contar la incertidumbre en la estabilidad economica derivada del Brexit. Tambien se debe tener en cuenta que de los tres paises, el Reino Unido es el que posee mas territorio adecuado para la siembra y comercialización de productos agricolas y genera la mayoría del abastecimiento nacional. Todos estos factores afectan la factibilidad de la exportacion de gulupa colombiana hacia este país.

Ilustración 2 Comparación Ingreso Per Capita



1962 - 2019



Fuente: (BANCO MUNDIAL, 2019)

En este grafico observamos el comportamiento que ha tenido el ingreso por persona en los tres paises potencia para exportar gulupa desde Colombia. Es facil analizar como Países Bajos es el país que mejor ubicado se encuentra en esta área.

Luego de haber realizado un estudio y descripción detallada de cada país potencial para exportar el producto cosechado por la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE, se toma la decisión que Reino Unido con las condiciones politicas es decir la posible salida de la Union Europea y económicas con la desigualdad en los ingresos, no es un pais factible para exportar el producto. Reino Unido es el país potencial para la exportación que genera mayor cantidad de productos agricolas para si mismo pero hay un tema aún más relevante para deducir que la viabilidad hacia este destino no es la que requerimos, son los costos de importación que en el Reino Unido han incrementado debido a la encrucijada política en la que gravita después del Brexit, esta circunstancia tendría una influencia muy importante en el aumento del precio al consumidor final, lo que podría crear una balanza desfavorable en la relacion precio/servicio.

Revisando los aspectos para la factibilidad de exportaciones a Bélgica, decimos que es un país económicamente prospero y equilibrado, lo cual genera confianza a la hora de pretender ingresar un producto como la gulupa proveniente de Colombia, el tema de Belgica con una población relativamente baja podría significar menos consumidores, por lo tanto menos exportaciones, tambien tenemos el ambito de la balanza negativa con los países americanos, esto nos hace pensar que para un futuro las negociaciones con este país no sean tan estables y allí encontramos un motivo de inconveniencia en exportaciones hacia dicho destino.

Países Bajos por su parte es el país con mayor ingreso per capita, y su economía cada día va en crecimiento. Debido a su ubicación geográfica e infraestructura bien desarrollada con el importante puerto de Rotterdam, es la principal puerta de entrada para el interior de Europa, desde allí se producen la mayor cantidad de reexportaciones hacia todos los países de la Unión Europea, entre ellos muchos productos agrícolas. En total, 11 millones de toneladas de frutas y hortalizas frescas salen del país, alrededor del 40% se produce en los Países Bajos y el 60% es producto extranjero. (Fruit & Vegetable Facts, 2019) Quiere decir entonces que Países Bajos es el destino más factible para exportar gulupa colombiana por que no solo es utilizada para el consumo local, sino que además entraría en las listas de productos reexportables y sería de interés como negocio, quiere decir que hay una gran posibilidad que las importaciones para este país incrementen año tras año. . Las exportaciones de Países Bajos hacia Alemania, Reino Unido y Bélgica cada día son mayores y como mencionábamos anteriormente resultaría más viable para éstos importar gulupa colombiana desde uno de los países miembros de la Unión Europea toda vez que en esa zona estaríamos hablando en la práctica de un mercado local, así pues, Países Bajos podría convertirse en el mayor intermediario de gulupa colombiana, utilizando la ventaja que le brinda el ser dueño de uno de los puertos más importantes del mundo. Definitivamente el país escogido para exportar gulupa colombiana se llama Países Bajos.

4. CONCLUSIONES.

Como primera conclusión, se puede deducir que en definitiva existe un mercado potencial y preferente para la exportación de gulupa colombiana y es: Países Bajos, debido a los privilegios arancelarios que tiene Colombia con la Unión Europea y además es un mercado seguro y próspero no solo para la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE,

sino también para Colombia. Por supuesto confiamos en que el gobierno colombiano brindará más apoyo al agro colombiano incentivando y protegiendo las exportaciones que van en un constante aumento. Colombia posee ventajas que seguramente, en el futuro deberán ser mejor aprovechadas: la más importante es el clima y su geografía que permiten producir gulupa, durante todos los meses del año. En un segundo plano y no por ello menos importante es que cualquier producto nacido del agro colombiano, permite mantener unos costos de producción y mantenimiento muy competitivos, conservando los mejores estándares internacionales de calidad.

