



PLAN DE EXPORTACION DE CLAVEL EN FRESCO DE LA EMPRESA SANTA
LUCIA SAS DEL MUNICIPIO COMBITA HACIA LA CIUDAD DE MIAMI ESTADOS
UNIDOS

PRESENTADO POR:

WILLIAM ANDRÉS FUQUENE CANTOR

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL

TUNJA

2023

PLAN DE EXPORTACION DE CLAVEL EN FRESCO DE LA EMPRESA SANTA
LUCIA SAS DEL MUNICIPIO DE COMBITA HACIA LA CIUDAD DE MIAMI
ESTADOS UNIDOS

PRESENTADO POR:

WILLIAM ANDRÉS FUQUENE CANTOR

ASESORADO POR:

RICARDO AUGUSTO CARREÑO ESTUPIÑAN

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL

TUNJA

2023

AGRADECIMIENTOS

Quisiera expresar mi profundo agradecimiento a todos aquellos que han sido parte fundamental de este significativo trayecto académico.

En primer lugar, agradezco a mis profesores, cuya dedicación y conocimientos han sido la brújula que ha guiado mi crecimiento en el campo del comercio internacional. Su apoyo, orientación y desafíos constantes han sido esenciales para mi desarrollo profesional y personal. A la Universidad Antonio Nariño, en particular a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, mi reconocimiento por proporcionar el ambiente propicio para mi formación académica. La excelencia educativa y los recursos brindados han sido fundamentales en mi proceso de aprendizaje y crecimiento.

A todos aquellos que han formado parte de este proceso, ya sea directa o indirectamente, les agradezco sinceramente. Sus contribuciones, palabras de aliento y experiencias compartidas han enriquecido mi perspectiva y han sido crucial en la culminación de este proyecto académico. Este logro no habría sido posible sin la colaboración y el respaldo de cada persona involucrada. Este trabajo es un testimonio de la colaboración y del aprendizaje compartido, y dedico estos agradecimientos como expresión de mi profunda gratitud a todos los que han sido parte de esta travesía.

DEDICATORIA

Este trabajo de grado está dedicado a: A mis padres, José Nicolas Fuquene Molina y Maria Laurice Cantor Benitez y mi hermano, Nicolas Estiven Fuquene Cantor, quienes han sido mi fuente inagotable de apoyo, sabiduría y amor incondicional a lo largo de este viaje académico. Su constante aliento y sacrificios han sido la luz que ha guiado cada paso de mi trayectoria, y por ello, mi gratitud hacia ellos es infinita.

A mi querida abuela, cuyo cariño y sabiduría han sido un faro en mi vida. Sus palabras de aliento y sus experiencias han dejado una huella indeleble en mi corazón. Agradezco por su inspiración constante y por ser un ejemplo de fuerza y perseverancia.

En mi camino académico, no puedo dejar de reconocer la presencia divina que ha guiado cada paso. Agradezco a Dios por brindarme la fortaleza, la sabiduría y la paciencia necesarias para alcanzar este logro. Su gracia ha sido mi refugio y mi inspiración, y le doy gracias por ser mi roca en momentos de desafío y mi guía en momentos de alegría.

A todos aquellos que, de una u otra manera, han contribuido a mi crecimiento académico y personal, les expreso mi sincero agradecimiento. Este logro no habría sido posible sin el apoyo de quienes me rodean, y estoy profundamente agradecido por cada aporte, palabra amable y gesto de aliento.

RESUMEN

El presente estudio se enfoca teniendo en cuenta la data histórica suministrada por la Empresa Santa Lucia SAS, se hace un análisis a profundidad de las posibilidades de posicionamiento en el mercado internacional, llevando a cabo el planteamiento de un Plan de Marketing internacional, dentro del mismo se formularon variables, se recopilaron datos generales para construir matrices de selección con el fin de determinar no solo el segmento del mercado al que se quería llegar sino también, sino estratégicamente escoger al tipo de cliente al que se le quiere exportar claveles tipo exportación. Se concluye en un plan exportador de clavel en fresco de la empresa distribuidora, ubicada en el municipio de Combita, Boyacá, con destino a la ciudad de Miami, Estados Unidos. Aprovechando las condiciones climáticas y geográficas favorables de la región, se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo para evaluar la viabilidad de exportar claveles frescos y agregar valor a este producto colombiano en el mercado internacional.

La investigación destaca la cercanía geográfica entre Colombia y Estados Unidos, lo que reduce los costos de transporte y aumenta la eficiencia del negocio. A través de un análisis de mercado, se ha confirmado la demanda de claveles frescos en Estados Unidos, respaldando la decisión estratégica de exportar hacia Miami. Factores como la logística internacional y los tratados comerciales vigentes se han considerado para respaldar la factibilidad y éxito de las negociaciones. Este proyecto no solo se presenta como una oportunidad de negocio rentable para Santa Lucía SAS, sino también como una iniciativa que puede impulsar el desarrollo económico y social de Combita. La diversificación de la oferta exportable de la región y la consolidación de la empresa como un proveedor confiable en el mercado internacional son metas fundamentales de este proyecto.

ABSTRACT

The present study focuses on an in-depth analysis considering the historical data provided by the company Santa Lucia SAS. It examines the possibilities of positioning in the international market by formulating an international marketing plan. Variables were proposed, and general data was collected to build selection matrices, aiming not only to determine the market segment to target but also strategically selecting the type of customer for exporting export-type carnations. The study concludes with an export plan for fresh carnations from the distributing company located in the municipality of Combita, Boyacá, destined for the city of Miami, United States.

Taking advantage of the favorable climatic and geographical conditions of the region, a thorough analysis has been carried out to assess the feasibility of exporting fresh carnations and adding value to this Colombian product in the international market. The research emphasizes the geographical proximity between Colombia and the United States, reducing transportation costs and increasing business efficiency. Through a market analysis, the demand for fresh carnations in the United States has been confirmed, supporting the strategic decision to export to Miami.

Factors such as international logistics and existing trade agreements have been considered to support the feasibility and success of the negotiations. This project not only presents itself as a profitable business opportunity for Santa Lucía SAS but also as an initiative that can drive the economic and social development of Combita. The diversification of the region's exportable offerings and the consolidation of the company as a reliable provider in the international market are fundamental goals of this project.

Contenido

INTRODUCCION	13
1. PRELIMINARES	14
1.1. Estado del arte	14
1.2. Planteamiento del problema	16
1.3. Justificación	17
1.4. Objetivos	18
1.4.1. Objetivo general.....	18
1.4.2. Objetivos específicos	18
1.5. Marco conceptual	18
1.6. Marco teórico	20
1.6.1. Teoría	20
2. METODOLOGIA	22
2.1. Fuentes de información.....	22
2.2. Técnicas e instrumentos para recolectar la información	22
2.3. Técnicas e instrumentos para analizar la información	22
2.4. Fuentes de información primaria.....	22
2.5. Fuentes de información secundarias	23
2.6. Definición y justificación del tipo de estudio	23
3. ESTUDIO DE MERCADO	24
3.1. Análisis de los antecedentes	24
3.1.1. Producto	24
3.1.1.1. Nomenclatura arancelaria.....	26

3.1.2.	Análisis de la demanda.....	27
3.1.2.1.	Preselección de mercado	29
3.1.3.	Características del consumidor.....	35
3.1.4.	Análisis de la oferta	35
3.1.5.	Análisis de precios	39
3.1.6.	Sistemas de comercialización.....	41
3.1.6.1.	Clasificación de los canales de distribución	41
3.1.6.2.	Canales de comercialización de clavel en fresco en Estados Unidos.....	44
4.	ESTUDIO TECNICO	46
4.1.	Localización.....	46
4.1.1.	Macro Localización en Origen	46
4.1.2.	Microlocalización en Origen	47
4.1.3.	Macro localización en Destino	49
4.2.	Ingeniería del proyecto	54
4.2.1.	Proceso de exportación pasos a seguir	54
4.2.2.	Logística.....	54
4.2.3.	Empaque y Embalaje del producto	55
4.2.4.	Unitarización	56
4.2.5.	Unitarización	57
4.2.6.	Transporte.....	58
4.2.7.	Aeropuertos de origen y destino	60
4.2.8.	Documentos.....	61
5.	ESTUDIOS ADMINISTRATIVOS.....	62
5.1.	Estructura organizacional.....	62
5.2.	Planeación estratégica.....	62
5.2.1.	Misión, Visión, DOFA.....	62
6.	ESTUDIO LEGAL.....	64

6.1.	Tipo de empresa a crear o reestructurar	64
6.2.	Requisitos legales o constitución o reestructuración minuta de constitución o reestructuración.....	64
6.3.	Normatividad.....	65
6.3.1.	Requisitos en país de origen	65
6.3.2.	Requisitos en país de destino.....	66
7.	ESTUDIO FINANCIERO.....	68
7.1.	Inversiones y fuentes de financiación	68
7.2.	Presupuestos de ingresos, costos, gastos.....	69
7.3.	Determinación de los costos unitarios de exportación o importación	71
7.4.	Estado de resultados del proyecto	73
7.5.	Flujo de caja del proyecto	74
8.	EVALUACIÓN FINANCIERA	78
8.1.	Valor presente neto (VPN)	78
8.1.1.	Valor presente neto (VPN) sin financiamiento.....	79
8.2.	Tasa interna de retorno (TIR)	79
8.2.1.	Tasa interna de retorno (TIR) con financiamiento	79
8.2.2.	Tasa interna de retorno (TIR) sin financiamiento	80
8.3.	Periodo de recuperación de la inversión (PRI).....	80
8.3.1.	Periodo de recuperación de la Inversión (PRI) sin financiamiento.....	80
8.3.2.	Periodo de recuperación de la Inversión (PRI) con financiamiento.....	81
8.4.	La razón de ingreso de la inversión	82
8.4.1.	La razón ingreso a la inversión con financiamiento.....	82
8.4.2.	La razón ingreso a la inversión sin financiamiento.....	82

9. RELACIÓN COSTO-BENEFICIO	83
9.1. Relación costo-beneficio con financiamiento	83
9.1.1. Relación costo-beneficio sin financiamiento.....	84
9.2. Análisis de sensibilidad.....	84
9.3. Análisis de riesgo	86
10. Impacto social y ambiental	87
Conclusiones	89
Recomendaciones	90

Tabla de ilustraciones

Tabla 1. Ficha técnica del producto	25
Tabla 2. Principales Países importadores a nivel mundial.....	27
Tabla 3. Principales Países importadores de Colombia.....	28
Tabla 4. Matriz selección de mercado.....	29
Tabla 5 Principales exportadores de clavel en fresco a nivel mundial	36
Tabla 6 Principales exportadores de clavel en fresco.....	39
Tabla 7 Precios del clavel.....	39
Tabla 8 Cuantificación de Factores para la micro localización país Destino	51
Tabla 9 Proceso de exportación	54
Tabla 10 Presupuesto de las inversiones y fuentes de financiamiento	68
Tabla 11 Presupuesto de gastos operacionales de administración	69
Tabla 12 Presupuesto mensual de gastos administrativos	69
Tabla 13 Presupuesto de gastos operacionales de ventas	70
Tabla 14 Presupuesto mensual de gastos de ventas	71
Tabla 15 Información básica de matriz de costos	72
Tabla 16 Matriz de costos de exportación CIF mensual.....	73
Tabla 17 Estado de pérdidas y ganancias	74
Tabla 18 Flujo de fondos del proyecto	74
Tabla 19 Información para el análisis del punto de equilibrio.....	75
Tabla 20 Análisis del punto de equilibrio.....	75
Tabla 21 Cálculo VPN con financiamiento	78
Tabla 22 Cálculo VPN sin financiamiento	79
Tabla 23 Cálculo TIR con financiamiento.....	79

Tabla 24 Cálculo TIR sin financiamiento.....	80
Tabla 25 Cálculo PRI sin financiamiento.....	81
Tabla 26 Cálculo PRI con financiamiento.....	81
Tabla 27 Razón de ingreso a inversión proyecto con financiamiento.....	82
Tabla 28 Razón de ingreso a inversión proyecto sin financiamiento.....	83
Tabla 29 Razón beneficio costo proyecto sin financiamiento.....	84
Tabla 30 Análisis de sensibilidad.....	84

INTRODUCCION

En un mundo cada vez más globalizado y conectado, las oportunidades de expansión comercial se presentan como una vía imprescindible para el crecimiento sostenible de las empresas. En este contexto, estudiar la factibilidad de un plan exportador de clavel de la empresa Santa Lucía SAS, una flor emblemática que encarna la belleza, elegancia y pasión que caracteriza el producto (Arguello & Flores, 2021). Con una trayectoria consolidada en el mercado local como productores de flores de alta calidad, este producto, conocido por su variada gama de colores y su durabilidad, es una elección estratégica para este plan, ya que su demanda se extiende a lo largo y ancho a nivel global.

