

TRABAJO DE GRADO

**TITULO: PLAN DE EXPORTACIÓN DE PANELA PULVERIZADA DESDE EL
MUNICIPIO DE TOGÜI EN BOYACÁ HACIA ESTADOS UNIDOS**

LAURA NATALIA MATEUS CAÑON

NANCY YANETH GARAVITO HORTÚA

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL
DIRECCIÓN NACIONAL UDCII**

BOGOTÁ D.C.

30 de noviembre de 2020

Tabla de contenido

Estudios preliminares	11
Planteamiento del problema	14
Objetivo general y específico	16
Objetivo General.	16
Objetivos Específicos	16
Alcance	17
Justificación	18
Metodología	20
Estudio de mercado	22
Análisis de los antecedentes	22
Producto.	22
Características del consumidor	25
Análisis de la demanda	26
Análisis de la oferta	28
Análisis de precios	29
Sistemas de Comercialización	31
Proyecciones del mercado	32
Proyección de la demanda	32

Proyección de la Oferta	34
Proyección de la oferta Exportadora.....	35
Proyección de precio.....	37
Sistemas de comercialización a utilizar.....	38
Estudio técnico.....	39
Tamaño.....	39
Localización.....	40
Ingeniería del proyecto.....	41
Calculo de inversiones.....	43
Estudios administrativos.....	47
Impacto empresarial.....	47
Estructura Organizacional.....	48
Planeación Estratégica.....	48
Estrategias en el mercado.....	50
Estudio legal.....	52
Tipo de empresa.....	52
Requisitos Legales:.....	52
Normativa.....	54
Normativa aplicable al cultivo.....	56
Estudios financieros.....	57

Estructura de costos, gastos y precio.....	58
Costos Unitarios.....	58
Proyección del precio en el mercado.....	59
Estado de resultados.....	59
Flujo de caja del proyecto.....	61
Punto de equilibrio.....	63
Evaluación del proyecto.....	64
Conclusiones.....	65
Bibliografía.....	66
Apéndice.....	70

Lista de graficas

Grafica 1 Comportamiento del precio de la panela por Kg en el departamento de Boyacá (Cifras en pesos)	30
Grafica 2 Diagrama de barras de países destino/ peso por kg brutos exportaciones colombianas de panela	36
Grafica 3 Sistema de comercialización a utilizar	38
Grafica 4 Proceso productivo	41
Grafica 5 Organigrama	48
Grafica 6 Punto de equilibrio	63

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Importaciones de Estados Unidos partida 17.01.13	27
Ilustración 3 Trayecto terrestre de Bogotá a Togüi.....	40
Ilustración 4 Mapa de New York.....	40

Lista de tablas

Tabla 1 Metodología de investigación	21
Tabla 2 Proveedores del producto 17.01.13 para Estados Unidos de América en 2019.....	29
Tabla 3 Comparación de precios panela pulverizada.....	31
Tabla 4 Origen de los latinos en Nueva York	33
Tabla 5 Proyección de la demanda.....	34
Tabla 6 Proyección de producción.....	35
Tabla 7 Proyección exportación.....	37
Tabla 8 Proyección precio.....	37
Tabla 9 Inversiones iniciales de ASOPATBOY	44
Tabla 10 Inversiones iniciales comercializadora	44
Tabla 11 Presupuesto capital de trabajo.....	45
Tabla 12 Gastos de administración	45
Tabla 13 Gastos de ventas.....	46
Tabla 14 Matriz DOFA	49
Tabla 15 Presupuesto de las inversiones y fuentes de financiamiento.....	57
Tabla 16 Estructura de costos, gastos y precio	58

Tabla 17 Costos unitarios valor CIF	58
Tabla 18 Estado de resultados	60
Tabla 19 Flujo de fondos.....	61
Tabla 20 Calculo punto de equilibrio.....	63

Introducción

Este trabajo contiene un plan de negocios que describe la factibilidad de llevar a cabo una exportación de panela pulverizada proveniente del municipio de Togüi del departamento de Boyacá hacia Estados Unidos con ayuda de la creación de una empresa que tenga por objeto social comercializar en el exterior. Contiene un análisis del país destino de la exportación, un estudio de producción de panela en la zona y un estudio de mercado del país destino que permite concluir el nicho y describir el proceso de la exportación; También se realiza un plan financiero que permite identificar la viabilidad de la inversión.

Este proyecto tiene el fin de describir información necesaria, que permita a los productores paneleros del municipio de Togüi en el departamento de Boyacá, llevar a cabo una exportación de panela de una manera estratégica, cumpliendo con los parámetros establecidos en el mercado nacional y el mercado estadounidense, siendo este mercado el resultado de una matriz de preselección de países como el destino potencial de la exportación.

La necesidad fundamental se basa en permitir al sector panelero del municipio internacionalizar la producción de panela, bajo estándares de excelente calidad y cantidad, los cuales presentan una producción diaria, de acuerdo con situación climática del sector en relación con los cultivos de la caña de azúcar y los trapiches del municipio.

El plan de internacionalización a desarrollar permite a las asociaciones paneleras y cañicultores de amplia capacidad productiva, crear una cultura enfocada hacia la inserción de procesos de internacionalización, basados en la identificación de la oferta exportable, el análisis e

implementación de los criterios de exportación de su producto y las estrategias de posicionamiento en mercados internacionales.

También permitirá a los productores conocer y entablar una relación consistente con las instituciones dedicadas al comercio exterior colombiano y otras entidades gubernamentales encargadas de la inspección, control y vigilancia de los operadores del comercio exterior.

Este proyecto pretende ayudar a eliminar algunos intermediarios que hacen parte del canal de distribución del sector, generando mayor competitividad y mayor valor al producto a exportar.

Estudios preliminares

En primer lugar la actividad panelera en Colombia es la segunda más importante después del café, hay aproximadamente 350.000 familias dedicadas al sector panelero, se registra una producción en 26 departamentos y alrededor de 511 municipios lo que genera alrededor de 287.000 empleos directos y cerca de 570.000 empleos indirectos ya que son acerca de 230 hectáreas dedicadas al cultivo de la caña de azúcar (Fedepanela, 2016) posicionando a Colombia como el segundo productor de panela a nivel mundial y como el séptimo en la lista de exportadores de este producto.

Según cifras del SIPA (Sistema de información panelera) en 2019 Colombia produjo más de un millón de toneladas de panela, esto se debe a que Colombia tiene un consumo per cápita promedio de 19 kilos (Fedepanela, 2017).

Además el comportamiento de las exportaciones en los últimos años ha crecido considerablemente entre enero y julio se exportaron aproximadamente 3.503 toneladas de panela, en 2019 esta cifra aumento en un 40% ya que el peso exportado para el mismo periodo fue de 4.911 toneladas y es una cifra que todos los años busca multiplicarse (Fedepanela, 2019), creando un mercado actual internacional en el que las empresas y los productores de panela se dinamizan cada vez más y la producción nacional panelera se incrementa favoreciendo nuestra economía.

Históricamente las exportaciones colombianas de panela entre enero y noviembre de 2008 alcanzaron un valor de US\$ 2,6 millones, 12,8% más que en el mismo período de 2007 es decir alrededor de 2.108 toneladas exportadas (PROCOLOMBIA, 2009). En el año 2015 las exportaciones tuvieron un crecimiento de 28,4% respecto a 2014, las cuales sumaron un total de US\$6,56 millones, con 4.201 toneladas exportadas (AGRONEGOCIOS, s.f.) y en 2019 Colombia

exporto 9,084 toneladas de productos denominados en la partida arancelaria como azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido: Azúcar en bruto sin adición de aromatizante ni colorante: De caña (TRADEMAP, 2019). Los principales mercados a los que llega la panela colombiana son Estados Unidos, España, Italia y Francia (ver Figura 4) aunque también tiene destino en Corea del Sur y Argentina. Con respecto a lo anterior se determina el país de Estados Unidos como principal destino de la exportación de panela por medio de una matriz de preselección de países (ver Apéndice A)

Por otro lado en la parte baja de la provincia de Ricaurte del departamento de Boyacá se concentra una gran producción de panela ya que gracias a la condición climática del sector los cultivos de caña son abundantes, municipios como Moniquirá, Chitaraque, San José de Pare, Santana y Togüí, siendo Togüí el tercer mayor productor de estos municipios (Sistema de información panelero, 2019); En cuestión empresarial existen varias asociaciones paneleras pero Boyacá solo cuenta actualmente con una empresa exportadora de panela en esta provincia llamada Doña Panela ubicada en el municipio de Chitaraque, que llega con sus productos a mercados como Corea del sur, Ecuador y Estados Unidos (LEGISCOMEX, 2020) estas cifras evidencian por un lado la necesidad de apoyar a los productores de panela del sector e incrementar la inversión en sus procesos productivos y por otro lado se muestra el aumento de las exportaciones de panela año tras año, lo que sugiere incursionar en el mercado estadounidense y aportar a las metas de la federación nacional de productores de panela en ampliar los mercados y las exportaciones nacionales de este producto natural.

Una de las asociaciones del municipio de Togüí es la asociación de productores agropecuarios de Togüí, Boyacá la cual algunos de sus productores son base de referencia en este proyecto.

ASOPATBOY se constituyó como iniciativa del proyecto SENA seccional Vélez en el año 2004, que tiene el fin de organizar a los productores y cañicultores del municipio especialmente en la producción de panela, en su comercialización. Ha logrado afiliarse a 61 productores paneleros. El objetivo de la Asociación es producir y comercializar panela de excelente calidad cumpliendo con la normatividad exigida por los entes de control y entidades de vigilancia en producción de alimentos (...) (ASOPATBOY, s.f.).

Planteamiento del problema

Desde hace varios siglos en Colombia se fabrica la panela de manera artesanal, la mayoría de productores boyacenses son familias campesinas de pocos recursos que no utilizan tecnologías en la actividad panelera, haciendo de esta una tradición de subsistencia para el sector rural y no una actividad potentemente comercial. En la provincia occidental este sector ha logrado crecer y asociarse convirtiéndose en una localización con mayor producción y comercialización de manera que se han incrementado las empresas y asociaciones (Cámara de Comercio de Tunja, 2019).

En Togüi junto a la marca SOY BOYACÁ y la gobernación de Boyacá los productores de la asociación ASOPATBOY han logrado perfeccionar el producto tanto en calidad como en empaque, lo que hace que este tenga una presentación apropiada para exportación.

Según una entrevista a la sociedad agraria de transformación de Chitaraque existen temporadas en que los campesinos deben enfrentarse a precios muy volátiles que van hasta por debajo del costo de producción por factores como los intermediarios en su canal de distribución y disminución del consumo en el país, lo que genera afectaciones económicas y disminución en la cantidad de producción (Cámara de Comercio de Tunja, 2019) por lo tanto con este proyecto se busca incentivar la venta directa del producto, eliminando los intermediarios, ampliando los niveles de producción y exportación del municipio de Togüi.