En las preferencias de consumo de los países potenciales para la exportación de gulupa se observó que existe en su cultura, una tendencia a consumir alimentos naturales, que además de poseer un valor nutricional importante, también aportan a la salud de quien los consume. Dichos beneficios permitirán que el flujo de las exportaciones, sea constante. Las frutas exóticas se han comercializado alrededor del mundo desde tiempos inmemoriales, creando a su alrededor un alcance casi mitológico con rótulos que van desde lo afrodisíaco hasta lo terapéutico y medicinal, la gulupa no es la excepción y en esa categoría es conocida como la fruta de la pasión. Todos esos valores agregados hacen de la gulupa un producto que permite además de su buen sabor y excelente calidad, crear toda una historia de propiedades inesperadas. Los productores de gulupa colombiana deben cumplir a cabalidad con las exigencias para las certificaciones internacionales y así lograr expandir el mercado objetivo.

La globalización cada vez juega un papel más importante en los mercados internacionales y Colombia y las compañías nacionales deben aprovechar la demanda creciente por parte de esos mercados a los que nos hemos venido refiriendo. La gulupa es un producto que, por su sola

presencia, permite crear a su alrededor estrategias únicas e innovadoras para su comercialización. Cada vez los mercados extranjeros están solicitando más productos agrícolas colombianos, puesto que esta es la época donde las tendencias son de auto cuidado y sana alimentación. Trabajaremos para mejorar todos los procesos tanto de producción como de comercialización y así lograr un punto de competitividad en el cual podamos llevar los productos nacionales a cualquier lugar del mundo y generar rentabilidad para las compañías y el país. Es importante resaltar como el agro colombiano está subvalorado por el gobierno y por los mismos colombianos, que, privilegiados con los mejores productos, consumimos excedentes y desperdicios, menoscabando la calidad de los mismos.

5. RECOMENDACIONES.

En la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE las ventas son al por mayor comercializadas con una empresa multinacional la cual hace los procesos de internacionalización del producto, después de haber realizado este estudio, la idea de la exportación directa adquiere factibilidad teórica y numérica, conforme la compañía adquiera mayor musculo financiero y mayor cantidad de producto pensar en realizar la exportación suena bien para la compañía, inclusive antes de empezar a pensar en la exportación directa se pueden iniciar contactos con posibles clientes en Países Bajos y una vez se haga un primer acercamiento, enfocar todas las energías y conocimientos en ese destino. Esto brindaría a la empresa autonomía y mayores ingresos.

La capacidad de producción de la compañía INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE aún debe crecer y fortalecerse, para alcanzar muy pronto esta meta de exportar por cuenta propia hacia el destino objetivo. Trabajar además en conseguir la mejor alianza

estratégica, para influir determinadamente en alcanzar el músculo financiero del que hemos hablado con anterioridad y que es un elemento fundamental para el posicionamiento de la compañía.

Hay dos temas transversales, tan ligados a los procesos agropecuarios, que inevitablemente habrá que trabajar con ahínco: en primer lugar, los frutos que no cumplen con los estándares de exportación, esto es por su tamaño, su coloración, su forma o su sabor, antes de ser comercializados como segunda, tercera etc. Y que alcanzan precios supremamente bajos en el mercado, deberían ser Procesados en pulpa u otros subproductos que equilibren los precios por lo alto y no por lo bajo como ocurre cuando se venden para consumir como fruta de menor categoría a nivel nacional. En segundo lugar, instaurar una política de calidad de semillas, para que el porcentaje de frutos, no conformes vaya disminuyendo poco a poco hasta llevarlo casi a cero, para ello se sugerirá el acompañamiento de un experto en genética vegetal, enfocado en el mejoramiento de semillas y luego en los procesos de siembra, mantenimiento y cosecha de la gulupa, aspirando a alcanzar la mejor calidad de toda la gulupa, producida en Colombia.