El clavel hace parte del mercado de flores en el mundo, la diversidad geográfica en Colombia actualmente tiene un papel importante en dicha producción, cuenta con 7.290 ha cultivadas en alturas desde los 2200 a los 2600 msnm, siendo de esta manera cosechadas en climas fríos-moderados dando beneficios en cuanto a producción de calidad, innovación y sostenibilidad en un tiempo corto bajo invernadero en los departamentos de influencia; Boyacá, Cundinamarca, Antioquia, Valle del Cauca, Risaralda y Caldas (DANE, 2023). En este plan, se delinea cada paso para llevar a conquistar nuevos horizontes. Desde el análisis exhaustivo de los mercados potenciales y la adaptación de las prácticas agrícolas a estándares internacionales, hasta la creación de alianzas estratégicas con distribuidores y la implementación de un sólido plan logístico.

En esta circunstancia, se ha planteado la posibilidad de analizar si es viable exportar claveles de la empresa Santa Lucia SAS desde Boyacá hacia los mercados internacionales. Para lograrlo, se realizarán investigaciones en áreas como el mercado, aspectos técnicos, administrativos, legales y financieros. Estos estudios ayudarán a determinar si este proyecto es factible y si puede generar ganancias.

1. PRELIMINARES

1.1. Estado del arte

- En la industria floricultora, el proceso de producción debe llevarse a cabo de manera completamente impecable. Esto se debe a que implica una serie de etapas físicas y manuales, desde la siembra hasta la entrega final de las flores, con el objetivo de asegurar que el producto cumpla con las expectativas positivas de calidad. Las inspecciones y la preservación de la producción de flores se centran en aspectos como el tamaño, el color, la altura, la forma y la cantidad de producción. Es responsabilidad del vendedor garantizar la protección y la calidad de las flores, ya que deben entregarse al cliente final cumpliendo con las especificaciones acordadas previamente durante la negociación (Romero, 2021).

- La floricultura en Colombia se destaca como una de las actividades económicas más significativas en la actualidad. De hecho, representa el cultivo de exportación agrícola no tradicional más influyente a nivel nacional. Colombia ha logrado posicionarse como el líder mundial en la exportación de claveles y bouquets, con un impresionante 85% de estos productos dirigidos a los Estados Unidos, según lo informado por Asocolflores. Los datos que ilustran la relevancia de la industria de las flores en Colombia son notables. El país ocupa el segundo lugar a nivel global en la exportación de flores frescas cortadas, solamente superado por Holanda, y es el principal proveedor de flores a los Estados Unidos. Este éxito comercial se traduce en un negocio rentable que contribuye de manera significativa a la economía y la generación de empleo en Colombia (Lulle, 2023).

- El plan de negocios para la comercialización y exportación de rosas a Estados Unidos tuvo como objetivos principales la investigación del entorno en el que opera la floricultura ecuatoriana en el mercado estadounidense, la formulación de estrategias que faciliten la entrada de la empresa a mercados internacionales cumpliendo con estándares y regulaciones, así como la realización de un análisis administrativo, operativo y financiero para evaluar la viabilidad del proyecto. Para llevar a cabo este proceso, se aplicó una metodología basada en un enfoque cuantitativo descriptivo que permitió identificar la población y la muestra del estudio, un enfoque exploratorio que apoyó en la recopilación de datos, y la observación que desempeñó un papel crucial en los procesos relacionados con la exportación de las rosas. Además, se empleó información secundaria de tipo bibliográfica para determinar los niveles de demanda, preferencias y gustos de los clientes en el estado de Florida (Tiglla, 2023).

- La elaboración de un Plan Estratégico Exportador para la Región de Boyacá resulta crucial para su proyecto de exportación de claveles a los Estados Unidos. Este plan permitirá identificar de manera precisa los mercados objetivo en los Estados Unidos, asegurar el cumplimiento de normativas y estándares internacionales, diseñar estrategias de marketing efectivas, establecer alianzas comerciales estratégicas y optimizar la cadena de suministro. Estas acciones beneficiarán su proyecto al proporcionar acceso a un mercado más amplio y diversificado, aumentar la competitividad al resaltar la calidad de los claveles de Boyacá, reducir riesgos asociados a la exportación y sentar las bases para un crecimiento sostenible y exitoso en el mercado estadounidense (Bogota, 2023).

1.2. Planteamiento del problema

El presente proyecto se enmarca en la necesidad de la empresa Santa Lucia SAS de establecer un plan exportador de clavel a pesar del éxito y reconocimiento que la empresa ha alcanzado en el mercado local como productores de flores de alta calidad, es evidente que existe un desafío en la necesidad de diversificar y ampliar las fuentes de ingresos. La dependencia del mercado nacional la exponen a riesgos económicos y limita el potencial de crecimiento. Para contrarrestar esta situación, se hace imperativo explorar nuevas oportunidades en mercados internacionales.

Además, resulta relevante señalar que, en el mercado global de flores, Estados Unidos se destaca como el principal importador con 669.997 toneladas para el año 2022, seguido por Japón con 172.850 toneladas importadas, Países Bajos en tercer lugar con 104.071 toneladas, Reino Unido en cuarto lugar con 59.042 toneladas y en seguida Polonia con 42.678 toneladas importadas (TradeMap, 2023). Esta estructura de demanda refleja la oportunidad estratégica que representa enfocar nuestros esfuerzos de exportación hacia mercados fuera de las fronteras nacionales. Sin embargo, es esencial reconocer que cada uno de estos mercados posee características únicas en términos de preferencias, regulaciones y competencia, lo que demanda un enfoque individualizado para asegurar una entrada exitosa y una penetración sostenible para el mercado internacional.

Otro desafío radica en la competencia global. El clavel, a pesar de sus cualidades destacadas, se enfrenta a la rivalidad de otras variedades de clavel y productos sustitutos en los mercados internacionales. Por lo tanto, el plan exportador debe diseñarse de manera estratégica para resaltar las características únicas.

1.3. Justificación

La exportación del sector floricultor es el segundo exportador mundial de flores, siendo el primer exportador de claveles generando un importante ingreso de divisas al país con alrededor 1.423 millones de USD para 2021, La iniciativa de implementar un plan exportador de clavel por parte de la empresa Santa Lucia SAS la cual tiene una serie de consideraciones estratégicas y ventajas potenciales que prometen un impacto significativo en el desarrollo económico y sostenibilidad de la empresa (Minagricultura, 2023). El Ministerio en los últimos años ha ido realizando un trabajo mancomunado con el sector floricultor para fortalecer su competitividad, consolidar nuevos productos y posicionar las flores y follajes colombianas en el exterior, en este contexto, los claveles de la empresa Santa Lucia SAS se presenta como una alternativa atractiva, ya que permite ofrecer un valor agregado y diversificar la oferta exportable de Colombia.

En Colombia se destaca a nivel mundial por la gran variedad de flores, ya que ha evolucionado tecnológicamente durante los últimos años, lo cual ha permitido el crecimiento de la producción, mejora constante en procesos, seguimiento y control de plagas permitiendo de tal manera la facilidad de certificados fitosanitarios logrando un acceso a un nuevo mercado (Legiscomex, 2023). Logrando resultados debido a condiciones climáticas y geográficas favorables que ofrece la región para el cultivo y producción de esta flor como lo es el clavel.

De tal manera, se aspira a fomentar el progreso económico tanto a nivel local como nacional. Esto se logrará mediante la implementación de estrategias que promuevan la producción sostenible de productos agrícolas de alta demanda y calidad. Al enfocarse en cultivos como el clavel, se busca no solo fortalecer la región de Boyacá como un epicentro

de cultivo de claveles de primera categoría, sino también contribuir al crecimiento económico global de Colombia.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Evaluar la viabilidad de exportar clavel en fresco de la empresa Santa Lucia SAS del municipio de Combita Boyacá hacia la ciudad de Miami Florida, Estados Unidos

1.4.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para evaluar la viabilidad de la exportación de clavel en fresco.
- Definir los aspectos técnicos necesarios para la realizar correctamente la exportación de clavel en fresco.
- Realizar un estudio de administrativo de la empresa Santa Lucia SAS para llevar a cabo el plan exportador.
- Identificar el marco legal que se debe llevar a cabo en el proceso de la investigación.
- Realizar un estudio financiero para evaluar la viabilidad económica del proyecto.
- Analizar el impacto social y ambiental del proyecto.

1.5. Marco conceptual

- Acuerdos comerciales: es el acuerdo entre dos o más partes, donde se hace el intercambio de bienes, servicios o inversiones. Al igual que beneficios como reducción de barreras comerciales y reducción de aranceles (TLC, 2023).
- Arancel: es un impuesto al producto que se tiene que pagar al Estado a través de la aduana para regular la entrada y salida de mercancías de un país (TLC, 2023).

- Barreras comerciales: son medidas adoptadas por países con el fin de proteger las economías nacionales y sus sociedades, y que restringen las importaciones de otros países (Procolombia, 2023).
- Clavel: El clavel o clavelina es una planta herbácea perteneciente a la familia de las Caryophyllaceae, es considerada como flor del agua, difundida en las regiones mediterráneas (Infoagro, 2023).
- Exportación: Es la salida de toda mercancía del territorio aduanero nacional con destino a otro país, como también a una zona franca o a un depósito franco (Procolombia, 2023).
- Franquicia: Es el contrato de compraventa mercantil donde el vendedor no solo quiere vender las mercancías, quiere seguirlas hasta su reventa al consumidor final (UNAM, 2023).
- Holding: Es la empresa que dedica parte de sus fondos a la adquisición de participaciones mayoritarias en otras empresas con el animo de controlarlas, dirigirlas y obtener resultados de interés común (Minagricultura, 2023).
- Joint venture: una empresa en la cual dos o mas partes comparten los riesgos financieros y la toma de decisiones por medio de una participación conjunta de capitales en una empresa común (UNAM, 2023).
- Trafico fronterizo: La vinculación entre las partes (países del acuerdo) se limita a las ventajas recíprocas que pueden concederse para fomentar el intercambio comercial entre ellas. Se trata de facilitar el movimiento fronterizo de mercancías (UNAM, 2023).

1.6. Marco teórico

Con el fin de fundamentar el presente plan de exportación de clavel del departamento de Boyacá hacia el mercado internacional, se ha considerado la ventaja comparativa como punto fundamental de partida. Esta ventaja comparativa refleja la situación tanto del departamento de Boyacá como de Colombia en lo que respecta a la exportación de productos.

1.6.1. Teoría

La teoría de la ventaja comparativa es un concepto económico desarrollado por el economista británico David Ricardo en el siglo XIX. Esta teoría explica cómo los países pueden beneficiarse al participar en el comercio internacional, incluso si un país es menos eficiente en la producción de todos los bienes en comparación con otro país. La ventaja comparativa se basa en la idea de que los países tienen diferencias en sus costos de producción debido a diversos factores, como recursos naturales, mano de obra, tecnología y capital. En lugar de que un país intente producir todos los bienes que necesita de manera autárquica, la teoría de la ventaja comparativa sugiere que los países deben especializarse en la producción de aquellos bienes en los que son relativamente más eficientes en términos de costos (SCHOOL, 2023).

Los aspectos clave de la teoría de la ventaja comparativa son: costos de oportunidad: La ventaja comparativa se basa en los costos de oportunidad, que representan lo que un país debe sacrificar en términos de producción de un bien para producir más de otro bien. Si un país tiene un menor costo de oportunidad en la producción de un bien en comparación con otro país, se considera que tiene una ventaja comparativa en ese bien. Especialización: La teoría sostiene que los países deben especializarse en la producción de

bienes en los que tengan una ventaja comparativa. Al hacerlo, pueden producir más eficientemente y a un costo más bajo que si intentaran producir todos los bienes por sí mismos. Comercio internacional: La ventaja comparativa da lugar al comercio internacional, donde los países especializados en la producción de ciertos bienes exportan esos bienes a otros países, y a su vez importan bienes en los que otros países tienen una ventaja comparativa. Beneficios mutuos: La teoría sugiere que el comercio basado en la ventaja comparativa puede generar beneficios mutuos para todos los países involucrados. Cada país puede adquirir bienes a un costo más bajo que si los produjera internamente, lo que mejora la eficiencia y permite a los consumidores acceder a una variedad más amplia de productos (SCHOOL, 2023). La teoría comparativa se aplica con éxito al caso de la exportación de claveles de la empresa Santa Lucia desde Boyacá debido a sus ventajas inherentes en la especialización y eficiencia en la producción. El departamento, reconocido por su clima y suelo propicios para el cultivo de flores, se ha destacado en la producción de claveles de alta calidad. Sin embargo, no todos los países tienen las mismas condiciones favorables para el cultivo de esta flor.