Otro factor que no solo afecta el sector panelero nacional sino que también a todos los campesinos colombianos son las importaciones, ya que se han convertido en introducción de productos iguales o sustitutos (como el azúcar refinado) que a menudo producen disminución en el consumo agrícola nacional. Actualmente Colombia realiza importaciones de Panela desde Ecuador y Brasil (TRADEMAP, 2019), situación que altera la oferta afectando directamente los precios y

los productores. Es por esto que se deben impulsar las exportaciones boyacenses, por un lado porque Colombia posee una ventaja competitiva al ser uno de los países con mayor producción de panela en el mundo y con esto se logrará mejorar la producción departamental, generando crecimiento y desarrollo económico en las zonas rurales dedicadas a la producción panelera especialmente en el municipio de Togüi en la que la cañicultura es la principal actividad económica y que además se destaca por la calidad de sus cultivos gracias al clima de la zona occidental; por otro lado está la factibilidad de llegar a los mercados internacionales ya que es un producto de gran acogida por sus características endulzantes nutricionales evidenciada en la creciente importación por parte de Estados Unidos, es por eso que por medio de este proyecto se busca incentivar la producción y exportación de las asociaciones del municipio de Togüi.

Una desventaja es que los cañicultores del departamento y algunas asociaciones paneleras del municipio de Togüi no tienen claridad en los procesos de canales de venta directa y exportación, lo que hace que si hay momentos de sobreproducción, se produzcan pérdidas de las cosechas (Cámara de Comercio de Tunja, 2019) lo que a su vez denota que esta sobreproducción en las mejores cosechas se sitúan a favor de las ventas al exterior específicamente para lograr cubrir la demanda en Estados Unidos.

En estados unidos existen dos factores que conllevan a determinar la demanda del producto; En primer lugar el gran número de latinoamericanos residentes en el país, los cuales abarcan aproximadamente el 18% de la población estadounidense (BBC, 2019) que conocen y que además optan por elegir un producto étnico que es producido en países como Brasil, México, Perú, entre otros (Sistema de inteligencia de mercados SIM -Ministerio agricultura y desarrollo rural, 2004) y en segundo lugar por la creciente importación de panela por parte de Estados Unidos y la participación del 60% de Colombia como proveedor en estas importaciones. (TRADEMAP, 2019).

Objetivo general y específico

Objetivo General.

Demostrar la viabilidad de inversión en un plan exportador de panela pulverizada proveniente del municipio de Togüi hacia el mercado de Estados Unidos

Objetivos Específicos

- Caracterizar los mercados de oferta y demanda de la panela del municipio de Togüi.
- Analizar aspectos técnicos y operativos utilizados en la producción de panela pulverizada.
- Detallar la estructura administrativa y organizacional de la implementación del proyecto.
- Enunciar la normativa vigente que interviene en el desarrollo del proyecto.
- Determinar la factibilidad financiera y económica del proyecto.

Alcance

Este proyecto busca ayudar a algunos de los productores de la asociación panelera del municipio de Togüi a lograr incursionar sus productos en el mercado de Estados Unidos por medio de la creación de una comercializadora internacional para MYPYMES y con esto contribuir al propósito del sector de conquistar nuevos mercados y de aumentar las exportaciones, este trabajo aporta en primer lugar una descripción del producto y su oferta para posteriormente mostrar la demanda del país destino, ofrece opciones en sistemas de comercialización para introducir de manera exitosa el producto en el mercado internacional. Describe el proceso de producción y distribución que se lleva a cabo en el municipio, propone el objetivo principal del proyecto que es la exportación, valores aproximados de costes y rentabilidades de llevar a cabo el proyecto. Se muestran requisitos y procedimientos que se deben tener en cuenta al momento de llevar a cabo el proyecto y además se evalúa por diferentes métodos para concluir su viabilidad.

Este proyecto no incluye valores exactos ya que los costos pueden variar de acuerdo a cada productor de la asociación, tasas de interés, procesos logísticos, tasas de cambio y otras variables externas que influyan en el proceso. Para el estudio financiero, en este proyecto se constituye una empresa de naturaleza exportadora que proyecta a 5 años los movimientos financieros y que actuaría como guía para el proceso de venta al mercado estadounidense.

Justificación

La panela es un producto endulzante obtenido de la deshidratación de la caña de azúcar, considerado biológico, natural y nutritivo ya que en su proceso de producción no se realiza ningún tipo de adición de productos químicos, ni proceso sintético alguno, lo cual hace que en este se concentren las diferentes vitaminas y nutrientes del azúcar natural. Según la historia de la panela de la Federación Nacional de Panela la caña de azúcar proviene de Nueva Guinea, una isla ubicada en el norte de Australia, de la que se expandió a Borneo e India y en América se introdujo en el tiempo de la conquista española. La caña de azúcar vino a Colombia en el año 1538 y su cultivo se desarrolló en las zonas más cálidas del país, favoreciendo su producción.

Este producto en Colombia, ha sido fabricado mayormente por manos de obra de familias campesinas mediante procesos artesanales y en su historia ha sido utilizado como un endulzante natural, energizante por su alto contenido de sacarosa y fructosa, además en aplicaciones medicinales como cicatrizantes, convalecencias y como cura para enfermedades causadas por infecciones respiratorias.

El sector panelero es la actividad agroindustrial más importante después del café (Cámara de Comercio de Tunja, 2019) y de acuerdo a un estudio realizado por la superintendencia de industria y comercio denominado “cadena productiva de la panela en Colombia: diagnóstico de libre competencia (2010-2012)” en el año 2010 el departamento de Boyacá ocupa el segundo lugar en la lista de los productores de panela, con una cifra de producción de 212.353 toneladas después de Santander y obtiene una participación del 18% sobre la producción nacional la cual se registra con una cifra en total de 1.274.733 toneladas.

Para el 2018 se registra una cifra de 173.639 toneladas de producción panelera en Boyacá, puesto que cada vez más la producción de panela en Boyacá se ha transformado con el fin de comercializar en mayor cantidad, en 2019 el departamento ocupó el cuarto lugar en área sembrada y el tercer lugar de mayor productor (Cámara de Comercio de Tunja, 2019).

Esta producción boyacense se concentra más en los municipios pertenecientes a la hoya del río Suárez como Chitaraque, Santana, San José de Pare, Moniquirá y Togüí principalmente, por lo que este trabajo tiene como propósito promover y guiar la exportación de panela pulverizada en empresas y asociaciones paneleras del municipio de Togüí, por su alta producción y dependencia económica de este sector agroindustrial tan importante en nuestro país.

Debido a la gran aceptación que ha tenido la panela o raspadura en mercados internacionales y a su fácil adaptación por ser un sustituto del azúcar refinado, se evidencia un incremento aproximado del 30% del mismo periodo del 2018 al 2019 en el valor de las importaciones por parte de Estados Unidos, países asiáticos y en parte de Europa (Fedepanela, 2019), mercados que generan oportunidades comerciales cada vez mayores.

Estados Unidos es un país con un alto número de latinoamericanos residentes, las importaciones de panela desde Colombia han incrementado abarcando el 60% de su participación para el año 2019 (TRADEMAP, 2019) y además en los últimos años las cifras de importación de este producto se han venido incrementando, comercializándose mayormente en supermercados saludables siendo esta última una tendencia del mercado, por lo que esto supone un mercado destino de gran acogida para la panela pulverizada.

Metodología

El presente proyecto se elaboró teniendo en cuenta la información primaria que fue obtenida fundamentalmente a través de entrevistas con los productores paneleros del municipio de Togüi, por medio de la Gobernación de Boyacá; con el propósito de conocer el mercado objetivo y el mercado oferente se realizó un estudio de mercado con fuentes secundarias acerca del consumo, oferta, exportación y precio. Por medio de la asociación se conoce el proceso productivo de la panela, la capacidad de producción, comercialización y precios al consumidor completando la información con fuentes de internet y sistemas de información como FEDEPANELA, TRADEMAP, Sistema de información panelero – SIPA, LEGISCOMEX, entre otros. Además se propone por medio de un estudio administrativo la creación de una nueva empresa comercializadora internacional que se dedique a cumplir con la exportación propuesta en el presente proyecto a cabalidad con la normatividad vigente descrita en la información publicada de las diferentes entidades públicas y privadas como: Federación Nacional de productores de Panela FEDEPANELA, Banco de la República, Cámara de Comercio de Tunja – Boyacá, Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN, Ministerio de Ambiente y Desarrollo Rural, entre otras fuentes de información. Esta recopilación de información también fue utilizada con el propósito de conocer más el producto, la oferta y la demanda del mercado y los precios de la panela en Colombia y en el país de destino que es Estados Unidos, específicamente en la ciudad de New York.

Este proceso de recopilación de información a la vez permitió establecer las condiciones para la exportación de la panela pulverizada, su proceso de exportación, definir el mercado objetivo, la viabilidad financiera y el canal de comercialización en el país de destino.

Tabla 1 Metodología de investigación

Tipo de estudio	Descriptivo
Población	Productores ASOPATBOY Togüi Latinos residentes en Nueva York
Fuentes de Información primarias	Gobernación de Boyacá Productores ASOPATBOY
Fuentes de Información secundarias	Sistemas de información de Comercio exterior y paneleros Bases de datos de comercio exterior Entidades públicas de Comercio exterior y fomento panelero Entidades privadas de Comercio exterior y fomento panelero. Páginas y documentos web de periodismo Otras páginas y documentos Web

Fuente: Elaboración propia.

Estudio de mercado

Análisis de los antecedentes

Producto.

Panela Pulverizada a base de caña de azúcar

Clasificación arancelaria.

Sección IV Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados.

Capítulo 17 Azúcares y artículos de confitería

Partida 1701 Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura, en estado sólido

Subpartida 170113 Azúcar de caña mencionado en la Nota 2 de subpartida de este Capítulo (La subpartida 1701.13 comprende solamente el azúcar de caña, obtenida sin centrifugación, con un contenido de sacarosa en peso, en estado seco, correspondiente a una lectura polarimétrica superior o igual a 69° pero inferior a 93°. El producto contiene solamente microcristales anhédricos naturales, de forma irregular, invisibles a simple vista, rodeados por residuos de melaza y demás constituyentes del azúcar de caña).

Partida Arancelaria: 17.01.13.00.00

Unidad Comercial: Kg **Presentaciones:** ½ Kg, 1 Kg, 6 gr.

Gravamen arancelario importaciones: 15%

Ficha técnica.

Nombre del producto:	Panela pulverizada natural
Nombre del producto internacional (asignado por la FAO):	Azúcar no centrifugada
Partida Arancelaria:	17.01.13.00.00
Descripción	Producto elaborado a partir de la evaporación del jugo de la caña de azúcar, para su posterior deshidratación y pulverización.
Ingredientes	Jugo de caña de azúcar deshidratado
Composición	Sólidos Solubles 94-97% Sacarosa 83-89%. Azúcar reductora 0.5% Proteínas 2.5-12% Sólidos sedimentales 0.1-1% Cenizas 0.8-1.9% Nitrógeno 0.12% Grasa 0.9% Magnesio 50-90mg Fósforo 50-65mg Sodio 2-7mg Potasio 150-230mg Calcio 80-150mg Humedad <3%
Autoridades sanitarias	ICA INVIMA

Figura 1 Muestra panela pulverizada 6 gr



Asociación de productores agropecuarios de Togüi Boyacá.