Es de vital importancia, definir cuanto antes una política de colocación de producto: si se va a comercializar un porcentaje de producto en el mercado interno colombiano o en su defecto, apuntar a que el total de producción incluida la pulpa y otros subproductos que inevitablemente van a surgir a través del ejercicio continuado de industrialización, vaya dirigido al mercado internacional, por obvias razones, especialmente en el tema económico ya que las utilidades de la operación aumentarían de manera significativa y por ende la capitalización de la compañía se vería privilegiada de forma ágil, generando los recursos para su rápido crecimiento invirtiendo en tecnología de punta y creando nuevos desarrollos.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alonso Dos Santos, M. (2018). *Investigación de Mercados*. Díaz de Santos.

ANALDEX. (2019). Obtenido de https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2019/07/DECRETO-1165-DEL-2-DE-JULIO-DE-2019_compressed-1-comprimido.pdf

Asociación Colombiana de Venta Directa. (2017). *ACOVEDI*. Obtenido de <https://acovedi.org.co/venta-directa/>

BANCO MUNDIAL. (2019). *BANCO MUNDIAL*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org>

Belgian Foreign Trade Agency. (2019). *BFTA*. Obtenido de https://www.abh-ace.be/sites/default/files/News/Front_page_news/belgian_trade2019_v3.pdf

Cooper, B., Floody, B., & McNeill, G. (2002). *Google Books*. Obtenido de https://books.google.com.co/books?id=EAB1IkM2gDIC&pg=PA30&dq=que+es+un+estudio+de+factibilidad&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj6m_b7q4rtAhWNI-AKHabACFEQ6AEwAXoECAyQA#v=onepage&q=que%20es%20un%20estudio%20de%20factibilidad&f=false

Cruz, R. G. (2002). *Marketing internacional*. ESIC.

Echarri, A., Pendas, A., & Sanz-Pastor, A. (2002). *JOINT VENTURE*. FC.

FINAGRO., F. p. (16 de 11 de 2017). *finagro.com.co*. Obtenido de [finagro.com.co: https://www.finagro.com.co/noticias/el-momento-del-agro](https://www.finagro.com.co/noticias/el-momento-del-agro)

Fruit & Vegetable Facts. (1 de 12 de 2019). *Fruit & Vegetable Facts*. Obtenido de <http://www.fruitandvegetablefacts.com/analyses/nederland-60-handelsstroom-groentenfruit-komt-uit-buitenland>

INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO. (7 de 5 de 2010). *RESOLUCIÓN NÚMERO 1558 DE 2010*. Obtenido de https://arancel-legis-com-co.iue.basesdedatosezproxy.com/Normas/ResultadoBusqueda?id=6332&id_Norma=4180&marcador=&target=_blank

INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO. (20 de 1 de 2016). *RESOLUCIÓN NÚMERO 448 DE 2016*. Obtenido de https://arancel-legis-com-co.iue.basesdedatosezproxy.com/Normas/ResultadoBusqueda?id=13430&id_Norma=13872&marcador=

INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO. (21 de 6 de 2019). *RESOLUCION NUMERO 8461 DE 2019*. Obtenido de https://arancel-legis-com-co.iue.basesdedatosezproxy.com/Normas/ResultadoBusqueda?id=16792&id_Norma=16149&marcador=&target=_blank

INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO, INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTOS Y ALIMENTOS. (2019). *CIRCULAR CONJUNTA NÚMERO 1 DE 2019*. Obtenido de https://arancel-legis-com-co.iue.basesdedatosezproxy.com/Normas/ResultadoBusqueda?id=16981&id_Norma=16355&marcador=&target=_blank

Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2001). *ILPES. SIGLO XXI*. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=344NPaC94TsC&pg=PA71&dq=estudio+de+mercado&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwieyonGmvbsAhXDzVkKHdjnAv8Q6AEwAXoECAQQA#v=onepage&q=estudio%20de%20mercado&f=false>

INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE. (2020). *ICC*. Obtenido de <https://iccwbo.org/resources-for-business/incoterms-rules/>

INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE. (01 de 02 de 2020). Estatutos constitucionales. *Estatutos constitucionales*. Envigado, Colombia.