Mediante la teoría comparativa, Boyacá puede identificar sus ventajas comparativas en la producción de claveles y enfocarse en este sector, mientras importa otros productos en los que no tiene la misma eficiencia. Al especializarse en la producción de claveles, la región puede aumentar su productividad y reducir costos, lo que a su vez mejora su competitividad en el mercado internacional.

2. METODOLOGIA

2.1. Fuentes de información

En esta investigación, se expone como fuente de información primaria se tomará como población y muestra a los productores de claveles en el departamento de Boyacá. La información se caracterizará a partir de fuentes secundarias y se establecerán elementos relevantes para llevar a cabo el estudio de viabilidad de exportación de claveles de la empresa Santa Lucia SAS al mercado internacional.

2.2. Técnicas e instrumentos para recolectar la información

Los tipos de instrumentos que se utilizarán para recolectar información en este proyecto es por medio de documentos, ya que se hará uso de información detallada obtenida de bases de datos y estadísticas provenientes de fuentes como páginas web, publicaciones institucionales, trabajos de grado, estudios o artículos relacionados con la pregunta de investigación, así como otros documentos que contribuyan a la ejecución del proyecto

2.3. Técnicas e instrumentos para analizar la información

La técnica que se implementó para analizar la información es la estadística descriptiva, lo cual permitirá examinar y detallar la información obtenida, como indicadores macroeconómicos y microeconómicos, ingreso per cápita, consumo per cápita, población e indicadores económicos.

2.4. Fuentes de información primaria

En este estudio la fuente de información primaria clave utilizada en el estudio sobre la exportación de claveles desde el municipio de Combita es, sin duda alguna, la empresa Santa Lucía SAS. Dado que esta compañía está directamente involucrada en la actividad de

producción de claveles, su conocimiento y datos internos constituyen una fuente fundamental para obtener información precisa y detallada sobre este proceso. La colaboración directa con Santa Lucía SAS permite una comprensión profunda de su participación en el plan de exportación de claveles, sus prácticas comerciales, mercados objetivo y cualquier otra información relevante relacionada con este sector.

2.5. Fuentes de información secundarias

En este estudio se utilizaron fuentes de información secundarias para estadísticas, procesos productivos y el análisis de datos, tales como:

- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).
- El Banco Mundial.
- Trade Map.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).
- Gobernación de Boyacá.
- Datos macro.
- Ministerio de Agricultura.
- Legis Comex.
- MINCIT

2.6. Definición y justificación del tipo de estudio

El tipo de estudio propuesto para el proyecto de plan exportador de clavel de la empresa Santa Lucia SAS es un "Estudio de Viabilidad y Factibilidad de Exportación". Este estudio tiene como objetivo principal analizar de manera exhaustiva la viabilidad económica, técnica y comercial de expandir la comercialización de la flor de clavel hacia el mercado internacional.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Análisis de los antecedentes

3.1.1. Producto

Clavel en fresco (*Dianthus caryophyllus*)

- DESCRIPCION: El clavel, conocido científicamente como *Dianthus caryophyllus*, es una flor emblemática apreciada por su belleza y fragancia. Esta planta herbácea, nativa de la región mediterránea, presenta tallos erectos y hojas verde grisáceas. Sus flores, la característica más destacada, se componen de pétalos dentados que pueden variar en color desde blanco puro, pasando por una gama de tonos rosa, rojo, amarillo y naranja, hasta llegar a matices morados. Además de su diversidad cromática, los claveles también varían en tamaño y forma. Con su agradable perfume y durabilidad excepcional como flor cortada, el clavel es una elección popular en arreglos florales y ramos de flores, y su simbolismo abarca desde el amor y la gratitud hasta el luto y la resistencia en diversas culturas (Infoagro, 2023).
- USOS
 - Decoración Floral: Los claveles son una opción popular en arreglos florales, ramos de novia y decoración de eventos debido a su belleza, variedad de colores y fragancia agradable.
 - Regalos: Los claveles se regalan comúnmente como gesto de amor, amistad o agradecimiento debido a su simbolismo positivo en muchas culturas.
 - Eventos Especiales: Los claveles se utilizan en ocasiones especiales como bodas, aniversarios y funerales debido a su versatilidad y significados

simbólicos, que pueden variar desde el amor y la gratitud hasta el luto y la memoria.

- Aromaterapia: El aceite esencial de clavel se utiliza en aromaterapia debido a sus propiedades relajantes y su aroma agradable.
- Ingredientes Culinarios: En algunas culturas, los pétalos de clavel se utilizan para dar sabor y aroma a platos y bebidas, como té y licores.
- Medicina Tradicional: En la medicina tradicional, se ha utilizado el clavel por sus posibles propiedades medicinales, como aliviar problemas digestivos y proporcionar beneficios antiinflamatorios.
- Productos Cosméticos: El extracto de clavel se encuentra a veces en productos cosméticos y de cuidado de la piel debido a sus propiedades para calmar y refrescar la piel.
- Perfumería: El aroma dulce y picante de los claveles se utiliza en la industria de la perfumería como nota de fragancia.
- Jardinería: Los claveles son una opción popular en jardinería ornamental debido a su facilidad de cultivo y su capacidad para añadir color y fragancia a los jardines.
- Investigación Científica: Los científicos a menudo estudian el clavel y otras flores para comprender mejor la genética y la biología floral.

Tabla 1. Ficha técnica del producto

Ficha técnica		 <p data-bbox="1019 1850 1401 1881">Fuente: Empresa Santa Lucia</p>
---------------	--	--

Producto	Clavel (<i>Dianthus caryophyllus</i>)	
Partida arancelaria	0603.12.00.00	
Descripción del proceso del producto	La planta de clavel después de sembrada tardará entre 23 y 27 semanas para empezar su producción	
Variedades	Dianthus sinensis, Dianthus barbatus, Dianthus hyssopifolius	
Características del producto	Color	Rojo, Blanco, Rosado, Porpura
	Olor	Fresco, no tiene olores extraños
	Textura	Esponjosa
Material del empaque	Ramos	25 tallos
	Cajas Tabacos	En cantidad de 12 ramos
	Cajas Cuartos	En cantidad de 8 ramos
Almacenaje	Se recomienda almacenar el clavel en un lugar limpio, fresco y constante a temperaturas de 2°C a 4°C. Es importante contar con las condiciones fitosanitarias del lugar, es decir; libres de materiales u olores que puedan contaminar el producto.	
Vida útil	De una a dos semanas en floración	
Transporte	Mantener la temperatura y la humedad controladas durante el viaje y evitar cambios drásticos de temperatura	
Uso previsto	Son flores cultivadas con cuidado y enviadas a países de todo el mundo para su uso en arreglos florales, decoración de eventos, y como gestos de regalo y afecto.	

Fuente: Elaboración del autor

3.1.1.1. Nomenclatura arancelaria

DESCRIPCION: Plantas vivas y productos de la floricultura Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma. - Frescos Claveles en Miniatura

Ilustración 1 Partida arancelaria

Perfil de la mercancía

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	0603.12.10.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Plantas vivas y productos de la floricultura Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma. - Frescos: -- Claveles: --- Miniatura			01-ene-2007	...	
Unidad física	u - Unidades o artículos			01-ene-2007	...	

Fuente: (DIAN, 2023)

3.1.2. Análisis de la demanda

Tabla 2. Principales Países importadores a nivel mundial

Valor importado en miles de dólares americanos del código 0603.12.					
País importador	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Estados Unidos	1.528.934	1.603.909	1.535.291	2.162.344	2.464.317
Alemania	1.285.531	1.194.809	1.195.497	1.557.451	1.311.597
Países Bajos	992.720	989.160	1.038.341	1.280.700	1.084.562
Reino Unido	1.026.732	844.638	791.643	845.020	876.533
Francia	407.866	383.504	341.134	468.948	402.125
Mundo	8.856.223	8.641.362	8.196.571	10.232.447	9.847.686

Fuente: (TradeMap, 2023)

Según Trade Map, Estados Unidos se ha posicionado como el principal importador de clavel en el mundo durante los últimos cinco años, seguido por Alemania, Países Bajos, Reino Unido y Francia. En 2022, Estados Unidos registró un valor de importación de 2.464.217 miles de dólares, lo que lo convierte en el país que más importó este producto ese año. Con la información más actualizada disponible, se puede concluir que Estados Unidos ostenta la posición predominante como el principal comprador a nivel internacional de este producto.

Tabla 3. Principales Países importadores de Colombia

Importadores	Seleccione sus indicadores			
	Valor exportado en 2022 (miles de USD)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2018-2022 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportada entre 2018-2022 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2018-2022 (% p.a.)
Mundo	490467	-18	-18	5
Estados Unidos de América	344203	-20	-20	13
Canadá	24638	-5	-6	6
Países Bajos	20070	-7	-9	4
España	16177	-7	-9	7

Fuente: (TradeMap, 2023)

Según TradeMap, las importaciones a nivel mundial rondan (490,467 miles de dólares): Esta categoría representa las exportaciones de claveles colombianos a países que no se especifican por separado, el alto valor total indica que los claveles colombianos tienen una presencia significativa en mercados globales, en primer lugar, Estados Unidos (344,203 miles de dólares): Estados Unidos es el principal mercado de exportación de claveles colombianos en fresco. La proximidad geográfica y la demanda constante de flores frescas en Estados Unidos hacen que sea un socio comercial crucial para Colombia en este sector. La inversión en transporte y logística para garantizar la frescura de las flores es fundamental para mantener esta posición. Canadá (24,638 miles de dólares) representa otro mercado importante para las exportaciones de claveles colombianos, Países Bajos (20,070 miles de dólares): Los Países Bajos, conocidos por su industria de flores y plantas, son un mercado relevante para las exportaciones de claveles colombianos. Colombia puede beneficiarse de la experiencia y la infraestructura de este país en el comercio de flores. España (16,177 miles de dólares): España representa otro mercado europeo importante para

los claveles colombianos en fresco. A pesar de la competencia en el mercado europeo, España muestra una demanda sostenida por flores frescas y, por lo tanto, sigue siendo un mercado atractivo para Colombia.

3.1.2.1. Preselección de mercado

Tabla 4. Matriz selección de mercado

VARIABLE DEL PAIS	P	ESTADOS UNIDOS		
		DATOS	C	R
VARIABLES MACROECONOMICAS				
PIB 2023	10%	25,46 billones de dólares	5	0,5
PIB PER CAPITA 2023	5%	76.398 USD	5	0,25
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	Puesto N° 8	5	0,25
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	13.513 aeropuertos. 10 aerolíneas con Colombia	4	0,28
POBLACION 2023	5%	333, 28 Millones	4	0,2
IDIOMA	9%	Ingles	3	0,27
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	172.850	5	0,25
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2019-2022	10%	14%	5	0,5
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2018-2022	10%	8%	5	0,5

EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2022	10%	14.624	5	0,5
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	Colombia, Ecuador, México, Marruecos, Guatemala	3	0,12
ARANCEL GENERAL	7%	3,20%	4	0,28
ARANCEL PREFERENCIAL	13%	No aplica	4	0,52
TOTAL	100%	4,42		

VARIABLE DEL PAIS	P	JAPON		
		DATOS		R
VARIABLES MACROECONOMICAS			C	R
PIB 2023	10%	4,23 billones de dólares	3	0,3
PIB PER CAPITA 2023	5%	33.815 USD	2	0,1
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	Puesto N° 39	3	0,15
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	175 aeropuertos. 5 aerolíneas con Colombia	1	0,07
POBLACION 2023	5%	125, 12 Millones	3	0,15
IDIOMA	9%	Japones	2	0,18
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	104.071	4	0,2

CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2019-2022	10%	2%	1	0,1
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2018-2022	10%	2%	2	0,2
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2022	10%	3.820	1	0,1
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	Colombia, China, Ecuador, Viet Nam, Kenia	4	0,16
ARANCEL GENERAL	7%	No aplica	5	0,35
ARANCEL PREFERENCIAL	13%	No aplica	5	0,65
TOTAL	100%	2,71		

VARIABLE DEL PAIS	P	PAISES BAJOS		
		DATOS	C	R
VARIABLES MACROECONOMICAS				
PIB 2023	10%	991,11 mil millones	1	0,1
PIB PER CAPITA 2023	5%	55,985 USD	4	0,2
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	Puesto N° 42	1	0,05
CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	27 aeropuertos. 10 aerolíneas con Colombia	5	0,35
POBLACION 2023	5%	17,70 millones	1	0,05
IDIOMA	9%	Neerlandes	1	0,09

IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	100.542	3	0,15
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2019-2022	10%	9%	4	0,4
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2018-2022	10%	6%	4	0,4
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2022	10%	6.353	4	0,4
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	Colombia, Turkiye, Etiopía, Kenya, Ecuador	2	0,08
ARANCEL GENERAL	7%	8,5%	2	0,14
ARANCEL PREFERENCIAL	13%	0	2	0,26
TOTAL	100%	2,67		

VARIABLE DEL PAIS	P	ESPAÑA		
		DATOS	C	R
VARIABLES MACROECONOMICAS				
PIB 2023	10%	1,4 billones de dólares	2	0,2
PIB PER CAPITA 2023	5%	29,350 USD	1	0,05
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS	5%	Puesto N° 31	4	0,2

CONECTIVIDAD CON COLOMBIA	7%	152 aeropuertos. 8 aerolíneas con Colombia	3	0,21
POBLACION 2023	5%	47, 61 Millones	2	0,1
IDIOMA	9%	Español	5	0,45
IMPORTACIONES DEL PAIS SELECCIONADO AL RESTO DEL MUNDO 2020 EN MILES DE DOLARES	5%	18.470	2	0,1
CRECIMIENTO EN VALOR DE LAS IMPORTACIONES 2019-2022	10%	4%	3	0,3
CRECIMIENTO DE LAS IMPORTACIONES EN CANTIDAD 2018-2022	10%	0%	1	0,1
EXPORTACIONES DE COLOMBIA AL PAIS SELECCIONADO EN VALOR EN MILES DE DOLARES 2022	10%	4,165	3	0,3
PRINCIPALES PROVEEDORES	4%	Colombia, Países Bajos, Portugal, Ecuador, Italia	5	0,2
ARANCEL GENERAL	7%	8,50%	3	0,21
ARANCEL PREFERENCIAL	13%	0	3	0,39
TOTAL	100%	2,81		

Fuente: Elaboración del autor

En la matriz de selección de país, se resalta con claridad la atractiva viabilidad de establecer relaciones comerciales con Estados Unidos. Este país se distingue por su entorno propicio para los negocios, ocupando una posición en el puesto número 8 en el índice "Doing Business". Entre las ventajas que brinda este mercado se encuentran los tratados y acuerdos comerciales vigentes entre Colombia y Estados Unidos, lo que conlleva una significativa reducción en los aranceles y barreras comerciales. Además, Estados Unidos

cuenta con una infraestructura de transporte, con un total de 13,513 aeropuertos, lo que simplifica considerablemente la logística de exportación.

- Presentación país objetivo
 - Nombre oficial: Estados Unidos de América
 - Capital: Washington D. C.
 - Gentilicio: estadounidense.
 - Forma de Gobierno: república federal democrática. Los poderes están divididos en Ejecutivo, Legislativo y Judicial.
 - Presidente: Joe Biden
 - Superficie: 9.834 millones en km²
 - Población Total: 339,996,563 habitantes
 - Moneda: dólar estadounidense.

- Estados importadores más importantes de clavel en fresco en Estados Unidos

Según (Legiscomex, 2023) Miami es uno de los estados importadores más destacados de claveles en fresco en Estados Unidos, encabezando la lista con un impresionante volumen de 243,269,572 kg. Su posición geográfica estratégica y su clima favorable han contribuido significativamente a su capacidad para recibir y distribuir esta popular flor en todo el país. Nueva York también desempeña un papel importante en el mercado de claveles, con un respetable total de 129,020 kg importados. Por su parte, Washington se encuentra actualmente en proceso de negociación para aumentar su participación en la importación de claveles, lo que podría consolidar aún más la presencia de esta flor en Estados Unidos y beneficiar a los amantes de las flores en todo el país.

3.1.3. Características del consumidor

Durante la década de los noventa, la demanda de flores y follajes en el mercado de EE. UU. experimentó un constante aumento, consolidando a la floricultura y la horticultura como los segmentos de más rápido crecimiento dentro del sector agrícola en el país, gracias a su posición como el principal mercado mundial para productos florales, impulsado por una fuerte demanda.

Durante la década de los noventa, la industria de flores y follajes en los Estados Unidos experimentó un crecimiento constante, consolidándose como uno de los sectores de más rápido crecimiento en la agricultura del país debido a la fuerte demanda en el mercado mundial. En 2005, las ventas alcanzaron los USD 19,400 millones, con una diversa estructura de mercado que incluye miles de supermercados, floristerías, jardines, viveros, floricultores y mayoristas. Las tendencias de consumo muestran preferencias, con un 45% de consumidores comprando para jardines y exteriores, un 33% optando por flores frescas y un 22% eligiendo plantas de interior. Además, se destaca la predominancia de compradoras mujeres (78%) y el uso variado de las flores para uso personal (64%) o como regalos (36%). Notablemente, el 84% de la demanda se concentra en fechas especiales no vinculadas al calendario, donde el 46% de las compras son sin motivo específico. El restante 16% se relaciona con fechas específicas del calendario, con picos de ventas en meses como febrero, abril, mayo y diciembre, coincidiendo con celebraciones como San Valentín, Pascua, el Día de la Madre y la Navidad (Legiscomex, 2023).

3.1.4. Análisis de la oferta

La empresa Santa Lucía SAS posee una ventaja competitiva significativa al ofrecer claveles de alta calidad, Colombia se ha destacado a nivel mundial por su variedad de

flores, haciendo de estas embajadoras de la marca país alrededor del mundo. En la actualidad, Colombia cuenta la distinción de contar con cerca de 1.400 variedades de productos certificados destinados a la exportación en este floreciente sector

Tabla 5 Principales exportadores de clavel en fresco a nivel mundial

Exportadores	Seleccione sus indicadores				
	Valor exportado en 2022 (miles de USD)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2018-2022 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2018-2022 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2021-2022 (%)	Concentración de los países importadores
Mundo	310059	-6	-5	-46	0,07
Países Bajos	125864	8	13	-24	0,1
Colombia	44552	-27	-29	-83	0,16
Türkiye	43645	11	7	-18	0,51
China	28311	6	4	-2	0,33
Ecuador	24968	7	1	27	0,17
España	10160	4	-8	-37	0,41
Italia	8921	-6	-6	-7	0,29
Marruecos	8647	5	2	15	0,93
Kenya	7529	-6	-6	32	0,23
Alemania	1164	-19	-23	-19	0,34
Estados Unidos de América	1050	3		-23	0,93
Viet Nam	927	-22	-16	-30	0,67
Guatemala	733	8	36	60	0,85
Bélgica	677	-13		-14	0,69

Fuente: (TradeMap, 2023)

Como se puede observar, según los datos aportados por (TradeMap, 2023) la oferta a nivel mundial de clavel durante el año 2022 se ubicó en USD 310.059, siendo ofertado por una gran variedad de regiones globales estableciendo una alta competencia con países de diferentes continentes, siendo Países Bajos su principal exportador con 125.864 millones de dólares, seguido por Colombia quien exportó USD 44552, Turkiye 43.645 miles de dólares y China 28.311 USD. De igual manera, cabe resaltar que el crecimiento de las exportaciones de clavel en fresco ha aumentado en un -6% durante el periodo 2018- 2022.

Como el segundo mayor exportador de flores a nivel mundial, después de Países Bajos, Colombia ha sido un actor destacado en este campo durante aproximadamente cinco décadas. Sin embargo, en los últimos años, la floricultura ha experimentado una impresionante evolución tecnológica que ha impulsado el crecimiento de la producción, la mejora de procesos, el monitoreo de cultivos y el control de plagas. Esto ha conllevado el camino para la obtención más fluida de los certificados fitosanitarios y ha abierto nuevas puertas en términos de acceso a mercados internacionales. Los principales destinos de estas exportaciones son los Estados Unidos, que absorben el 78,17% de las exportaciones totales entre enero y julio de 2023, seguidos de Canadá con el 3,57% y los Países Bajos con el 3,17%. Este dinámico sector continúa floreciendo, y su impacto positivo se extiende tanto a nivel económico como social, consolidando a Colombia como una potencia en la producción y exportación de flores a nivel mundial (Legiscomex, 2023).

El objetivo fundamental del sector es conquistar nuevos compradores en todo el mundo, y este empeño constante ha dado lugar a un crecimiento sostenido que aporta bienestar y desarrollo a las comunidades que dependen de él. La floricultura colombiana contribuye con aproximadamente el 7% del Producto Interno Bruto (PIB) agropecuario nacional, generando más de 140 mil empleos directos y empleando a cerca del 25% de la fuerza laboral rural femenina. Actualmente, más de 400 empresas en todo el territorio colombiano se dedican a la floricultura este sector alcanzaron más de USD 979 millones.

- Producción de clavel en fresco en Colombia

Durante el 2022, Colombia experimentó un aumento significativo en la exportación de flores a nivel internacional, este fue posible gracias a la implementación de nuevas técnicas de producción, la mejora de la calidad del producto y la diversificación de los

mercados. Además, la demanda internacional por las flores colombianas aumentó debido a su belleza, fresca y variedad de colores y formas.

La floricultura en Colombia ha sido históricamente una actividad económica importante para el país, generando empleo y divisas en las regiones donde se cultiva. Con este aumento en las exportaciones, se espera que la industria siga contribuyendo al desarrollo económico y social del país. Según cifras tomadas por (Legiscomex, 2023) las exportaciones de flores en el 2022 crecieron un 19% en comparación con el año anterior, lo que significó que sumaron USD 2.050,59 millones.

Las flores y capullos colombianos, que pueden ser frescos, secos, blanqueados, teñidos o preparados de diversas maneras, se destacaron como los productos de exportación más significativos del país, contribuyendo con el 48.06% del total de las exportaciones. Las rosas frescas destinadas a ramos o decoración representaron un 19.29%, mientras que otros tipos de claveles frescos para adornos alcanzaron un 9.46%. Los pompones frescos, las hortensias, los claveles miniatura frescos y las alstroemerias frescas también se exportaron en cantidades significativas. Además, se enviaron al extranjero crisantemos frescos y otros tipos de flores y capullos preparados de manera especial. Estos productos abarcaron el 100% de las ventas internacionales.

En lo que respecta a los destinos, Estados Unidos encabezó la lista, representando un impresionante 83.09% de las exportaciones totales. Canadá, el Reino Unido, Japón, los Países Bajos, España, Polonia, Rusia, Chile y Corea del Sur también formaron parte de los mercados receptores. El transporte aéreo desempeñó un papel crucial en estas exportaciones, siendo utilizado en un 94.32% de los envíos durante el año 2022.

Al analizar los departamentos que mayor aportan a la exportación de clavel en fresco en Colombia, se identificó que Bogotá se encuentra en el primer lugar con el 45,52% y en un segundo lugar Cundinamarca con un 36,05% según datos de (Legiscomex, 2023).

Tabla 6 Principales exportadores de clavel en fresco

Departamento de procedencia	Valor FOB (USD)	Participación
Bogotá	546.834.471,59	45,52%
Cundinamarca	433.069.652,62	36,05%
Antioquia	213.091.226,04	17,74%
Magdalena	4.638.173,66	0,39%
Bolívar	1.111.372,11	0,09%

Fuente: (Legiscomex, 2023)

3.1.5. Análisis de precios

Para analizar los precios de venta de clavel en fresco en Colombia y Estados Unidos, es necesario tener en cuenta varios factores relacionados con el proceso de transformación del producto y su entrega al consumidor final. La estrategia de precios debe tener la capacidad de adaptarse a los cambios del entorno y orientarse al mercado, debe considerar la competencia, los hábitos y necesidades del mercado para lograr, junto con las demás estrategias equilibradas, una fidelización del cliente al largo plazo, lo cual, el precio por tallo en el mercado actual está en \$0,51 USD.