Figura 2 panela pulverizada 1 kg



Asociación de productores agropecuarios de Togüi Boyacá

Características del consumidor

En Colombia la panela es un alimento de alto consumo, se considera un alimento básico en los mercados familiares, es un producto que no tiene exclusiones de consumo ya que por su alto valor nutritivo está dirigido a todas las personas que gozan de buena salud y que estén en disposición de consumir azúcar natural.

En el sector panelero según agro negocios Colombia tiene un consumo per cápita de panela de 19 kilos cada año, cifra que ha disminuido ya que para el 2012 el consumo per cápita era de 24.7 kg anuales (Ministerio de ambiente y desarrollo rural., 2012).

En Colombia se ha venido sustituyendo la panela por otros endulzantes debido a cambios de preferencias y cambios alimenticios de los consumidores, aunque es un producto básico de consumo en la mayoría de familias colombianas.

Tendencias de consumo en Estados Unidos.

En Estados Unidos gastronómicamente los consumidores están más inclinados por productos saludables y amigables con el medio ambiente, cada día buscan soluciones rápidas lo que conlleva a productos prácticos que sean de fácil consumo (LEGISCOMEX, 2013) (MASTERCARD, 2020) por lo que es una ventaja ya que la panela contiene las propiedades naturales y nutricionales del azúcar natural a comparación del azúcar refinado, posicionándose como bien sustituto frente a otros endulzantes.

La demanda de alimentos y bebidas orgánicas en Estados Unidos ha crecido rápidamente, principalmente por un consumidor mejor informado con gustos y preferencias focalizadas en una alimentación sana, preocupación por la salud y el

medio ambiente, existiendo un creciente rechazo por alimentos que contengan materias primas genéticamente modificadas. (Prochile, 2016)

En estados Unidos aproximadamente el 18% de la población tiene raíces hispanas o latinas (BBC, 2019) lo que significa que este nicho tiene más posibilidad de adquirir el producto por conocer de este.

Análisis de la demanda

Se escoge como país de destino Estados Unidos de América (ver Apéndice A) por su incremento en las importaciones de panela en los últimos años, por las tendencias de consumo acopladas a las características del producto, por el TLC, perfil logístico y el buen vínculo comercial que tiene con Colombia.

País: Estados Unidos de América

Capital: Washington

Presidente: Donald Trump

Moneda: Dólar estadounidense

Forma de gobierno: República federal presidencialista

Población total: 327.167.434

Población urbana: 82,3%

Población rural: 17,7%

Densidad de la población: 36 hab. /km²

Población masculina (en %):49,2%

Población femenina (en %):50,5%

Crecimiento natural: 0,62%

Edad media: 37,8

Esperanza de vida: 76,1 mujeres- 81,1 hombres

La ciudad destino del proyecto es Nueva York ya que es una de las ciudades con más latinos.

Las importaciones totales en el 2019 de la partida 17.01.13 realizadas por Estados Unidos fueron de 9.391 toneladas-10.101 miles de USD (TRADEMAP, 2019)

Las importaciones desde Colombia en el 2019 de la partida 17.01.13 realizadas por Estados Unidos fueron de 4.968 toneladas (TRADEMAP, 2019)

Ciudad: Nueva York

Población total: 8,438 millones (2017)

Población Latina: 4.994 millones (2017)

Ilustración 1 Importaciones de Estados Unidos partida 17.01.13

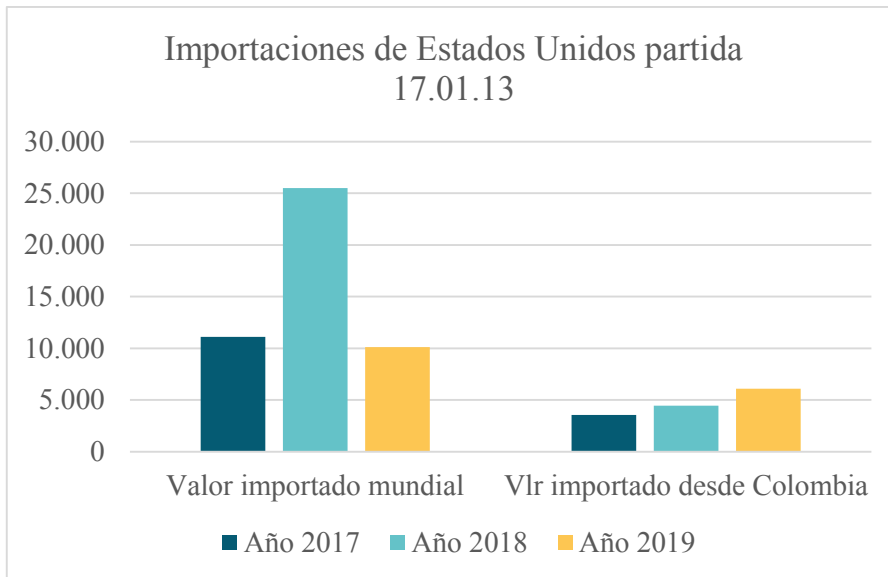


Ilustración Datos TradeMap

Análisis de la oferta

Producción para el año 2018:

En Colombia: 1.098.206 toneladas (Sistema de información panelero, 2019)

En Boyacá: 173.639 toneladas (Cámara de Comercio de Tunja, 2019)

Área Sembrada en Togüi: 3.283 hectáreas (Cámara de Comercio de Tunja, 2019)

Área Cosechada en Togüi: 2.583 hectáreas (Cámara de Comercio de Tunja, 2019)

Rendimiento de caña por hectárea: 15,0 (Cámara de Comercio de Tunja, 2019)

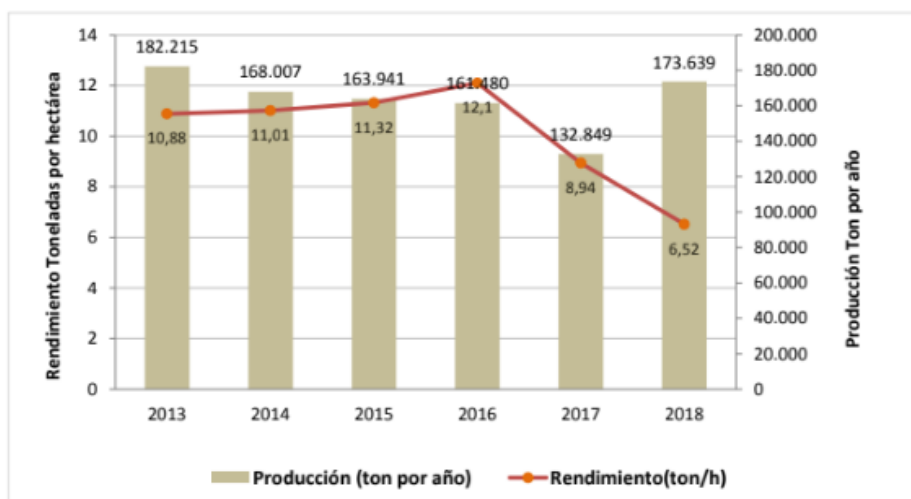
Producción en Togüi: 38.745 toneladas (Cámara de Comercio de Tunja, 2019)

Producción en ASOPATBOY: 40.000 kg semanales aprox. – 1,920 toneladas (Gobernación de Boyacá 2018).

La producción en ASOPATBOY es 50% en bloque 50% pulverizada es decir que se producen aproximadamente 960 toneladas de panela pulverizada para el año 2018, cifra que se pretende incrementar hasta en un 10% anual con la aplicación del proyecto.

Grafica 1 Producción de panela y rendimiento en Boyacá

Gráfico 5. Producción de panela y rendimiento, 2013-2018



Fuente: Elaboró Dpto. de Planeación y Estudios Económicos con base en datos de (agronet)

Fuente: Panorama sector panelero Jurisdicción CCT 2019

Proveedores en Estados Unidos.

De acuerdo a una publicación llamada panela en Estados Unidos de la corporación colombiana internacional este país no registra producción de panela (Sistema de inteligencia de mercados SIM -Ministerio agricultura y desarrollo rural, 2004) lo que favorece las exportaciones de panela hacia el norte de América, a continuación se muestra una tabla con los principales países proveedores de panela de Estados Unidos según TRADEMAP.

Tabla 2 Proveedores del producto 17.01.13 para Estados Unidos de América en 2019

País proveedor	Valor importado 2019 (miles de USD)	Cantidad importada (toneladas)
Colombia	6.097	4.968
México	1.014	1537
Costa Rica	827	893
Perú	711	895

Fuente: TRADEMAP, 2019

Análisis de precios

En Colombia:

Los precios más bajos se presentan en Santander y Boyacá siendo categorizados como los principales departamentos productores de caña panelera además indica que el precio del kilogramo de panela en Boyacá para el 2019 es de \$1.347 (Cámara de Comercio de Tunja, 2019), a continuación se muestra una gráfica contenida en este documento que muestra la evolución de los precios por Kg de la panela en el departamento de Boyacá.

Grafica 1 Comportamiento del precio de la panela por Kg en el departamento de Boyacá (Cifras en pesos)



Fuente: Elaboró Dpto. de Planeación y Estudios Económicos con datos de (Minagricultura, 2019)

Fuente: Elaboró Dpto. de Planeación y Estudios Económicos con datos de (Min agricultura, 2019)

Como se puede observar en la gráfica, a inicios del 2018 los precios estuvieron por encima de los \$1.500 con tendencia a la baja llegando hasta los \$1.300 en marzo de 2019, lo que significa que los precios en el 2018 estuvieron por debajo del valor de producción y que esto tiene correlación con el aumento de producción y la cantidad de hectáreas de área sembrada de caña de azúcar en el mismo periodo, una sobreproducción de producto fue el causante de los bajos precios de la panela, esto según el informe de la cámara de comercio de Tunja antes mencionado.

(...) uno de los principales problemas de los paneleros en el país, es la sobreoferta del producto, lo que ha jalonado a la baja los precios; aspecto que podría ser subsanado en la medida que se registrará una mayor dinámica en exportación de panela, logrando un proceso de recuperación de los precios internos y brindar mayores beneficios a los productores. (Cámara de Comercio de Tunja, 2019)

La panela pulverizada ofertada por ASOPATBOY tiene un precio de venta actual al consumidor de \$2.500 COP la presentación de 500 gr, \$5.000 COP y 100 sachet de 6 gramos \$6.000.

En Estados Unidos:

Para determinar el precio de la panela pulverizada en el país destino, se consultaron los siguientes supermercados y tiendas online:

- Just panela® Azúcar de caña orgánico sin refinar, 1 libra:

$\frac{1}{2}$ kg/453,5 gr = 5,29 USD = 20,248 COP (TC=3827,65) (WHOLE FOODS MARKET, 2020)

- C&H, Azúcar de caña, Marrón Oscuro, 2 libras:

907 gr = 8,42 USD = 32,228 COP (TC= 3827,65) (AMAZON, 2020)

A continuación se presenta una comparación de los precios en el mercado de origen y en el mercado destino:

Tabla 3 Comparación de precios panela pulverizada

PRESENTACIÓN	PRECIO EN COLOMBIA	PRECIO EN ESTADOS UNIDOS
$\frac{1}{2}$ kg	2,500 COP	5,9 USD
1 kg	5,000 COP	8,4 USD

Fuente: 1 Elaboración propia

Sistemas de Comercialización

Comercializadores mayoristas: Se encargan de comercializar la panela en grandes cantidades en lugares como plazas mayoristas o por encargos por ejemplo empresas productoras y comercializadoras, en el municipio de Togüi la mayoría de sistemas de comercialización es a través de los intermediarios.