INVERSIONES AGRICOLAS DEL SUROESTE. (1 de 2 de 2020). Estudio organizacional. *Estudio organizacional*. Envigado, Colombia.

LEGISCOMEX. (2020). Obtenido de <https://www-legiscomex-com.iue.basesdedatosezproxy.com/informacion-universidades-abc-del-comercio-internacional/mercadeo-internacional>

LEGISCOMEX. (2020). Obtenido de <https://www-legiscomex-com.iue.basesdedatosezproxy.com/Documentos/abccomercio-ventaja-absoluta>

LEGISCOMEX. (2020). Obtenido de <https://www-legiscomex-com.iue.basesdedatosezproxy.com/nosotros>

MINEDUCACION. (2017). *Marco Nacional de Cualificaciones Colombia*. Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-362822_recurso.pdf

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. (2015). *DECRETO ÚNICO REGLAMENTARIO NÚMERO 1071 DE 2015*. Obtenido de https://arancel-legis-com-co.iue.basesdedatosezproxy.com/Normas/ResultadoBusqueda?id=12786&id_Norma=11807&marcador=ARTI_2.10.3.8.1&target=_blank#ARTI_2.10.3.8.1

Ministerio de asuntos exteriores, Union Europea y cooperación. (3 de 2020). *Dirección General de Comunicación, Diplomacia Pública y Redes*. Obtenido de http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/PAISESBAJOS_FICHA%20PAIS.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (18 de 11 de 2020). *MINCIT*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/como-exportar/bienes>

Ministerio de Hacienda y Credito Publico. (2 de 07 de 2019). *DECRETO NÚMERO 1165 DE2019* . Obtenido de https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2019/07/DECRETO-1165-DEL-2-DE-JULIO-DE-2019_compressed-1-comprimido.pdf

MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL. (28 de 12 de 2018). *DECRETO NÚMERO 2478 DE 2018*. Obtenido de https://arancel-legis-com-co.iue.basesdedatosezproxy.com/Normas/ResultadoBusqueda?id=16420&id_Norma=15818&marcador=ARTI_8&target=_blank#ARTI_8

Miquel, S. P. (2006). Distribución comercial. Business & Marketing School.

Morales, D. S. (2014). Configuración y transformación. *Revista Divergencia*, 1.

NUCLEO AMBIENTAL SAS. (2015). *Camara de Comercio de Bogota*. Bogota: Gill Sans.

PROCOLOMBIA. (08 de 09 de 2017). *PROCOLOMBIA*. Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/agro-exporta-la-alianza-para-impulsar-las-exportaciones-de-cinco-subsectores-de-agroalimentos>

PROCOLOMBIA. (2020). *Procolombia.co*. Obtenido de Procolombia.co: <https://procolombia.co/nosotros/que-es-procolombia>

propia, E. (s.f.). Elaboracion propia. *Elaboracion propia*.

Rojas L., M. D. (2014). Alianzas estratégicas. *Universidad & Empresa*, pág. 291.

Miquel, S. P. (2006). Distribución comercial. Business & Marketing School.

Morales, D. S. (2014). Configuración y transformación. *Revista Divergencia*, 1.

Rojas L., M. D. (2014). Alianzas estratégicas. *Universidad & Empresa*, pág. 291.

Dussauge, P., & Garrette, B. (1999). Cooperative strategy: Competing successfully through strategic alliances. Nueva York: John Wiley.

Gulati, R., & Singh, H. (1998). The architecture of cooperation: Managing coordination costs and appropriation concerns in strategic alliances. *Administrative Science Quarterly*, 43(4), 781-814.

Martín de Holán, P. (2000). La dinámica del conocimiento en las alianzas estratégicas internacionales. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, 25, 5-25.

Muthusamy, S. K., & White, M. A. (2005). Learning and knowledge transfer in strategic alliances: A social exchange view. *Organization Studies*, 26(3), 415-441.

Cuevas, H. (2007). *Teorías Económicas del Mercado*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Firma del estudiante:



Firma del asesor _____



Firma del jefe en el Centro de Práctica: _____