- Clavel en fresco en Estados Unidos

Tabla 7 Precios del clavel

Mercado	Origen	Período	Precio Promedio	Precio Promedio Cop	TRM	Unidad
Estados Unidos de América	Colombia	2022-11-01	0,6	2432,26	4053,76	USD/unit
Estados Unidos de América	Colombia	2022-10-18	0,6	2432,26	4053,76	USD/unit

Estados Unidos de América	Colombia	2022-10-04	0,6	2432,26	4053,76	USD/unit
Estados Unidos de América	Colombia	2022-09-27	0,6	2432,26	4053,76	USD/unit
Estados Unidos de América	Colombia	2022-09-20	0,52	2107,96	4053,76	USD/unit
Estados Unidos de América	Colombia	2022-09-13	0,52	2107,96	4053,76	USD/unit
Estados Unidos de América	Colombia	2022-09-06	0,52	2107,96	4053,76	USD/unit
Estados Unidos de América	Colombia	2022-08-30	0,52	2107,96	4053,76	USD/unit
Estados Unidos de América	Colombia	2022-08-23	0,52	2107,96	4053,76	USD/unit
Estados Unidos de América	Colombia	2022-08-16	0,6	2432,26	4053,76	USD/unit
Estados Unidos de América	Colombia	2022-08-09	0,6	2432,26	4053,76	USD/unit
Estados Unidos de América	Colombia	2022-08-02	0,52	2107,96	4053,76	USD/unit

Fuente: (TradeMap, 2023)

- Clavel en fresco en Colombia

Para llevar a cabo un análisis de precios nacional en el mercado de flores, se ha recurrido a una fuente confiable y relevante, Santa Lucia SAS de Combita, Boyacá. Según los datos proporcionados por esta fuente, el precio del clavel nacional se ha establecido en \$72000 por un paquete de 30 tallos. Esto se traduce en un costo de \$2.400 por cada tallo individual. Es decir; con el Tipo de Cambio Representativo del Mercado (TRM) para el 9 de octubre de 2023 en 4,053 pesos colombianos por dólar estadounidense. Esto implica que un tallo de clavel equivale a aproximadamente 2.431,8 pesos colombianos. En el mercado internacional, donde el dólar estadounidense es la moneda de referencia, cada tallo de clavel tiene un costo de alrededor de \$0.59 en dólares estadounidenses haciendo la

conversión del precio nacional. Estos datos son esenciales para comprender la dinámica de precios de los claveles en Colombia y evaluar su competitividad a nivel global.

3.1.6. Sistemas de comercialización

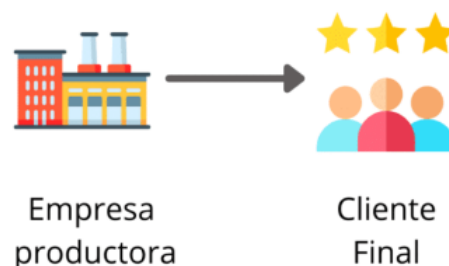
Los canales de distribución proporcionan la infraestructura y los medios necesarios para que los productos y servicios lleguen desde su origen hasta los consumidores finales. Los canales varían según la industria, el tipo de producto o servicio, y la estrategia de comercialización de una empresa (CEUPE, 2023).

3.1.6.1. Clasificación de los canales de distribución

Es importante tener en cuenta que en todos los mercados existen diferentes tipos de productos por lo cual cada uno de ellos requiere de diferentes canales de distribución, es así que a continuación se mencionaran algunos:

- **Canal de distribución directo tipo A:** (del Productor o Fabricante a los Consumidores): Este tipo de canal es el más directo, por tanto, el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario.

Ilustración 2 Canal de distribución directo o tipo A



Fuente: Elaboración propia

- **Canal minorista o tipo B:** (del Productor o Fabricante a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): Contiene un nivel de intermediarios, los detallistas o minoristas, en estos casos, el productor o fabricante cuenta generalmente con una fuerza de ventas que se encarga de hacer contacto con los minoristas (detallistas) que venden los productos al público y hacen los pedidos.

Ilustración 3 Canal minorista o tipo B



Fuente: Elaboración propia

- **Canal Mayorista o tipo C:** (del Productor o Fabricante a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores) contiene dos niveles de intermediarios: los mayoristas (intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor, de bienes y/o servicios, a otras empresas como los detallistas que los adquieren para revenderlos) y los detallistas (intermediarios cuya actividad consiste en la venta de bienes y/o servicios al detalle al consumidor final). Este canal se utiliza para distribuir productos que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor ni a todos los detallistas.

Ilustración 4 Canal mayorista o tipo C



Fuente: Elaboración propia

- **Canal Agente/Intermediario o tipo D:** (del Productor o Fabricante a los Agentes, Intermediarios, de éstos a los Mayoristas de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores): Contiene tres niveles de intermediarios: El Agente Intermediario (que por lo general, son firmas comerciales que buscan clientes para los productores o les ayudan a establecer tratos comerciales; no tienen actividad de fabricación ni tienen la titularidad de los productos que ofrecen), los mayoristas y los detallistas.

Ilustración 5 Canal agente/Intermediario o tipo D



Fuente: Elaboración propia

Cabe mencionar que estos canales de distribución pueden ser variantes y depende de cada empresa la forma en que quieren utilizarlos según sus necesidades, de igual forma se debe tener en cuenta que entre más actores intervengan, menor control se tendrá del producto. De igual forma, cabe resaltar la importancia que están adquiriendo las plataformas virtuales donde se reducen en un alto número la cantidad de actores que intervienen y se está convirtiendo en una forma de comprar y vender productos tanto a nivel nacional como internacional.

3.1.6.2. Canales de comercialización de clavel en fresco en Estados Unidos

La comercialización de clavel en fresco en Estados Unidos se realiza a través de diversos canales de distribución. Estos canales permiten que los productores de claveles lleguen a una amplia variedad de clientes, desde mayoristas y minoristas hasta consumidores finales. Aquí te describo algunos de los principales canales de comercialización de claveles en fresco en Estados Unidos:

- **Distribución Mayorista de Claveles:** En la industria de los claveles, los productores típicamente optan por vender sus productos a mayoristas de flores, quienes desempeñan un papel esencial como intermediarios en la cadena de suministro. Estos mayoristas adquieren grandes volúmenes de claveles y luego los distribuyen a minoristas y floristerías en todo el país. Ejemplos de mayoristas de flores en Estados Unidos incluyen "The Miami Flower Market" en Miami y "Los Angeles Flower Market" en Los Ángeles.
- **Ventas al por Menor en Floristerías y Tiendas:** Las tiendas minoristas y las floristerías desempeñan un papel crucial en la comercialización de claveles frescos. Los consumidores suelen comprar claveles en estos establecimientos tanto para su disfrute personal como para regalos. Además, grandes cadenas de supermercados como Whole Foods Market o Trader Joe's ofrecen claveles en sus secciones de flores y plantas.
- **Compras en Línea:** Con el auge del comercio electrónico, numerosos productores y floristerías han diversificado su oferta, permitiendo la compra de claveles en línea. Los consumidores ahora pueden ordenar claveles frescos y recibirlos en su puerta

mediante servicios de entrega. Empresas reconocidas en este ámbito son ProFlowers y 1-800-Flowers, que ofrecen claveles frescos a través de sus plataformas en línea.

- **Participación en Mercados de Agricultores:** En algunas ciudades y regiones, los productores de flores, incluyendo claveles, participan activamente en mercados de agricultores locales. Estos mercados proporcionan a los productores la oportunidad de vender sus productos directamente a los consumidores, lo que a menudo garantiza una mayor frescura y establece conexiones directas con los clientes.
- **Utilización en Eventos Especiales y Bodas:** Los claveles frescos también tienen una amplia aplicación en eventos especiales como bodas y eventos corporativos. Los organizadores de eventos generalmente colaboran con floristerías o proveedores especializados para obtener los claveles y otros tipos de flores que requieren para decorar y crear ambientes memorables.

4. ESTUDIO TECNICO

4.1. Localización

4.1.1. Macro Localización en Origen

El presente proyecto se tendrá como macro localización el departamento de Boyacá, situado en el centro oriental de Colombia, se extiende a lo largo de la imponente Cordillera Oriental de la Región Andina Colombiana, lo que le confiere una topografía notablemente diversa. Además de esta variación geográfica, Boyacá también se enriquece con una amplia gama de climas. Con una extensión territorial de 23.189 kilómetros cuadrados, el departamento limita al norte con Santander, Norte de Santander y una porción de la República de Venezuela, al sur con Cundinamarca y una pequeña fracción de Meta, al oriente con Arauca y Casanare, y al occidente con Antioquia y Caldas. Esta rica diversidad geográfica y climática convierte a Boyacá en un destino excepcional para explorar y disfrutar de las maravillas naturales que ofrece (Boyaca, 2023).

- Economía

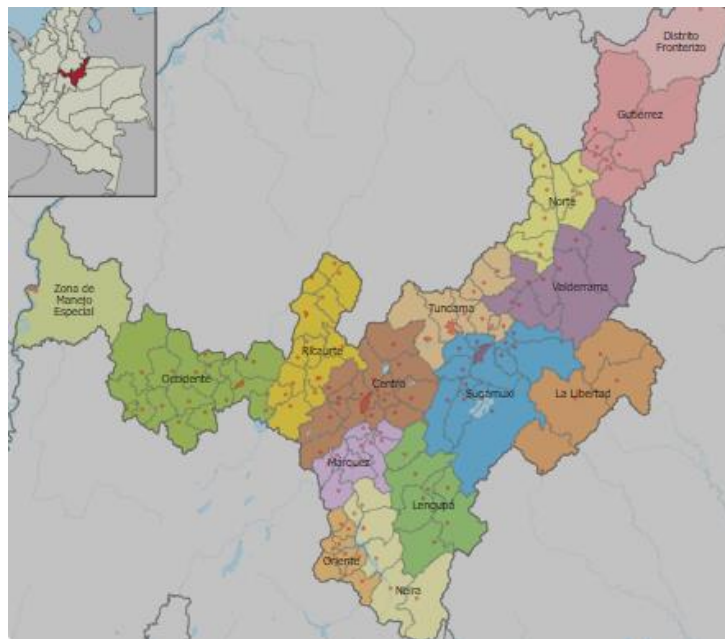
La economía de Boyacá experimentó un crecimiento significativo, con un Producto Interno Bruto (PIB) que alcanzó los \$38,8 billones de pesos. El departamento se caracteriza por su diversidad económica, con actividades fundamentales que incluyen la producción agrícola, la cría de ganado, la minería y la industria petrolera. La agricultura ocupa un lugar destacado en la economía de Boyacá, con una mención especial para la producción de flores y follaje, donde el departamento se ha consolidado como líder nacional, aportando el 30% de este producto al país. Además, la producción pecuaria y la explotación de recursos minerales y petroleros desempeñan un papel crucial en el desarrollo económico de la región. Sin embargo, no se puede pasar por alto la importancia de sectores como la

industria manufacturera, la hospitalidad y la restauración, que contribuyen de manera significativa a la diversificación y fortaleza de la economía boyacense (Boyaca, 2023).

- Población

De acuerdo con las proyecciones del DANE, en 2023 Boyacá tiene 1.30 millones de habitantes: 658,040 mujeres (50.7%) y 640,760 hombres (49.3%). Los habitantes de Boyacá representan el 2.5% de la población total de Colombia en 2023.

Ilustración 6 Macrolocalización de Origen



Fuente: (Boyaca, 2023)

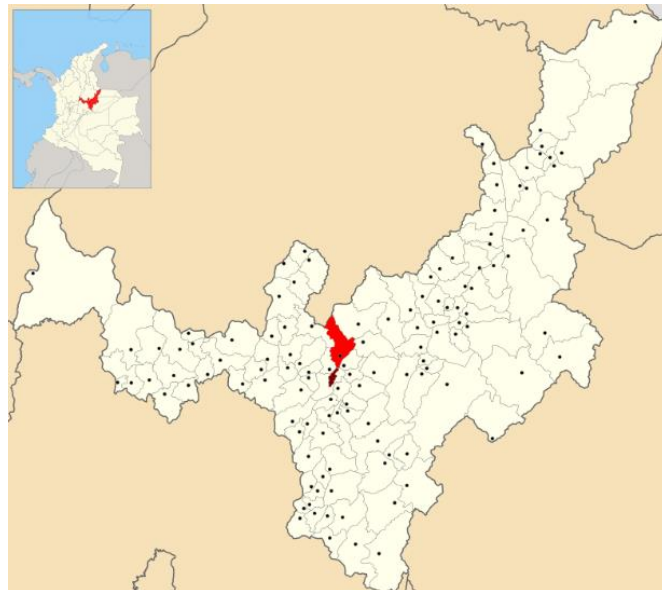
4.1.2. Microlocalización en Origen

La microlocalización en origen será el municipio de Combita-Boyaca donde se ubica la empresa Santa Lucia SAS. Cómbita es una localidad colombiana que se encuentra en la provincia del Centro, dentro del departamento de Boyacá. Está estratégicamente ubicada a aproximadamente 8.5 kilómetros al norte de Tunja, la capital del departamento, y forma parte integral de su área metropolitana. El nombre de Cómbita tiene sus raíces en la

lengua chibcha y se traduce como "Mano de Tigre y Llanto de Vida". Esta tierra tiene una rica historia que se remonta a su fundación en 1586. Cómbita abarca una superficie total de 149 kilómetros cuadrados y se encuentra a una altitud media de 2825 metros sobre el nivel del mar, brindando un hermoso entorno montañoso. Según datos de 2015, su población alcanzaba los 14,632 habitantes, con una densidad de 98.2 habitantes por kilómetro cuadrado, de los cuales 1107 vivían en la zona urbana. Los habitantes de Cómbita son conocidos como "Combitenses". El huso horario local sigue la norma UTC -5, y los códigos postales van desde 150201 hasta 150209 (DANE, 2023).