Comercializadores minoristas: Se encargan de llevar la panela al consumidor y comercializar al detal por ejemplo tiendas online o locales y supermercados.

En Colombia:

La mayoría de sistemas de comercialización se realizan a través de intermediarios, quienes compran la panela a los productores de los diferentes municipios y la llevan a las grandes ciudades para ser distribuida y vendida en plazas mayoristas, plazas satélites, supermercados y almacenes de cadena y otros comercializadores minoristas. En ASOPATBOY realizan ventas por encargos a clientes directamente aunque la mayoría de ventas y distribución se realiza por intermediarios.

En Estados Unidos:

La comercialización de panela en estados unidos se realiza por empresas comercializadoras mayoristas que importan el producto y lo distribuyen en almacenes de cadena, supermercados de alimentos orgánicos, tiendas online que llevan el producto directamente al consumidor final.

Proyecciones del mercado

Proyección de la demanda.

Las personas que más podrían demandar la panela son los hispanos y según el censo de Estados Unidos de 2017 en nueva york hay aproximadamente 4.994.395 latinos (BBC, 2019) distribuidos así:

Tabla 4 Origen de los latinos en Nueva York

País de origen	%	Número de personas
Puerto Rico	25,3%	1.263.581,94
República Dominicana	22,4%	1.118.744,48
México	12,1%	604.321,80
Ecuador	8,1 %	404.546,00
Colombia	5,9%	294.669,31
El salvador	5,2%	259.708,54
Perú	3,3%	164.815,04
Cuba	3,1%	154.826,25
Guatemala	2,7%	134.848,67
Honduras	2,5%	124.859,88
Otros	4,6%	229.742,17

Fuente: Censo de Estados Unidos

El producto va dirigido inicialmente al 10% de los colombianos económicamente activos ubicados en la ciudad de Nueva York en Estados Unidos, aproximadamente 29.466 personas ya que es una cifra asociada a la capacidad de producción de la asociación. Esta cifra se incrementa con la proyección a 5 años del crecimiento anual del consumo de los hogares en el país de destino así:

Tabla 5 Proyección de la demanda

Año	Tasa de crecimiento anual de consumo de los hogares (E.E.U.U)	
2011	1,8%	
2012	1,5%	
2013	1,5%	
2014	2,9%	
2015	3,6%	
2016	2,7%	
2017	2,6%	
2018	3,0%	
Proyección		Incremento N° de personas
2019	3,43%	
2020	3,65%	29.467
2021	3,86%	30.605
2022	4,08%	31.855
2023	4,30%	33.225
2024	4,52%	34.726
2025	4,74%	36.371

Fuente: Datos Banco Mundial

Proyección de la Oferta

La proyección de la producción de panela en Togüi se realiza por medio del incremento del PIB proyectado para el año 2021 por 5 años y la proyección de panela pulverizada en ASOPATBOY se realiza a un incremento del 10% anual.

Crecimiento PIB Proyectado al 2021: 3,37% (Cifras Según encuesta de Expectativas a Analistas Económicos del Banco de la República).

Tabla 6 Proyección de producción

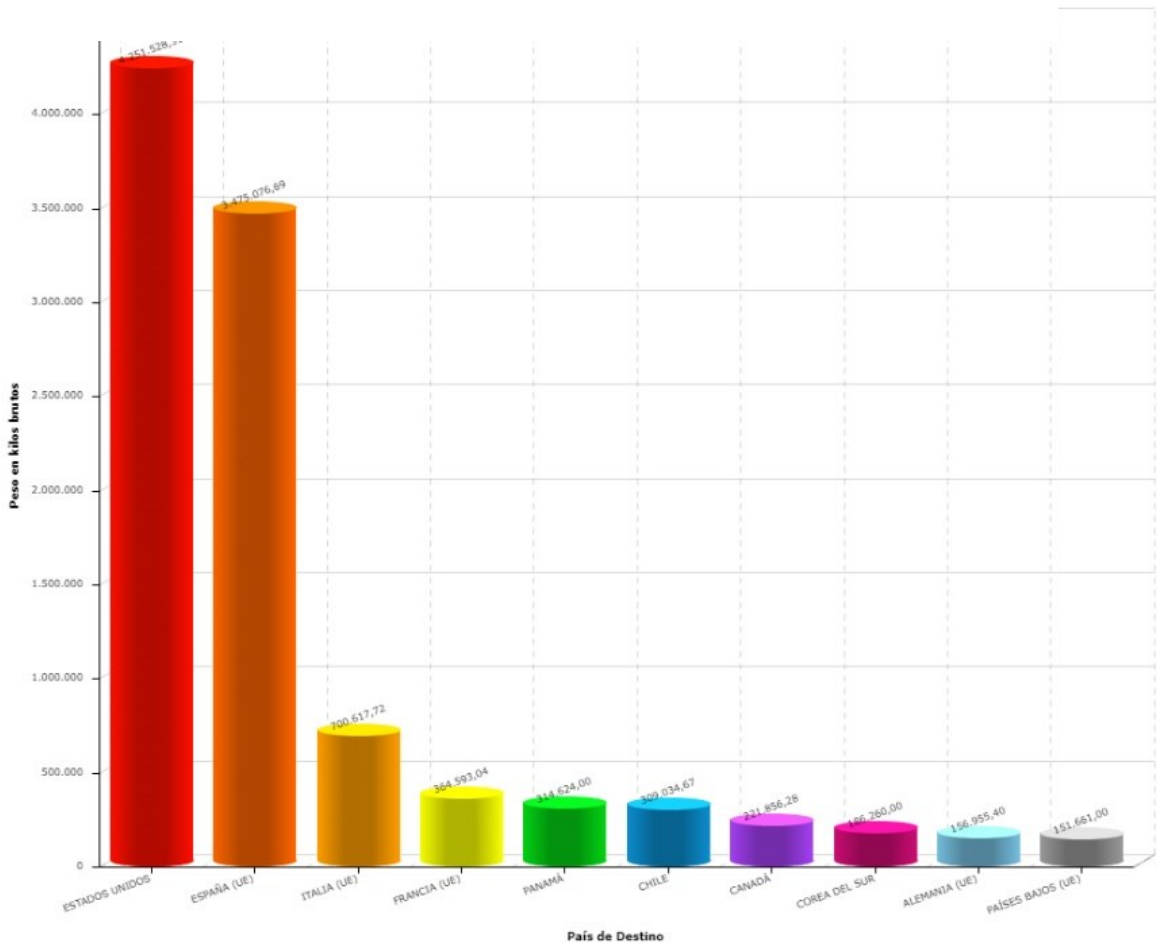
Año	Producción de panela en Togüi(t)	Año	Producción de panela en ASOPATBOY (t)
2018	38.745,0	2018	960,0
PROYECCION 3,37%		2019	995,5
2019	40.050,7	2020	1.032,4
2020	41.400,4	PROYECCION 10%	
2021	42.795,6	2021	1.135,6
2022	44.237,8	2022	1.249,1
2023	45.728,6	2023	1.374,1
2024	45.728,6	2024	1.511,5
2025	47.269,7	2025	1.662,6

Fuente: Elaboración propia

Proyección de la oferta Exportadora.

Desde enero 2018 hasta enero 2019 Colombia exportó 7,976 toneladas netas de azúcar de caña de la partida arancelaria 17.01.13 y desde enero 2019 hasta enero 2020 Colombia exportó 9,901.8 toneladas netas (LEGISCOMEX, 2020) lo que quiere decir que las exportaciones aumentaron en 1,9 miles de toneladas aproximadamente y el principal destino para ambos años, Estados Unidos con un valor de 4,251.5 toneladas netas, a continuación se observan los países destino de las exportaciones desde enero 2019 hasta enero 2020.

Grafica 2 Diagrama de barras de países destino/ peso por kg brutos exportaciones colombianas de panela



Fuente: LEGISCOMEX, enero 2018- enero2019

Por otro lado ASOPATBOY pretende exportar el 30% de su producción de panela pulverizada, es decir un valor aproximado de 340,7 toneladas para el año 2021 incrementando su exportación en un 10% anual según la proyección de la producción:

Tabla 7 Proyección exportación

Año	Producción de panela en ASOPATBOY(t)	Año	Proyección de exportación en ASOPATBOY (t)
2018	960,0	2021	340,7
2019	995,5	2022	374,7
2020	1.032,4	2023	412,2
PROYECCION 10%		2024	453,4
2021	1.135,6	2025	498,8
2022	1.249,1	Producción Anual Año 1 (t)	
2023	1.374,1	1.135,6	
2024	1.511,5	Exportación anual Año 1 (kg)	
2025	1.662,6	340.680	
		Exportación mensual Año 1 (kg)	
		30.971	

Fuente: Elaboración propia

Proyección de precio.

El precio se proyecta a 5 años con un incremento anual según la proyección de la inflación en Colombia para el 2021 que se estima en un promedio de 3.0% (Banco de la república, 2020) en un escenario de condiciones normales sin que ninguna otra variable afecte el precio.

Tabla 8 Proyección precio

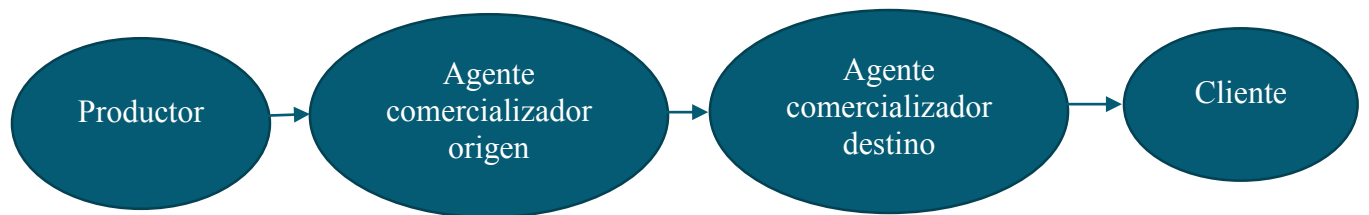
Año	Precio sin IVA x1Kg	Precio con IVA x 1kg
2020	4.201	5000
2021	4.327	5150
2022	4.457	5305
2023	4.591	5464
2024	4.729	5628
2025	4.870	5796

Fuente: Elaboración propia

Sistemas de comercialización a utilizar.

El sistema de comercialización sería desde el productor del municipio de Togüi por medio de la comercializadora internacional hasta la empresa comercializadora y distribuidora de la ciudad de Nueva York, para su posterior venta por medio de tiendas y supermercados online ya que se busca seguir la tendencia mundial del e-commerce y además disminuir el número de intermediarios.

Grafica 3 Sistema de comercialización a utilizar



Fuente: Elaboración propia

Estudio técnico

Tamaño

País de origen.

El proyecto se desarrollará en el municipio de Togüi ya que según la jurisdicción de la cámara de comercio de Tunja “Panorama sector panelero” Para el 2018 en Togüi se registraron 3.283 hectáreas de área sembrada de cultivos de caña, 2,583 de área cosechada y 38,745 toneladas de producción panelera ubicándose como el tercer municipio mayor productor de Boyacá después de Chitaraque y San José de Pare.

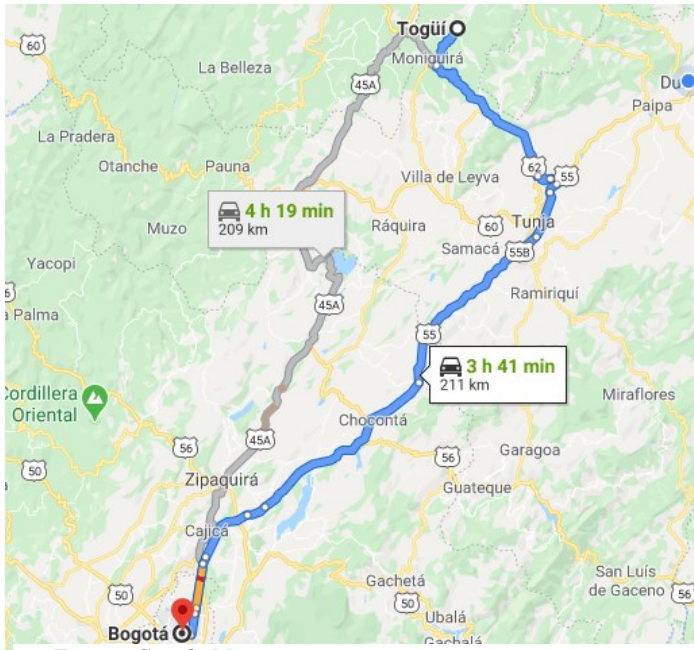
El proyecto está enfocado en la producción panelera de ASOPATBOY (asociación ubicada en Togüi) ya que su capacidad de producción total aproximadamente es de 40.000 kg cada semana-1920 toneladas anuales de las cuales 50% es producción de panela en bloque y 50% pulverizada, por lo que se proyecta una exportación del 30% de la producción anual de panela pulverizada con un crecimiento de producción del 10% a un tiempo de 5 años.

País de destino.

Este proyecto va dirigido a la ciudad de Nueva York en Estados Unidos ya que es un de las ciudades que tiene más población latina, se dirige específicamente al 10% de colombianos residentes en la ciudad, aproximadamente 29,466 personas con proyección a expandirse al resto de residentes latinos.

Localización

Ilustración 2 Trayecto terrestre de Bogotá a Togüi

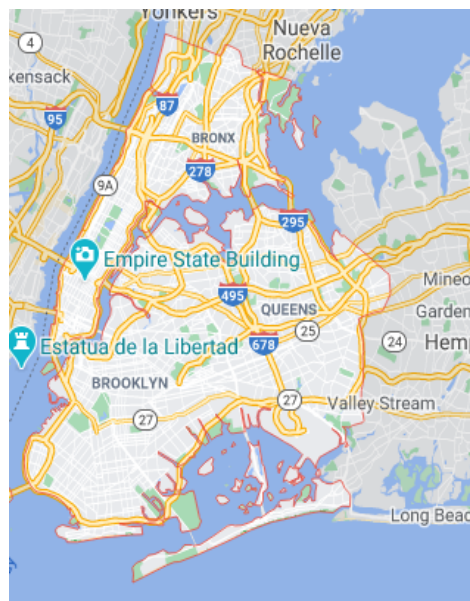


País de Origen.

Togüi está localizado en la provincia de Ricaurte en el occidente del departamento de Boyacá en Colombia.

El trayecto terrestre desde Togüi- Boyacá hasta la capital de Colombia Bogotá es de 211 km, con un tiempo de trayecto de 3 horas y 41 minutos.

Ilustración 3 Mapa de New York

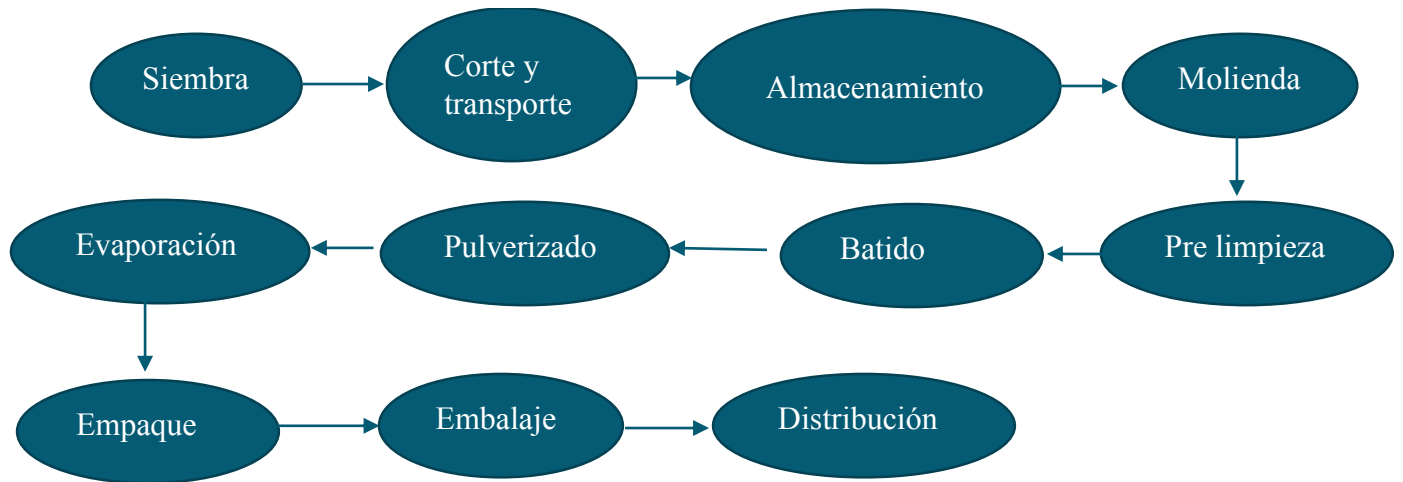


País de destino.

Nueva York está localizado en la costa este del país norteamericano Estados Unidos con una superficie de 141.297 km² con un PIB per cápita de 79,164 euros para el año 2019 (Datosmacro, 2019), se escoge como destino del proyecto por ser una de las ciudades con más latinos residentes.

Ingeniería del proyecto

Grafica 4 Proceso productivo



Fuente: Elaboración Propia

El proceso comienza sembrando la caña de azúcar que posteriormente se carga hasta la planta de procesamiento para ser molida y así poder obtener el jugo de caña que es pre limpiado de impurezas y luego pasa a ser cocido a fuego más alto que para hacer panela en bloque, hasta obtener una textura densa. La melaza es sometida a batido y pulverizado en una maquina hasta lograr el granulado y si es necesario es sometida a evaporización para disminuir el grado de humedad; posteriormente es empacada y distribuida.

Distribución de la planta

Para la producción de panela pulverizada se utiliza la siguiente maquinaria y herramienta:

1. Extracción de la materia prima: Machete, carretilla.
2. Recepción y extracción de la materia prima: Camión, molino, motor de combustión, conductos, filtro, pozuelos.
3. Limpieza y cocción: pre limpiador, tanque de almacenamiento, caldero, batea y mezclador.
4. Pulverizado y empaçado: Pulverizadora, dosificadora, selladora.

Proceso de exportación

1. Participar en ferias empresariales y encontrar un cliente potencial para la panela pulverizada
2. Concretar el acuerdo de compra (Condiciones de pago, INCOTERM, aranceles y documentos soporte) por medio de un contrato internacional de compra-venta y una factura pro-forma.
3. Fabricación, empaque y embalaje de las cantidades ofertadas al cliente de acuerdo a las características pactadas por el comprador y a las exigidas por las normas internacionales y por Estados Unidos.
4. Realizar lista de empaque, declaración juramentada de origen, carta de instrucciones de despacho y factura comercial.
5. Contactar una Agencia de aduanas que facilite el transporte, la logística y la transferencia de riesgos de acuerdo al INCOTERM establecido por las partes en este caso se planea términos de negociación CIF.
6. Realizar los trámites aduaneros entre ellos el certificado de inspección sanitaria de exportación alimentos y materias primas (INVIMA), el certificado fitosanitario (ICA) para

el despacho de la mercancía, la etiqueta cuota de fomento panelero y declaración de exportación.

7. Asegurar el transporte de la mercancía hasta el puerto de Barranquilla y tramitar la certificación de embarque.
8. Constatar los trámites de desaduanamiento en Estados Unidos y realizar un servicio postventa en contacto constante con el cliente para conocer el cierre exitoso de la operación.
9. Una vez recibido el pago realizar canalización de divisas mediante una declaración de cambio por exportaciones de bienes a través de un Intermediario del mercado cambiario.

Calculo de inversiones.

Una parte de la inversión se realiza en la asociación para lograr incrementar sus niveles de producción y así cumplir con los volúmenes proyectados a exportar y por otro lado el estudio financiero y su respectiva evaluación financiera se realizan a partir de la creación de una sociedad de comercialización internacional MIPYMES, con una constitución a favor de la DIAN entre 2000 y 2500 UVT es decir \$71.214.000 y \$89.017.500 según la UVT del año 2020. Esta comercializadora será la encargada de llevar los productos al mercado destino en Estados Unidos.