La agricultura y la ganadería destacan como las actividades económicas primordiales en el municipio. En el ámbito agrícola, se enfoca en cultivos cruciales como la papa, la arveja, el maíz, el trigo y la cebada. Por otro lado, en el sector ganadero, la explotación bovina se erige como la actividad preeminente.

Ilustración 7 Microlocalizacion en Origen



Fuente: (Google, 2023).

4.1.3. Macro localización en Destino

Florida es uno de los cincuenta estados que componen los Estados Unidos, formando parte de la región meridional del país. Sus límites geográficos son notables: al oeste se encuentra el golfo de México y el estado de Alabama, al norte colinda con Alabama y Georgia, al este linda con el océano Atlántico, y al sur limita con el estrecho de Florida. En términos de extensión territorial, Florida ocupa el vigésimo segundo puesto, mientras que, en cuanto a población, se sitúa en el tercer lugar entre los estados estadounidenses.

- Población

La población de Florida, Estados Unidos, es significativa y se ubica en el tercer lugar entre los cincuenta estados del país, con un total de 21,538,187 habitantes según datos del año 2020. Esta densidad poblacional, que alcanza los 126.41 habitantes por kilómetro cuadrado, refleja la dinámica y la diversidad demográfica de este estado, que abarca desde ciudades metropolitanas hasta áreas rurales y comunidades costeras, contribuyendo a la vitalidad y la riqueza cultural de Florida (Zhujiworld, 2023).

- Clima

Florida, Estados Unidos, disfruta de un clima subtropical y tropical, caracterizado por temperaturas cálidas durante la mayor parte del año. Los veranos son calurosos y húmedos, con temperaturas que suelen superar los 30 grados Celsius, y es común experimentar lluvias intensas y tormentas eléctricas en esta temporada. Los inviernos son suaves y agradables, con temperaturas promedio que rondan los 20 grados Celsius, lo que lo convierte en un destino atractivo para los visitantes que buscan escapar del frío del norte.

La temporada de huracanes, que generalmente se extiende de junio a noviembre, es una característica climática importante en Florida, y el estado está sujeto a tormentas tropicales y huracanes ocasionales debido a su ubicación costera en el Golfo de México y el Atlántico.

- Economía

El estado de Florida, situado en el sureste de los Estados Unidos, ha experimentado un impresionante crecimiento económico en los últimos años, respaldado por varios factores clave. Uno de los motores principales de este desarrollo ha sido el constante aumento de su población, tanto a nivel nacional como internacional, atraída por su clima cálido, calidad de vida y carga impositiva favorable. Esta tendencia ha generado una creciente demanda de viviendas, impulsando así el florecimiento de la industria de la construcción y el mercado inmobiliario.

Además, el turismo desempeña un papel esencial en la economía de Florida. El estado es famoso por sus destinos turísticos de renombre, como Orlando, Miami, Tampa y las hermosas playas de arena blanca en la costa del Golfo de México. El sector turístico ha experimentado un constante crecimiento, atrayendo a millones de visitantes anualmente, gracias a una variedad de atractivos, desde parques temáticos hasta convenciones y eventos deportivos.

Florida también se ha destacado en el ámbito tecnológico e innovador, con ciudades como Miami emergiendo como un importante centro tecnológico y de startups conocido como "Silicon Beach". La presencia de universidades de prestigio como la Universidad de Florida y la Universidad de Miami ha contribuido al fomento de la investigación, el desarrollo y la atracción de talento y empresas tecnológicas.

En cuanto al sector de la salud, Florida ha experimentado un notable crecimiento, respaldado por una abundancia de hospitales, centros médicos, y una floreciente industria

farmacéutica y biotecnológica. El envejecimiento de la población ha aumentado la demanda de servicios médicos y atención a largo plazo, consolidando aún más la posición de Florida como un motor económico en constante expansión.

4.1.4. Micro localización en Destino

Para determinar la micro localización en el destino, se llevó a cabo un análisis en forma de matriz que evaluó las características de tres ciudades clave en la importación de clavel en los Estados Unidos: Seattle, Great Falls y New Orleans. Este proceso permitió tomar decisiones informadas para la selección de la ubicación más adecuada.

Tabla 8 Cuantificación de Factores para la micro localización país Destino

CUANTIFICACIÓN DE FACTORES PARA LA MICRO LOCALIZACIÓN PAIS DESTINO										
FACTORES RELEVANTES	F. P	MIAMI			Nueva York			WASHINGTON		
		CALIFICACIÓN			CALIFICACIÓN			CALIFICACIÓN		
		0-100	DATOS	PONDERADA	0-100	DATOS	PONDERADA	0-100	DATOS	PONDERADA
Puertos o Aeropuertos	0,15	100	11 aeropuertos	15	80	8 aeropuertos	12	60	6 aeropuertos	9
Conectividad con Colombia	0,15	0	No cuenta con conexión directa	0	0	No cuenta con conexión directa	0	0	No cuenta con conexión directa	0
Distancia con Colombia	0,08	100	2,437 km	8	70	4,006 km	6	80	3,826 km	6
Costo de vida	0,05	80	n° 3 de 32	4	60	n° 1 de 32	3	100	n° 8 de 32	5
Población	0,13	70	439890	9	100	8.468 millones	13	90	712816	12
Ingresos percapita	0,14	70	61436	10	90	78982	13	100	90029	14
Tasa de importación del producto	0,3	100	243.820	30	70	129.020,00	21	0	0	0
TOTAL	1,00			76			67			46

Fuente: Elaboración propia

Después de llevar a cabo una investigación y calificación de los datos presentados en la matriz, utilizando una escala que varía de 0 a 100, donde 100 representa el resultado más favorable, se ha llegado a la conclusión de que la ciudad que parece tener mejores perspectivas para la exportación de claveles es Miami, en el estado de Florida, Estados Unidos. Miami, es una vibrante ciudad ubicada en el sureste de Florida, conocida por su encanto tropical, playas de arena blanca y una mezcla única de culturas que la convierten en un destino cosmopolita. Con su clima cálido durante todo el año, Miami es un paraíso para los amantes del sol y el mar. La ciudad es famosa por su animada vida nocturna, su escena artística y cultural en constante crecimiento, así como por su próspera comunidad hispanohablante. Además, Miami alberga una gran cantidad de restaurantes de clase mundial que ofrecen una deliciosa variedad de cocinas internacionales. Sin duda, Miami es un lugar donde la modernidad se combina con la belleza natural y la diversidad cultural, creando un ambiente único y emocionante.

- Geografía

En términos de tamaño, Miami se posiciona como una de las ciudades más pequeñas de los Estados Unidos. De acuerdo con los datos de la Oficina del Censo del país, la ciudad abarca una superficie total de 143.15 kilómetros cuadrados. De esta extensión, 92.68 kilómetros cuadrados corresponden a tierra firme, mientras que 50.73 kilómetros cuadrados son cuerpos de agua. Esto significa que Miami alberga a una población de más de 400,000 habitantes en apenas 91 kilómetros cuadrados, lo que la convierte en una de las ciudades con mayor densidad poblacional en el país, compartiendo este rasgo con urbes como Nueva York, San Francisco y Chicago, entre otras. Es importante destacar que la mayoría de los residentes del sur de Florida no viven en la ciudad propiamente dicha, y aproximadamente el 52% de la población del condado de Miami-Dade reside fuera de los

límites de las ciudades incorporadas. Además, Miami es la única ciudad en los Estados Unidos que está rodeada por dos parques nacionales: el Parque Nacional de los Everglades al oeste y el Parque Nacional Vizcaíno al este.

La geografía de Miami y sus suburbios se caracteriza por una amplia llanura que se extiende entre los Everglades y la Bahía Vizcaína, abarcando desde la Bahía de Florida al norte hasta el Lago Okeechobee. La altitud de esta zona rara vez supera los 12 metros sobre el nivel del mar, con un promedio de alrededor de 2 metros sobre el nivel del mar en la mayoría de los barrios, especialmente en las áreas cercanas a la costa. Las elevaciones más pronunciadas se encuentran a lo largo de la costa de la Cordillera de Miami Rock Ridge, que constituye la base de gran parte del área oriental de la región metropolitana de Miami. La parte central de la ciudad se ubica en las orillas de la Bahía Vizcaína, la cual alberga numerosas islas, tanto naturales como artificiales. La más destacada de estas islas es Miami Beach y South Beach. Además, la corriente del Golfo, una corriente marina cálida, fluye a solo 24.1 kilómetros de la costa, lo que contribuye a que el clima de la ciudad sea suave y cálido a lo largo de todo el año (EEUU, 2023).

Ilustración 8 Microlocalización en Destino



Fuente: (Google, 2023)

4.2. Ingeniería del proyecto

4.2.1. Proceso de exportación pasos a seguir

Tabla 9 Proceso de exportación

PROCESO DE EXPORTACION
Paso 1. Estudio de mercado y localización de la demanda
Paso 2. Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT)
Paso 3. Registro ante la Cámara de Comercio y obtención del NIT
Paso 4. Costeo
Paso 5. Solicitud de la cotización internacional
Paso 6. Aceptación de la cotización y establecimiento del medio de pago
Paso 7. Preparación del producto a exportar
Paso 8. Remisión de la factura y confirmación de la carta de crédito si es el caso
Paso 8. Remisión de la factura y confirmación de la carta de crédito si es el caso
Paso 10. Solicitud de permisos de exportación o vistos buenos
Paso 11. Trámites Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Paso 12. Diligenciamiento por parte del declarante autorizado de la Solicitud de Autorización de Embarque, documento del que se desprende la Declaración de Exportación, DEX, (Sin detalles)
Paso 12.1 Funciones del declarante autorizado
Paso 13. Autorización y despacho de la mercancía
Paso 13.1 Documentos de embarque
Paso 13.2 Obligaciones y sanciones de los transportadores
Paso 13.3 Obligaciones y sanciones de los agentes de carga internacional
Paso 15. Diligenciamiento de la declaración de cambio y venta de divisas al intermediario cambiario (reintegro de divisas)

Fuente: (Legiscomex, 2023)

4.2.2. Logística

La logística internacional es una disciplina crítica en el ámbito del comercio global, que se encarga de coordinar y gestionar eficientemente el flujo de bienes, servicios y datos a través de las fronteras internacionales. Implica la planificación de rutas de transporte, la gestión de aduanas, la optimización de procesos de almacenamiento y distribución, así

como la consideración de regulaciones y acuerdos comerciales internacionales. La logística internacional desempeña un papel esencial en la expansión de los mercados globales y en la capacidad de las empresas para competir a nivel internacional, garantizando que los productos lleguen a los clientes en todo el mundo de manera oportuna y eficiente (CEUPE, 2023).

4.2.3. Empaque y Embalaje del producto

4.2.3.1. Empaque y embalaje

El empaque desempeña un papel crucial en la presentación y protección de productos. Más allá de ser una simple envoltura, el empaque es una herramienta de marketing y comunicación que captura la atención del consumidor y transmite la identidad de marca. Un buen empaque no solo debe ser visualmente atractivo, sino también funcional, asegurando la integridad y la frescura del producto durante su transporte y almacenamiento. Además, el empaque puede proporcionar información relevante, como ingredientes, instrucciones de uso y fechas de vencimiento, para ayudar al consumidor a tomar decisiones informadas. En última instancia, el empaque es una parte esencial de la experiencia del cliente y una herramienta estratégica para el éxito en el mercado.

Se usará cajas telescópicas de clavel Es un empaque especialmente fabricado con papel de fibra virgen que garantiza la mejor calidad y resistencia para proteger su producto durante todo el proceso. Este tipo de empaque consta de una base y una tapa que encajan entre si, que pueden ser fácilmente armadas con grapas/adhesivo o solicitarlo con diseño especial para armado automático (manual). En consiguiente se toman las siguientes dimensiones:

- Longitud: 1100 mm
- Ancho: 520 mm
- Alto: 260 mm
- Peso: 30 kg

Este tipo de caja es el más usado para empaquetar, transportar y entregar flores a nivel nacional o de exportación.

Ilustración 9 Cajas telescópicas de clavel



Fuente: (packing.com, 2023)

El empaque y el embalaje de los claveles suelen ser términos intercambiables en la industria floral. Ambos se utilizan para referirse a la manera en que se protegen y presentan los claveles para su transporte y exhibición. En el caso de los claveles, el empaque o embalaje se realiza típicamente en cajas de cartón diseñadas para mantener las flores frescas y protegerlas de daños durante el envío. Por lo tanto, en este contexto, es común considerar que el empaque y el embalaje son esencialmente lo mismo.