Con respecto al aumento en la producción según la Asociación, se necesita invertir en los siguientes activos fijos:

Tabla 9 Inversiones iniciales de ASOPATBOY

Lote	\$ 95.000.000
Camioneta de carga	\$ 36.000.000
Pulverizadora	\$ 1.800.000
Pre limpiador	\$ 900.000
Empacadora y dosificadora	\$ 7.000.000
Otras herramientas	\$ 3.500.000
Empaques y embalajes	\$ 1.400.000
Total	\$ 145.600.000,00

Fuente: Elaboración Propia

Respecto a la creación de la sociedad comercializadora internacional MYPYMES se plantea una inversión:

Tabla 10 Inversiones iniciales comercializadora

Inversiones iniciales	
Muebles y enseres	26.000.000
Equipos	20.000.000
Arrendamientos	4.000.000
Adecuaciones	12.000.000
Contrataciones	30.000.000
Servicios	1.000.000
Inversión ASOPATBOY	145.600.000
Total	238.600.000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 11 Presupuesto capital de trabajo

Presupuesto de capital de trabajo		
Cuenta	%	Valor
Caja menor	11%	6.000.000
Obligaciones financieras	3%	1.779.556
Gastos administrativos	50%	27.919.124
Gastos de ventas	36%	20.188.332
Total capital de trabajo	100%	55.887.011
Fuente: Elaboración autor		

Tabla 12 Gastos de administración

Gastos operacionales de administración			
Cuenta	%	Mensual	Anual
Gastos de personal	87%	24.166.124	289.993.487
Arrendamientos	3%	700.000	8.400.000
Seguros	0%	100.000	1.200.000
Servicios	3%	800.000	9.600.000
gastos legales	1%	163.000	1.956.000
Mantenimiento y reparaciones	0%	100.000	1.200.000
Adecuaciones e instalaciones	0%	100.000	1.200.000
Depreciaciones	2%	460.000	5.520.000
Amortizaciones	4%	1.250.000	15.000.000
Diversos (papelería oficina)	0%	80.000	960.000
Total gastos de administración	100%	27.919.124	335.029.487

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 13 Gastos de ventas

Consolidado anual gastos operacionales de ventas			
Cuenta	%	Mensual	Anual
Gastos de personal	83%	16.838.332	202.059.978
Honorarios	5%	1.000.000	12.000.000
Arrendamientos	3%	700.000	8.400.000
Seguros	1%	300.000	3.600.000
Servicios	2%	400.000	4.800.000
Gastos legales	1%	200.000	2.400.000
Adecuaciones e instalaciones	2%	400.000	4.800.000
Publicidad personal puntos de venta y stands	1%	300.000	3.600.000
Diversos	0%	50.000	600.000
Total gastos de ventas	100%	20.188.332	242.259.978

Fuente: Elaboración propia

Estudios administrativos

Impacto empresarial

Se crea una comercializadora internacional CI-MIPYME con el fin de poder realizar la exportación de panela pulverizada de algunos productores de la asociación ASOPATBOY.

Con la creación de esta nueva organización se busca incrementar el empleo tanto en la producción como en la comercialización, se busca beneficiar a los productores del municipio incrementando la producción y la rentabilidad, se busca beneficiar el sector panelero del departamento, mejorar la calidad de sus productos e incrementar las exportaciones colombianas.

Con la aplicación de este proyecto se busca motivar la comercialización directa del municipio, eliminando algunos intermediarios que hacen que los precios de la panela sean muy volátiles. Se busca que el sector panelero incremente su nivel tecnológico, aumente sus utilidades, lleguen a nuevos mercados y que las personas del municipio mejoren su calidad de vida.

Esta nueva organización busca incentivar a las asociaciones productoras de Togüi a crear vínculos con entidades gubernamentales dedicadas al fomento panelero y al comercio internacional, como PROCOLOMBIA, para mejorar sus procesos productivos en cuando a calidad, volumen y ventas.

Estructura Organizacional

Grafica 5 Organigrama



Fuente: Elaboración propia

Planeación Estratégica

MISIÓN

Nuestra misión es comercializar y vender en el exterior, productos a base de caña de azúcar de alta calidad procedentes de pequeñas y medianas empresas boyacenses, incentivando especialmente la producción panelera del departamento.

VISIÓN

Nuestra visión es convertirnos en uno de las mejores comercializadoras de productos a base de caña de azúcar a nivel país, ser reconocidos por posicionar las marcas boyacenses en los mercados internacionales, ofreciendo la mejor calidad y logrando destacar el departamento como uno de los mayores y mejores productores y cañicultores del país.

MATRIZ DOFA

Tabla 14 Matriz DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• El producto cumple con la calidad y los requerimientos para ser comercializado.• La localización y condición climática es favorable para una producción de caña de azúcar de calidad.• La capacidad productiva es la adecuada para inversión y tiene la cabida de incrementarse y adecuarse a nuevos mercados.• Los productores del municipio poseen gran experiencia en los procesos de producción y se sienten preparados para incursionar mercados internacionales.	<ul style="list-style-type: none">• Bajo capital de trabajo.• Requiere renovar su tecnología aplicada al proceso.• Poco conocimiento de ventas y exportación de los productores.• Venta de la mayor parte de producto a intermediarios (no directa).• Poca relación con entidades de fomento panelero.• No existen planes de trabajo o negocio con PROCOLOMBIA• Bajo uso del E-Commerce

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Acompañamiento de PROCOLOMBIA en plan de trabajo. • Pago exento de IVA y sin Retención en la fuente (CI-MYPYMES) • Los márgenes de ganancia serán buenos. • Se podría lograr incrementar el nicho de mercado • Se lograría mejor aprovechamiento de servicios y programas de apoyo gubernamental a los productores. • Se podría diversificar los productos. • Estados unidos ha incrementado recientemente su adquisición de productos a base de caña de azúcar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los cambios climáticos pueden afectar la producción • Costos logísticos altos • COVID- 19 • Bajos recursos destinados al fomento panelero en Colombia • Poca valoración del trabajo de la agroindustria colombiana.

Fuente: Elaboración propia

Estrategias en el mercado

- Precios bajos: Se proyecta insertar el producto en el mercado de nueva york con la ventaja competitiva de costos más bajos que la competencia, manteniendo los precios iniciales.
- Diversificación de producto: A largo plazo se proyecta incluir a la oferta panela pulverizada de sabores, para crecer estratégicamente.

- Promoción: A corto plazo se proyecta llegar a nuevos clientes y ampliar las ventas por medio de publicidad web, publicidad en el empaque y promoción del producto.
- Plaza: A largo plazo se proyecta ampliar los lugares de venta del producto, llegar a más supermercados saludables en la ciudad de Nueva York.
- Servicios post-venta: Realizar un seguimiento a corto y largo plazo para conocer de manera específica el segmento de mercado, las necesidades de los clientes y su nivel de satisfacción.
- Competencia saludable: Además del valor nutricional de la panela se pretende a mediano plazo lograr un empaque y embalaje amigable con el medio ambiente, 100% reciclable.

Estudio legal

Tipo de empresa

Se constituye una sociedad de comercializadora internacional MIPYMES con el fin de comercializar panela pulverizada proveniente de Togüi hacia Estados Unidos.

Requisitos Legales:

Para la creación de la comercializadora según el decreto 1451 del 04 de septiembre del 2017 se deben cumplir los siguientes requisitos:

1. Estar domiciliados o representados legalmente en el país e inscritos en el Registro Único Tributario - RUT, o registro que haga sus veces;
2. Acreditar la existencia y representación legal
3. Tener como objeto social principal la comercialización y venta de productos colombianos al exterior, adquiridos en el mercado interno a empresas clasificadas como micro, mediana o pequeña empresa por la Ley 590 de 2000, o los fabricados por productores socios de las mismas, siempre y cuando cumplan con esta clasificación;
4. Acreditar que cuenta con un plan de trabajo con PROCOLOMBIA o que ha sido beneficiaria de recursos reembolsables o no reembolsables por parte de las entidades adscritas, vinculadas o programas especiales del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo;
5. No tener deudas en mora en materia aduanera, tributaria o cambiaria, a favor de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, al momento de la presentación de la solicitud, a menos que se tenga un acuerdo de pago vigente sobre las mismas;

6. Manifestación escrita del representante legal de la persona jurídica solicitante, de contar con la infraestructura y requerimientos informáticos exigidos para cumplir con las formalidades aduaneras propias de su actividad;

7. Manifestación escrita del representante legal de la persona jurídica solicitante, en la que se indique que dentro de los cinco (5) años inmediatamente anteriores a la radicación de la solicitud, ni él, ni la sociedad, ni los socios, ni los miembros de la junta directiva, han sido sancionados con cancelación de autorización o habilitación como operador de comercio exterior o sociedad de comercialización internacional, o por la comisión de los delitos enumerados en el numeral 2 del artículo 526 del Decreto 390 de 2016, ni han sido representantes legales, socios o miembros de junta directiva de sociedades que hayan sido objeto de cancelación de autorización o habilitación;

8. Presentar los estados financieros, certificados por contador público o dictaminados por revisor fiscal, según el caso;

9. Contar con concepto favorable sobre calificación de riesgo por parte de la Dirección de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo;

10. No haber sido sancionado por infracciones tributarias, aduaneras gravísimas, o cambiarias de las contempladas en los numerales 2,3,4,5,7,8 Y 9 del artículo 30 del Decreto número 2245 de 2011, o la norma que lo sustituye o modifique durante los cinco (5) años anteriores a la presentación de la solicitud;

11. Presentar los estudios de mercado que incorporen su plan exportador;

12. Contar con un sistema de control de inventarios que permita efectuar las verificaciones y controles sobre las mercancías nacionales, importadas y exportadas, de conformidad con lo establecido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

13. Presentar un cronograma de implementación de un sistema de administración de riesgos de lavado de activos, financiación del terrorismo y financiación de la proliferación de armas de destrucción masiva. El cumplimiento de este cronograma no podrá superar los tres (3) meses siguientes a la ejecutoria de la resolución de autorización, so pena de quedar sin efecto la misma sin necesidad de acto administrativo que así lo declare. (Decreto N° 1451, 2017)

Normativa

- Decreto 1165 de 2019
 - Régimen de Aduanas
- Decreto 1451 de 2017
 - Autorización de Sociedades de Comercialización Internacional MYPYMES
- Ley 7 de 1991
 - Normas generales de comercio exterior
- Ley 9 de 1991
 - Régimen cambiario
- Ley 40 de 1990
 - Prohibición de producción de panela industrializada.
 - Protección y desarrollo de la producción de panela.
 - Establece la cuota de fomento panelero.
- Ley 9 de 1979

- Medidas Sanitarias Título V.
- Ley 2005 de 2019
 - Generación de incentivos a la calidad, promoción del consumo y comercialización de panela
 - Disposiciones para proteger y fortalecer la producción y el bienestar de pequeños y medianos productores
- Decreto 1774 de 2004
 - Se crea la comisión nacional intersectorial para la vigilancia de la calidad de la panela para resolver las siguientes problemáticas en cuanto al tema sanitario (inspección control y vigilancia):
 - Venta de panela sin empaque.
 - Peso neto de panela en bloque.
 - Incumplimiento en el rotulado.
 - Uso de activos prohibidos (Clarol).
 - Derrite azúcar para elaborar panela (Adulteración).
 - Transporte de panela desnuda y/o con elementos contaminantes.
 - Centros de empaque (fallos en la trazabilidad, informalidad, envases genéricos).
 - Evasión en el pago de la cuota de fomento.
- Resolución 779 de 2006
 - Requisitos sanitarios a cumplir en la producción y comercialización de la panela.
- Resolución 4121 del 2011
 - Modificación parcial de la resolución 779 de 2006.
- Resolución 5109 de 2005

- Reglamento técnico sobre los requisitos de rotulado o etiquetado que deben cumplir los alimentos.

Normativa aplicable al cultivo.

- Resolución 30021 de 2007 (Expedida por el ICA)
 - Establecen los requisitos para la certificación en BPA Buenas prácticas agrícolas (certificación del predio productor en BPA). Este certificado es una base importante para el estándar internacional “GLOBAL GAP”.

Estudios financieros

Tabla 15 Presupuesto de las inversiones y fuentes de financiamiento

Presupuesto de las inversiones y fuentes de financiamiento					
Cuenta	%	Valor	Valor	%	Depreciación mensual
Capital de trabajo disponible en caja y bancos	15%	55.887.011			
Activos fijos	12%	46.000.000			460.000
Activos no depreciables	52%	192.600.000			
Gastos pre-operativos (diferidos)	20%	75.000.000			1.250.000
Capital			289.487.011	78%	
Financiamiento			80.000.000	22%	
Total	100%	369.487.011	369.487.011	100%	

Fuente: Elaboración Propia

El costo y precio del kg se calcula a partir del precio de venta de la asociación ASOPATBOY (\$5.150) en un embalaje de caja x24 unidades, para un precio por unidad (cajax24u) de \$123.600 utilizando la proyección de la oferta exportadora la cual para el año 2021 son 341,7 toneladas anuales divididas en 11 meses (ver Tabla 6) lo que da por resultado 30.971 kg mensuales distribuidas en 1290 cajas con un margen de utilidad del 30%. Los costos logísticos son desde la salida de mercancía de la empresa en Togui hasta el puerto de Buenaventura para un posterior embarque hacia el puerto Newark en un término de negociación CIF, con una conversión al promedio de proyección de la tasa de cambio de \$3,656 COP (Banco de la república, 2020)

Estructura de costos, gastos y precio

Tabla 16 Estructura de costos, gastos y precio

Actividad	Cantidad	Valor Caja x24u COP	Valor total COP	Tipo de Cambio Proyectado	Valor unitario USD	Valor total USD	%
Valor de la mercancía	1290	123.600,0	159.444.000	\$3.656,00	33,81	43.611,6	52,92%
Flete internacional	1	6.050,7	7.805.377	\$3.656,00	1,66	2.135,0	2,59%
Seguro internacional	1	2.934,2	3.785.130	\$3.656,00	0,80	1.035,3	1,26%
Agente Aduanero	1	1.930,5	2.490.360	\$3.656,00	0,53	681,2	0,83%
Transporte interno	1	5.100,8	6.580.000	\$3.656,00	1,40	1.799,8	2,18%
Seguro interno	1	2.170,5	2.800.000	\$3.656,00	1,68	765,9	0,93%
Valor CIF		141.786,7	182.904.867	\$3.656,00	39,87	50.028,7	
Gastos administrativos	1290	21.619,5	27.889.124	\$3.656,00	5,91	7.628,3	9,26%
Gatos de ventas	1290	15.649,9	20.188.332	\$3.656,00	13,24	15.649,9	6,70%
Gastos financieros	1290	620,2	800.000	\$3.656,00	0,52	620,2	0,27%
Costo de venta		179.676,2	231.782.323	\$3.656,00	59,55	73.927,0	
Utilidad 30%		53.902,9	69.534.697	\$3.656,00	14,74	19.019,3	23,08%
Precio de venta CIF		233.579,1	301.317.019	\$3.656,00	63,89	82.417,1	100,00%

Fuente: Elaboración propia.

Costos Unitarios

Tabla 17 Costos unitarios valor CIF

TC/3,656 COP	COP	USD
Precio Cajax24u (kg)	233.579	63,9
Precio por unidad(Kg)	9.732	2,66

Fuente: Elaboración propia.

Proyección del precio en el mercado

El producto tiene un valor de venta CIF en \$2,66 USD por Kg, para obtener el precio de venta al público se deben incluir costos de desaduanamiento, transporte interno en el país de destino, costos logísticos, margen de utilidad del agente comercializador de destino e impuestos. Sin embargo el valor CIF por unidad es bajo, ya que en la ciudad de Nueva York el precio aproximado es de \$8,4 USD por Kg (ver Tabla 3), por lo que es benefactor para una de las estrategias planteadas de comercialización en Nueva York la cual serán los precios bajos.

Estado de resultados

El estado de resultados se proyecta a 5 años con una compra neta de las cantidades proyectadas incluidos los costos logísticos y de embarque para la exportación (ver Tabla 16), se realiza un presupuesto en ventas proyectado a 5 años, incrementando en cantidad un 10% y en precio un 3% según proyecciones, además los gastos de administración y ventas se proyectan con un incremento del 3% cada año.

Tabla 18 Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Del 1° de enero al 31 de diciembre del:					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	3.316.084.260	3.757.123.466	4.256.820.888	4.822.978.066	5.464.434.148
(-) Compra neta	- 2.550.834.046	- 2.890.094.974	- 3.274.477.606	- 3.709.983.127	- 4.203.410.883
Utilidad Operativa bruta	765.250.214	867.028.492	982.343.282	1.112.994.938	1.261.023.265
(-) Gastos de Admón. y ventas	577.289.466	593.992.550	611.196.726	628.917.028	647.168.939
Arrendamientos	16.800.000	17.304.000	17.823.120	18.357.814	18.908.548
Sueldos de administración	289.993.487	298.693.292	307.654.091	316.883.714	326.390.225
Depreciación	5.520.000	5.520.000	5.520.000	5.520.000	5.520.000
Amortización	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
Gastos generales de administración	16.116.000	16.599.480	17.097.464	17.610.388	18.138.700
Sueldos de ventas	202.059.978	208.121.778	214.365.431	220.796.394	227.420.286
Otros gastos ventas	31.800.000	32.754.000	33.736.620	34.748.719	35.791.180
Utilidad operacional	187.960.748	273.035.942	371.146.555	484.077.910	613.854.326
(-) Otros gastos	8.931.450,2	7.355.875,0	5.580.477,4	3.579.915,0	1.325.631,2
Utilidad antes de impuestos	179.029.298	265.680.067	365.566.078	480.497.995	612.528.695
(-) Provisión Imp. de Renta	59.079.668	87.674.422	120.636.806	158.564.338	202.134.469
Utilidad Neta	119.949.629	178.005.645	244.929.272	321.933.657	410.394.226

Fuente: Elaboración Propia

Flujo de caja del proyecto

Tabla 19 Flujo de fondos

AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Cuentas	0	1	2	3	4	5
Inversión	369.487.011					
Capital de trabajo	-55.887.011					
Activos fijos	-46.000.000					
Activos no depreciables	-192.600.000					
Cargas diferidas	-75.000.000					
Financiamiento-Préstamo	80.000.000					
Ingresos por ventas		3.316.084.260	3.757.123.466	4.256.820.888	4.822.978.066	5.464.434.148
Costos de ventas		-2.550.834.046	-2.890.094.974	-3.274.477.606	-3.709.983.127	-4.203.410.883
Utilidad bruta	-289.487.011	765.250.214	867.028.492	982.343.282	1.112.994.938	1.339.910.276
Gastos ADMON		-335.029.488	-344.464.772	-354.183.115	-364.193.009	-374.503.199
Arrendamiento		-8.400.000	-8.652.000	-8.911.560	-9.178.907	-9.454.274
Sueldos de ADMON		-289.993.488	-298.693.292	-307.654.091	-316.883.714	-326.390.225
Depreciación		-5.520.000	-5.520.000	-5.520.000	-5.520.000	-5.520.000
Amortización		-15.000.000	-15.000.000	-15.000.000	-15.000.000	-15.000.000
Otros gastos administración		-16.116.000	-16.599.480	-17.097.464	-17.610.388	-18.138.700
Gastos de ventas		-242.259.978	-249.527.778	-257.013.611	-264.724.019	-272.665.740
Resultado operacional		187.960.748	273.035.942	371.146.555	484.077.910	692.741.337

Gastos no operacionales (gastos financieros)		-8.931.450	-7.355.875	-5.580.477	-3.579.915	-1.325.631
Resultado antes de impuestos		179.029.298	265.680.067	365.566.078	480.497.995	691.415.706
Impuesto a la renta		-59.079.668	-87.674.422	-120.636.806	-158.564.338	-228.167.183
Resultado neto	-289.487.011	119.949.629	178.005.645	244.929.272	321.933.657	463.248.523
Depreciación maquinaria y equipo		5.520.000	5.520.000	5.520.000	5.520.000	5.520.000
Amortización del diferido		15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
Amortización de la deuda		-12.423.220	-13.998.795	-15.774.192	-17.774.755	-20.029.039
Flujo de fondos netos del inversionista	-289.487.011	128.046.410	184.526.850	249.675.080	324.678.902	463.739.485

Fuente: Elaboración Propia

Punto de equilibrio

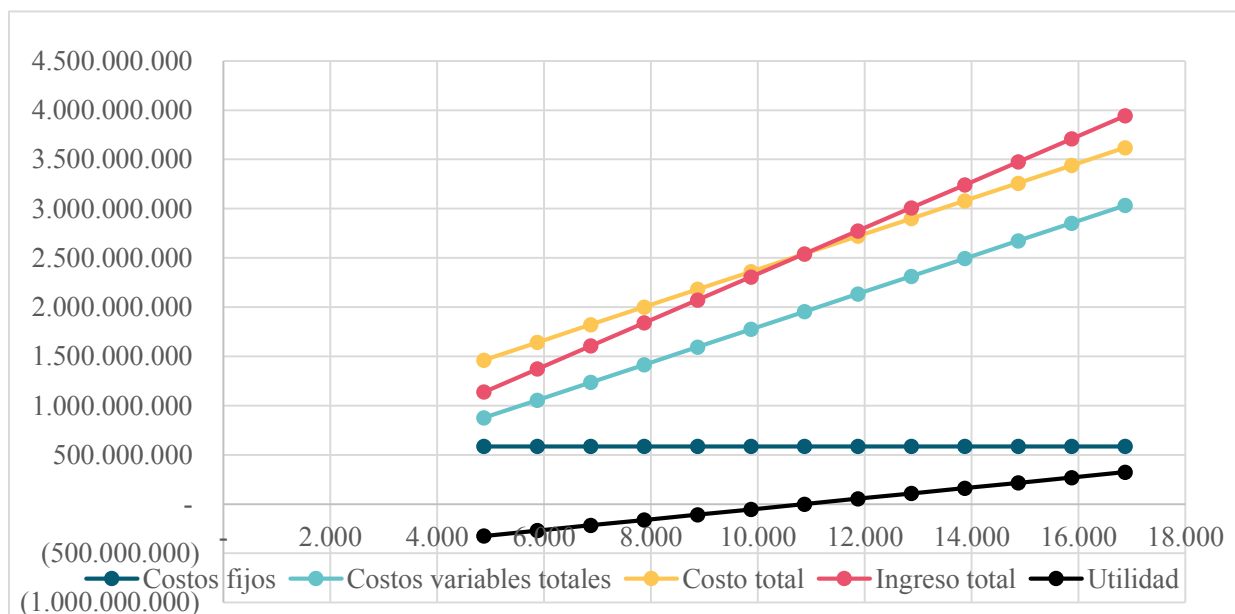
El punto de equilibrio en cantidades es 10.874 kg

Tabla 20 Calculo punto de equilibrio

Q	Costos fijos	Costos variables totales	Costo total	Ingreso total	Utilidad
7.874	586.220.916	1.414.971.296	2.001.192.212	1.839.462.684	-161.729.527
8.874	586.220.916	1.594.670.771	2.180.891.687	2.073.072.002	- 107.819.685
9.874	586.220.916	1.774.370.245	2.360.591.161	2.306.681.319	-53.909.842
10.874	586.220.916	1.954.069.720	2.540.290.636	2.540.290.636	0
11.874	586.220.916	2.133.769.195	2.719.990.111	2.773.899.954	53.909.842
12.874	586.220.916	2.313.468.670	2.899.689.586	3.007.509.271	107.819.685
13.874	586.220.916	2.493.168.145	3.079.389.061	3.241.118.588	161.729.527

Fuente: Elaboración Propia

Grafica 6 Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración Propia

Evaluación del proyecto

Evaluación del proyecto			
TIR	62%	> 15%	Proyecto es factible
VAN	145.520.462	>1	Proyecto es factible

Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones

- El proyecto cuenta con una gran acogida en el mercado internacional, claramente se puede evidenciar la demanda insatisfecha en países no productores de panela, por lo que las importaciones van creciendo en una gran proporción, considerándose una buena oportunidad para acrecentar la oferta local.
- La producción del municipio de Togüi está en condición de iniciar procesos de exportación, aunque se debe invertir en tecnología el sector está preparado para cubrir parte de la demanda estadounidense de este endulzante natural.
- Reducir los intermediarios es una estrategia de disminución de costos bastante efectiva ya que el producto entra al mercado internacional con una estrategia competitiva de un precio asequible.
- La ayuda de una comercializadora internacional aporta a la relación del sector panelero con entidades estatales que brinden apoyo a la venta en el exterior como PROCOLOMBIA y Fedepanela, además es una buena alternativa para los pequeños productores del municipio de llevar su producto al mercado internacional.
- Llevar a cabo este proyecto es factible, genera un gran margen de rentabilidad siendo este una oportunidad de inversión, tiene un buen impacto de crecimiento a la sociedad, a los productores y empresarios del municipio de Togüi y además contribuye a cumplir los objetivos propuestos por la Federación Nacional de productores de panela.

Bibliografía

AGRONEGOCIOS. (s.f.). *Finagro*. Obtenido de <https://www.finagro.com.co/noticias/panela-le-apuesta-diversificar-sus-mercados>

AMAZON. (2020). Obtenido de <https://www.amazon.com/Estados-Unidos/>

Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF). (Noviembre de 2014). *Costos de Transporte, Multimodalismo y la competitividad de Colombia*. Obtenido de Infraestructura:

[http://www.infraestructura.org.co/bibliotecas/DAE/Costos%20de%20Transporte,%20Multimodalismo%20y%20Competitividad%20en%20Colombia%20\(ANIF%20Nov-2014\).pdf](http://www.infraestructura.org.co/bibliotecas/DAE/Costos%20de%20Transporte,%20Multimodalismo%20y%20Competitividad%20en%20Colombia%20(ANIF%20Nov-2014).pdf)

ASOPATBOY. (s.f.). *Boyacá territorio de sabores* . Obtenido de <https://www.boyacaterritoriodesabores.com/factories/18>

Banco de la república. (2020). *Banco de la República*. Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/es/proyecciones-macroeconomicas-analistas-locales-y-extranjeros>

BBC. (29 de 01 de 2019). *BBC NEWS*. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-47036609>

Cámara de Comercio de Tunja. (2019). *Panorama del sector panelero*. Jurisdicción CCT.

Datosmacro. (2019). *DATOSMACRO*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/usa-estados/nueva-york>

Fedepanela. (07 de 10 de 2019). *Fedepanela*. Obtenido de

<https://fedepanela.org.co/gremio/exportaciones-de-panela-crecieron-un-40-entre-enero-y-julio-de-2019/>

LEGISCOMEX. (2013). *Legiscomex*. Obtenido de

<https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/agroindustria-eeuu.pdf>

LEGISCOMEX. (2020). *LEGISCOMEX*. Obtenido de

<https://ezproxy.uan.edu.co:2394/ReporteDetallado/IndexEstadisticas/>

MASTERCARD. (14 de febrero de 2020). *Mastercard Biz Caribe*. Obtenido de

<https://www.mastercardbiz.com/caribbean/es/2020/02/14/como-exportar-alimentos-saludables-a-estados-unidos/>

Ministerio de ambiente y desarrollo rural. (12 de 2012). *MINAGRICULTURA*. Obtenido de

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Panela/Documentos/2012-12-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

Prochile. (Mayo de 2016). *Prochile*. Obtenido de [https://www.prochile.gob.cl/wp-](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2011/07/FMP_EEUU_Organicos_2016.pdf)

[content/uploads/2011/07/FMP_EEUU_Organicos_2016.pdf](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2011/07/FMP_EEUU_Organicos_2016.pdf)

Sistema de informacion panelero. (2019). *SIPA*. Obtenido de <http://www.sipa.org.co/>

Sistema de inteligencia de mercados SIM -Ministerio agricultura y desarrollo rural. (2004).

Panela monitor- Panela en E.E.U.U. Obtenido de

<http://www.panelamonitor.org/media/docrepo/document/files/perfil-de-producto-panela-estados-unidos.pdf>

TRADEMAP. (2019). *TRADEMAP*.

WHOLE FOODS MARKET. (2020). *WHOLE FOODS MARKET*. Obtenido de

<https://products.wholefoodsmarket.com/search?sort=relevance&store=10236>

<https://ezproxy.uan.edu.co:2394/ReporteDetallado/IndexEstadisticas/>

Nueva York 2020 | datosmacro.com.<https://datosmacro.expansion.com/paises/usa-estados/nueva-york>

Hernández-Nieto R, Gutiérrez MC, Moreno-Fernández F. Mapa hispano de los Estados Unidos 2017. doi:10.15427/OR035-11/2017SP

https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2011/07/FMP_EEUU_Organicos_2016.pdf

El. 2016-PROCHILE MIAMI FICHA DE MERCADO.

¿Cómo exportar alimentos saludables a Estados Unidos? - Mastercard Biz Caribe.

<https://www.mastercardbiz.com/caribbean/es/2020/02/14/como-exportar-alimentos-saludables-a-estados-unidos/>

<https://www.mincit.gov.co/ministerio/contratacion/docs/121-1.aspx>

EXPORTACIONES DE PANELA CRECIERON UN 40% ENTRE ENERO Y JULIO DE 2019 | Fedepanela. <https://fedepanela.org.co/gremio/exportaciones-de-panela-crecieron-un-40-entre-enero-y-julio-de-2019/>

Ivan J, Gonzalez A. *FACULTAD DE MINAS UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA SEDE MEDELLÍN*.; 2009.

Mosquera S, Carrera J, Villada H. Variables That Affect the Quality of the Processed Panela in the Department of Cauca. *Rev Fac Ciencias Agropecu*. 2007;5 (January 2018):17-27.

Editor CORPORACIÓN COLOMBIA INTERNACIONAL.<http://www.census.gov>

INIA. <https://www.inia.cl/>

Farfán KF, Santos Vega I, Guerrero SB, Morales WV, Arellano Sánchez K. *DISEÑO DE UNA LÍNEA DE PRODUCCIÓN DE PANELA GRANULADA*.

Características del mercado y el consumidor | TLC Exportador.<https://tlc-eeuu.procolombia.co/conozca-estados-unidos/caracteristicas-del-mercado-y-el-consumidor>

DIAN - MUISCA - OPERACION ADUANERA.

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces>

Cecilia Restrepo Fotos de La Autora de Este Artículo Historia de La Panela Colombiana, Su Elaboración y Propiedades.; 2007. www.condensan.org/e-foros/

Palacio Posada C, Sánchez Castro PJ, Empresas A de. Importación de panela en polvo y en sobres de sabores de Colombia hacia Argentina estudio realizado desde Buenos Aires - Argentina. *reponameRepositorio Inst EdocUR*.
<https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/5665>

EXPORTACIONES DE PANELA CRECIERON UN 40% ENTRE ENERO Y JULIO DE 2019 | Fedepanela. <https://fedepanela.org.co/gremio/exportaciones-de-panela-crecieron-un-40-entre-enero-y-julio-de-2019/>

(20) Al 2022, exportaciones de panela llegarían a unas 18.000 toneladas | Economía | Portafolio. <https://www.portafolio.co/economia/al-2022-exportaciones-de-panela-llegarian-a-unas-18-000-toneladas-521390>

Boyacá quiere ser el primero en panela - Boyacá 7 Días.
<https://boyaca7dias.com.co/2019/09/01/boyaca-quiere-ser-el-primero-en-panela/>

Social I, La EDE, En P. Estudio Del Mercado De La Panela En Colombia Y El Mundo. 1. Importancia Social Y Económica De La Panela En Colombia.
[http://www.minagricultura.gov.co/archivos/Sector Panelero Colombiano.pdf](http://www.minagricultura.gov.co/archivos/Sector%20Panelero%20Colombiano.pdf).

Superintendencia de Industria y Comercio. *Estudios de Mercado Estudio Elaborado Por La Delegatura de Protección de La Competencia.*; 2010.
http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/promocion_competencia/Estudios_Economicos/Panela2012.pdf

Acevedo RS. “*PLAN EXPORTADOR PANELA PULVERIZADA PARA ALEMANIA PARA LA ASOCIACIÓN COMUNITARIA Y PANELERA EL PORVENIR LEDY ROCIO CORREA PEÑA NATALIA PEREZ ARANGO*”. 2011.

AZÚCAR NO-CENTRIFUGADA (PANELA): PRODUCCIÓN MUNDIAL Y COMERCIO

Preparado Por Walter Jaffé.; 2012. www.panelamonitor.org

Farfán KF, Santos Vega I, Guerrero SB, Morales WV, Arellano Sánchez K. DISEÑO DE UNA LÍNEA DE PRODUCCIÓN DE PANELA GRANULADA.

Apéndice

Apéndice A: Matriz de preselección de países.

MATRIZ DE PRESELECCIÓN DE MERCADOS													
Partida arancelaria 1701.13.00.00													
VARIABLES	P	ESTADOS UNIDOS	C	R	ESPAÑA	C	R	ITALIA	C	R	FRANCIA	C	R
Importaciones totales desde el mundo a país seleccionado (Miles US\$)	15%	\$ 10.101	3	0,45	\$10.237	4	0,6	\$ 5.140	2	0,3	\$4.210	1	0,15
Principales proveedores	30%	Colombia 60% Mexico 10% Costa Rica 8,2% Peru 7%	4	1,2	Colombia 40,1% Francia 30,4% Portugal 14,3% Peru 6,7%	3	0,9	Croacia 29,3% Reino Unido 28,3 Colombia 19,9%	2	0,6	Costa Rica 19,1% Reino Unido 18,2% Brasil 9,9% Colombia 9,2%	1	0,3
Exportaciones colombianas a país seleccionado (Miles US\$)	20%	\$6.097	4	0,8	\$4.100	3	0,6	\$1.021	2	0,4	\$387	1	0,2
Nº de hispano-latinos (millones)	25%	59	4	1,0	1.5	3	3,00	0.24	2	2,00	0.4	1	0,25
Arancel general		3,50%			17%			4%			6%		
Arancel para Colombia	10%	\$0,00	4	0,4	0%	2	0,2	0%	3	0,3	0%	1	0,1
TOTAL	100%			3,85			2,3			1,6			0,75