4.2.4. Unitarización

Las unidades de paletización que se utilizarán serán pallets estándar americanos, los cuales cumplen con las siguientes dimensiones especificadas:

- Longitud: 1100 mm
- Ancho: 1200 mm
- Altura: 150 mm
- Peso: 25 kg

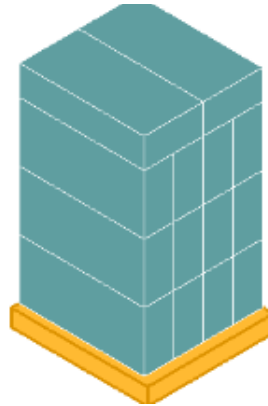
Ilustración 10 Pallets estándar americano



Fuente: (Ibertransit, 2023)

Estos pallets contendrán 14 cajas cada una, con un peso aproximado de 420 kg y un volumen aproximado de 2,08 m³ cada una.

Ilustración 11 Unitarización

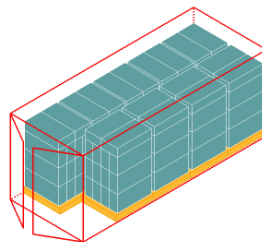


Fuente: (searates, 2023)

4.2.5. Unitarización

Para la exportación del primer mes del clavel, consiste en un total de 126 cajas, se requerirán un contenedor reefer containers de 20' pies. Este contenedor tendrá capacidad para albergar 10 pallets estándar y tendrán un peso aproximado de 3780 kg, respectivamente. Además, su volumen será de 18,74 m³, como se muestra a continuación:

Ilustración 12 Contenerización



Fuente: (searates, 2023)

4.2.6. Transporte

La elección apropiada del medio de transporte desempeña un papel fundamental en asegurar la eficiencia de la logística de mercancías. Debe considerarse tanto las propiedades físicas como las características químicas de los productos, y adaptar el escenario logístico que rige su transporte a lo largo de la ruta completa, desde el punto de partida hasta su destino final. En el marco de esta investigación, se adoptará un enfoque de transporte multimodal, que se describirá a continuación:

4.2.6.1. Transporte nacional

Luego del proceso de postcosecha, las flores se preparan para su envío en el punto de recogida de Santa Lucía SAS. Una vez alistadas en el medio de transporte, son despachadas hacia el puerto de salida. Al llegar a la zona de carga asignada a la aerolínea que ha reservado el servicio de transporte, se procede a la descarga de las flores del camión. El horario de recepción de camiones opera desde las 7 de la mañana hasta las 6 de la tarde.

Previo al embarque de la mercancía, los responsables revisan la planilla de remisión del cultivo, que detalla la cantidad de flores a ser enviadas. Se verifica que el número de reserva coincida con el registro de la aerolínea y que cada caja lleve la etiqueta respectiva del cultivo del que proviene. Esta información se comparte con los organismos de seguridad, que no son parte de la aerolínea. Estos funcionarios gubernamentales supervisan la carga, asegurándose de que no contenga sustancias prohibidas (Javeriana, s.f.).

Cuando las cajas son descargadas del camión, se mantienen sueltas, y en la aerolínea se encargan de asegurarlas con una malla delgada para prevenir daños durante el transporte, sin añadir peso adicional a la carga. Cuando la comercializadora logra aumentar su volumen de exportación, puede beneficiarse de mejores tarifas, en lo que se conoce

como consolidación del flete, ya que el aumento de la cantidad de carga transportada reduce las tarifas.

Las cajas, ya aseguradas con la malla en un proceso llamado "enmallado del pallet", se pesan en una báscula para verificar el peso de la carga. Dependiendo de la hora de llegada de las flores a la zona de carga, estas pueden permanecer en cuartos fríos o ser cargadas directamente en el avión. Los cuartos de almacenamiento cuentan con sistemas de enfriamiento al vacío para establecer la temperatura ideal de los tallos antes del despacho.

Ilustración 13 Transporte terrestre



Fuente: (Colombia, 2023).

4.2.6.2. Transporte Internacional

El transporte aéreo ha sido seleccionado como el modo preferido para la ruta internacional de la mercancía debido a su eficiencia y capacidad para manejar grandes volúmenes de carga. Además, teniendo en cuenta que el producto no requiere de un transporte rápido y considerando la corta distancia entre Colombia y Estados Unidos, se ha optado por utilizar un avión de carga para el traslado de la mercancía. De esta manera, se aprovecharán los beneficios y servicios especializados que ofrece este tipo de transporte aéreo.

Ilustración 14 Transporte aéreo



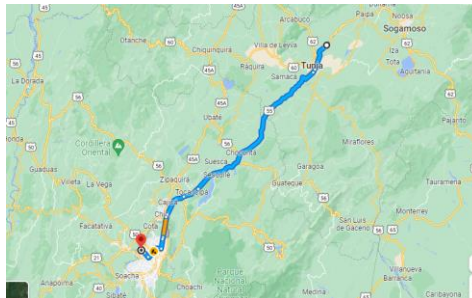
Fuente: (AFS, 2023)

4.2.7. Aeropuertos de origen y destino

4.2.7.1. Aeropuerto de origen

El Aeropuerto El Dorado de Bogotá alberga la terminal de carga más grande, eficiente y moderna del país, movilizando cerca de 700,000 toneladas al año y ocupando el puesto número uno en Sudamérica. Por otro lado, en el Aeropuerto José María Córdova se está llevando a cabo una expansión y modernización de la terminal existente, mientras que en el Aeropuerto Ernesto Cortissoz de Barranquilla se está construyendo una nueva terminal que se encargará de la operación de carga y paquetería.

Ilustración 15 Aeropuerto de origen

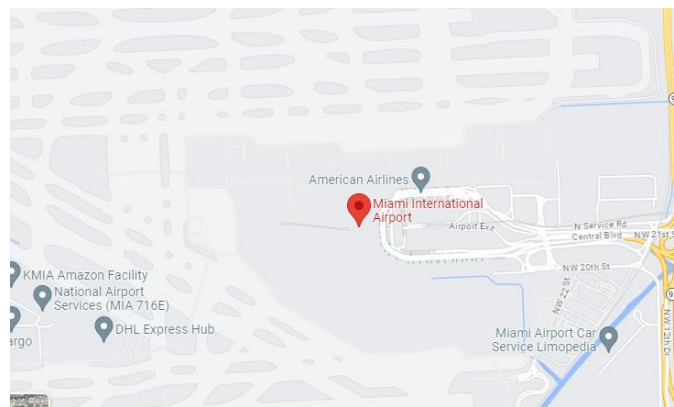


Fuente: (maps, 2023)

4.2.7.2. Aeropuerto de destino

El Aeropuerto Internacional de Miami se destaca como uno de los principales centros aeroportuarios para las exportaciones colombianas y es reconocido como el "aeropuerto de las Américas". Su impresionante capacidad de almacenamiento de carga abarca 130,232 metros cuadrados, y anualmente facilita el ingreso de 2,018,291 toneladas de mercancía con destino a los Estados Unidos o en tránsito hacia otras naciones.

Ilustración 16 Aeropuerto de destino



Fuente: (maps, 2023)

4.2.8. Documentos

Para llevar a cabo la exportación de claveles, se necesitan los siguientes documentos para el transporte de la mercancía (Procolombia, 2023):

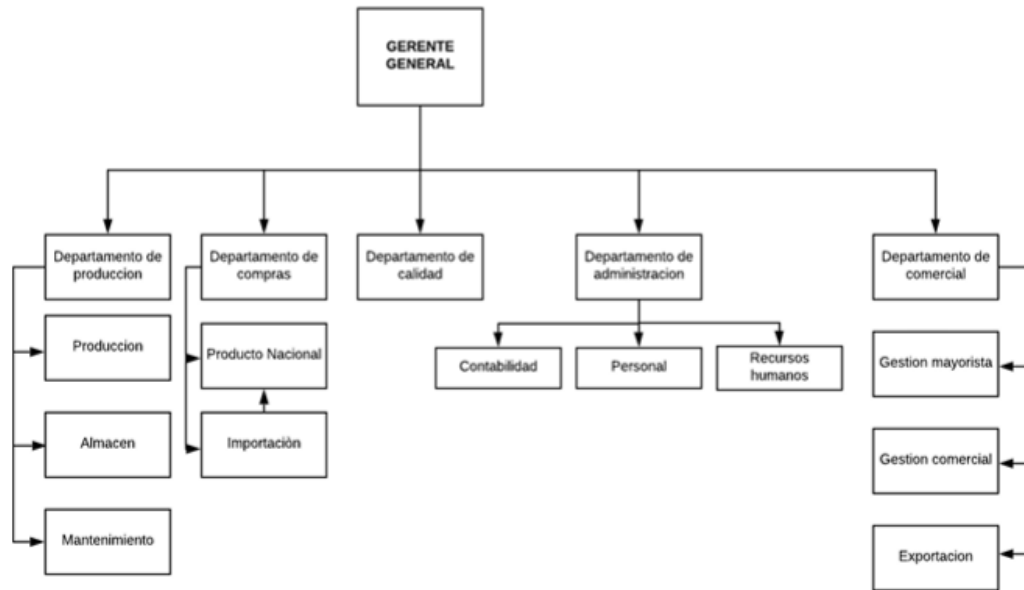
- Registro de exportador.
- Realizar el estudio de mercado y ubicar la demanda potencial.
- Identificar la subpartida arancelaria del producto.
- Poseer la factura comercial.
- La lista de empaque (si es necesaria).
- Registro sanitario o aprobaciones correspondientes.

- Documentos de transporte.

5. ESTUDIOS ADMINISTRATIVOS

5.1. Estructura organizacional

Ilustración 17 Estructura organizacional Santa Lucia SAS



Fuente: (Santa Lucia SAS)

5.2. Planeación estratégica

5.2.1. Misión, Visión, DOFA

5.2.1.1. Misión

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo un producto de óptima calidad, trabajando comprometidos con la integridad, entusiasmo y responsabilidad propias de nuestra empresa. Somos una empresa que se encarga de la comercialización de flores en sus diferentes formas de decoración con el fin de ayudarle a expresar sentimientos de manera personal o en eventos sociales.

5.2.1.2. Visión

Ser líderes en el mercado de las floristerías por la calidad de nuestros productos y nuestro excelente servicio. Estar a la vanguardia mediante la capacitación de nuestro talento humano, aplicando las técnicas modernas en el arte floral, creando expectativa en nuestros clientes y personas que requieran de nuestros servicios. Mantener una excelente posición en el mercado fortaleciendo nuestros altos estándares de calidad e innovación.

5.2.1.3. DOFA

Ilustración 18 DOFA Santa Lucia SAS

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">o Amplia gama de flores y arreglos floraleso Personal capacitado para asesoramiento de clienteso Entregas a domicilioo Acuerdos con funerariaso Manejo de redes sociales para fidelización con clienteso Excelente relación con los clientes	<ul style="list-style-type: none">o Crecimiento del comercio electrónico y mayor predisposición a comprar productos florales online.o Generación de empleoso Participar o crear eventos publicitarioso Ampliación e innovación de productos a nuevas necesidadeso Poca competencia a nivel local
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">o Falta de recursos económicoso Solo un local de ventao Baja poblacióno Manejo en cuanto a la durabilidad de la flor	<ul style="list-style-type: none">o Problemas climáticos que afecten la siembrao Incumplimiento por parte de los proveedoreso Presencia de plagas en floreso Aumento de precios de insumos

Fuente: (Santa Lucia SAS)

6. ESTUDIO LEGAL

6.1. Tipo de empresa a crear o reestructurar

El tipo de empresa a crear será una Sociedad por acciones simplificada S.A.S. Esta entidad puede ser constituida por una o varias personas, tanto naturales como jurídicas, siendo cada una de ellas responsable del monto de sus respectivas contribuciones (backstartup, 2023).

6.2. Requisitos legales o constitución o reestructuración minuta de constitución o reestructuración

En el artículo 5 de la LEY 1258 DE 2008, expedida por el congreso de la república de Colombia, sobre la constitución de la sociedad por acciones simplificada. Se creará mediante un contrato unilateral, que consta por documento privado, se registra en Cámara de Comercio donde se expresará lo siguientes requisitos (backstartup, 2023).

- Nombre, identificación y domicilio de los accionistas.
- Razón social o la denominación de la sociedad, seguida de sociedad por acciones simplificada o de las letras (S.A.S.).
- El domicilio principal de la sociedad y sucursales que se establezcan en el acto de constitución.
- El termino de duración, si no fuese indefinido. Si nada se expresa en la constitución, se dará por entendido que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil,

lícita. De lo contrario si no se expresa en la constitución se entenderá que la sociedad podrá hacer cualquier actividad lícita.

- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores; se deberá designar cuando menos un representante legal.

Parágrafo 1. El documento de constitución será autenticado de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio. Se podrá hacer directamente o a través de apoderado.

Parágrafo 2. Cuando los activos aportados para la sociedad incluyan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad se hará de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

6.3. Normatividad

6.3.1. Requisitos en país de origen

Los requisitos en país de origen para la exportación de arándanos deshidratados de Colombia hacia los Estados Unidos se deben de tener en cuenta las siguientes normas o leyes (Bancolombia, 2023):

- Decreto 1165 y los regímenes aduaneros. Es importante conocer este Decreto, el cual se divide en cuatro capítulos.
- Registrarse como usuario aduanero ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).
- Diligenciar el Formulario Único de Comercio Exterior (FUCE).

- Ley 7 de 1991: Normas generales del comercio Exterior.
- Ley 9 de 1991: Régimen cambiario.
- Normas ISO 9001, ISO14001, ISO28001.
- Proceso de vistos buenos.
- Instituto Colombiano Agropecuario: Es el que realiza la inspección de productos agropecuarios, verifica que los productos cumplan con las condiciones necesarias para el consumo humano y proteger la salud de las personas (ICA, 2023).
- Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos: Es la entidad que controla, vigila e inspecciona alimentos, bebidas y demás afines a su naturaleza, que garantiza la calidad en los productos para el uso y consumo humano (INVIMA, 2023).

6.3.2. Requisitos en país de destino

Como principal requisito, es que todo alimento que se exporta a Estados Unidos debe de cumplir con los distados y regulados principalmente por la Agencia de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA, por sus siglas en inglés). Algunos de los requisitos que dicta la FDA para tener en cuenta en la exportar alimentos que están bajo jurisdicción en los Estados Unidos (Procolombia, 2023) son:

- La Ley Federal de Alimentos, Medicamentos y Cosméticos en la sección 301 prohíbe la introducción de cualquier alimento, medicamento o cosmético que esté adulterado o etiquetado incorrectamente. Los alimentos deben ser inocuos, o sea libres de contaminación tanto microbiana, química o física.

- Es fundamental cumplir con las características de etiquetado, procedimientos administrativos de registro de instalación y aviso previo de cada cargamento.
- El Registro de establecimiento se aplica a todas y cada una de las instalaciones que cuenta la empresa; se necesita indicar un agente en los EE.UU.
- Aviso Previo (Prior Notice), que aplica para alimentos o suplementos dietéticos, incluyendo entradas a la Zona Franca o en ruta a otro país necesitan Aviso Previo. Este se debe enviar mínimo con 8 horas antes de llegar al puerto.
- Las buenas prácticas de Manufactura detalladas en la sección 110 del Capítulo 21 de Código de Reglamentos Federales, detalla aspectos generales sobre el procesamiento de alimentos y requisitos mínimos a cumplir.
- Requisitos Adicionales, FCE (Food Canning Establishment), SID (Submission Identifier).

7. ESTUDIO FINANCIERO

En esta sección, se ofrece un estudio financiero proyectado a lo largo de 5 años con el fin de evaluar la viabilidad del proceso de exportación. Este análisis comprende los aspectos financieros del proyecto y utiliza técnicas matemático-financieras para estimar los posibles beneficios o pérdidas. El análisis financiero desempeña un papel crucial en la toma de decisiones y en la ejecución exitosa del proyecto de exportación. Es importante destacar que toda la información presentada ha sido desarrollada internamente.

7.1. Inversiones y fuentes de financiación

La empresa contará con un capital propio de COP \$39.819.547,354, lo cual representa el 85% de la inversión total. Además, se ha solicitado un financiamiento de COP \$15.000.000 al banco Davivienda, lo cual equivale al 15% de la inversión.

Tabla 10 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 LA CAJA Y BANCOS	66%	\$ 39.748.967,331			
ACTIVOS FIJOS	30%	\$ 56.840.366			\$ 473.670
DIFERIDOS	4%	\$ 15.000.000			\$ 250.000
CAPITAL			\$ 39.805.807,697	85%	
FINANCIAMIENTO			\$ 15.000.000	15%	
TOTAL	100 %	\$ 39.820.807,697	\$ 39.820.807,697	100 %	

Fuente: Elaboración del autor

7.2. Presupuestos de ingresos, costos, gastos

El presupuesto de gastos administrativos comprende todas las erogaciones en las que incurre la asociación para llevar a cabo sus actividades. Estos gastos operativos ascienden a \$18.600.000 mensuales, lo que equivale a \$223.200.000 anuales. Dentro de estos gastos, el rubro del personal es el más significativo, representando el 75% del total de los gastos administrativos de la empresa.

Tabla 11 Presupuesto de gastos operacionales de administración

PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN			
CONSOLIDADO ANUAL GASTOS OPERACIONALES DE ADMINISTRACIÓN			
CUENTA	%	MENSUAL	ANUAL
GASTOS DE PERSONAL	75%	14.000.000	168.000.000
HONORARIOS	3%	600.000	7.200.000
ARRENDAMIENTOS	8%	1.500.000	18.000.000
SEGUROS	1%	100.000	1.200.000
SERVICIOS	2%	400.000	4.800.000
GASTOS LEGALES	1%	100.000	1.200.000
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	1%	100.000	1.200.000
ADECUACIONES E INSTALACIONES	1%	100.000	1.200.000
DEPRECIACIONES	8%	1.400.000	16.800.000
AMORTIZACIONES	1%	200.000	2.400.000
DIVERSOS (Papelería oficina)	1%	100.000	1.200.000
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	100%	18.600.000	223.200.000

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 12 Presupuesto mensual de gastos administrativos

PRESUPUESTO MENSUAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		
SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVO		
CONCEPTO	PARCIAL	TOTAL
SALARIO		1.300.606
Sueldo Básico	1.160.000	

Subsidio Transporte		140.606	
APORTES PARAFISCALES			377.813
SENA	2,0%	23.200	
C.C.F	4,0%	46.400	
I.C.B.F	3,0%	34.800	
EPS	8,5%	110.552	
AFP	12,0%	156.073	
ARP	0,522%	6.789	
PRESTACIONES SOCIALES			283.922
Cesantías	8,330%	108.340	
Vacaciones	4,170%	54.235	
Prima Legal	8,330%	108.340	
Intereses Sobre Cesantías	1,000%	13.006	
TOTAL, MENSUAL			1.962.342
Gerente	1,30	SML	2.551.044
Contador	1,3	SML	2.551.044
Tramitador	1	SML	1.962.342
Operador control de calidad	1	SML	1.962.342
TOTAL, GASTOS DE PERSONAL			9.026.772

Fuente: Elaboración del autor

El presupuesto de gastos de ventas está conformado por los gastos relacionados con las actividades comerciales de la empresa. Estos gastos operativos representan un valor mensual de \$4.122.952, lo que equivale a \$49.475.424 anuales. Dentro de estos gastos, el rubro más significativo es el del personal profesional en comercio, el cual representa el 95% del total de los gastos de ventas.

Tabla 13 Presupuesto de gastos operacionales de ventas

PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS			
CONSOLIDADO ANUAL GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS			
CUENTA	%	MENSUAL	ANUAL
GASTOS DE PERSONAL	95%	3.922.952	47.075.424
HONORARIOS	0%	0	0
ARRENDAMIENTOS	0%	0	0
SEGUROS	0%	0	0
SERVICIOS	0%	0	0

GASTOS LEGALES	0%	0	0
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	0%	0	0
ADECUACIONES E INSTALACIONES	0%	0	0
DIVERSOS	5%	200.000	2.400.000
PROVISIONES	0%	0	0
TOTAL GASTOS DE VENTAS	100%	4.122.952	49.475.424

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 14 Presupuesto mensual de gastos de ventas

PRESUPUESTO MENSUAL DE GASTOS DE VENTAS				
SUELDOS PERSONAL DE VENTAS				
CONCEPTO	COMISIÓN		VENTAS	TOTAL
SALARIO				1.300.000
Sueldo Básico			1.160.000	
Subsidio Transporte			140.000	
APORTES PARAFISCALES				377.686
SENA	2,000%		23.200	
C.C.F	4,000%		46.400	
I.C.B.F	3,000%		34.800	
EPS	8,500%		110.500	
AFP	12,000%		156.000	
ARP	0,522%		6.786	
PRESTACIONES SOCIALES				283.790
Cesantías	8,330%		108.290	
Vacaciones	4,170%		54.210	
Prima Legal	8,330%		108.290	
Intereses Sobre Cesantías	1,000%		13.000	
TOTAL MENSUAL POR VENDEDOR				1.961.476
Profesional Comercio exterior - Vendedor	2		SML	3.922.952
TOTAL GASTOS DE PERSONAL				3.922.952

Fuente: Elaboración del autor

7.3. Determinación de los costos unitarios de exportación o importación

Según los datos recopilados en la matriz de costos expuesta en la Tabla 16, se ha determinado que los costos asociados al proceso de exportación son favorables y competitivos. Específicamente, el valor total de exportación en términos de CIF es de USD

\$285.331.863, teniendo en cuenta todos los gastos incurridos por la empresa. Este costo se encuentra por debajo del precio internacional del producto con las mismas cantidades y especificaciones, lo que nos otorga una ventaja competitiva en el mercado.

Tabla 15 Información básica de matriz de costos

Información básica de matriz de costos			
Información básica del producto	I	Producto	Claveles y capullos frescos cortos, para ramos o adornos
	II	Código arancelario (País exportador)	060312
	III	Código arancelario (País importador)	060312
	IV	Valor por unidad comercial	Caja
	V	Tipo de empaque	Capuchón
Dimensiones del empaque (mm) (alto*ancho*longitud)		(260*520*1100)	
Información básica de la carga	VI	Origen: País-Punto de cargue	Colombia-Bogotá
	VII	Destino: País - Punto de desembarque	Estados Unidos-Miami
	VIII	Peso total (kg)	3780
	IX	Unidad de carga	Kg
	X	Unidades comerciales	123 cajas de 600 unidades
	XI	Volumen total del embarque (m ³)	20.18 m ³
Otra información de importancia	XII	Término de venta (Incoterm)	CIF
	XIII	Forma de pago y tiempo	Contado
	XIV	Tipo de cambio utilizado	4053,00

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 16 Matriz de costos de exportación CIF mensual

PRESUPUESTO DE COSTOS DE VENTAS			
ESTRUCTURA DE COSTOS, GASTOS Y PRECIO		TC	\$4.053
CONCEPTO	US\$	COP (PESOS COLOMBIANOS)	ESTRUCTURA
EXW	406,873016	\$1.649.056	54%
TRANSPORTE NACIONAL	10,700000	\$43.367	5%
VALOR FOB	417,573016	\$1.692.423	59%
FLETE INTERNACIONAL	10,700000	\$43.367	18%
BL OF LANDING(B/L)	0,040000	\$162	0%
RECARGOS EN ORIGEN	13,150000	\$53.297	3%
SEGURO	20,878651	\$84.621	0%
VALOR DE VENTA ANTES DE CIF	462,341667	\$1.873.871	80%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	23,600000	\$95.651	22%
GASTOS DE VENTAS	19,600000	\$79.439	7%
GASTOS FINANCIEROS	-9,330000	-\$37.814	-7%
COSTO DE VENTA TOTAL	496,211667	\$2.011.146	102%
MARGEN COMERCIAL	124,052917	\$502.786	25%
VALOR VENTA CIF	620,264583	\$2.513.932	125%
IVA	99,242333	\$402.229	16%
PRECIO VENTA AL PUBLICO	719,506917	\$2.916.162	145%

Fuente: Elaboración del autor

7.4. Estado de resultados del proyecto

En el estado de resultados proyectado para el año 2023, se estima que los ingresos totales alcanzarán la cifra de \$431.495.910,680. De este monto, aproximadamente el 80,6% se destinará a cubrir los costos de ventas. Los gastos administrativos representarán alrededor del 0,063% de los ingresos, mientras que los gastos de ventas se situarán en torno al 0,0003333%. Por otro lado, los gastos financieros representarán aproximadamente el 0,5% de los ingresos totales. Al finalizar el ejercicio, se espera obtener una utilidad del 15%.

Tabla 17 Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS AL 31 DICIEMBRE 2,024			
CUENTAS		TOTAL	%
INGRESOS			
VENTAS		435.750.525,65	100,0%
EGRESOS			
COSTOS DE VENTAS		-348.600.420,45	80,0%
UTILIDAD BRUTA		87.150.105,11	20,0%
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-223.200.000	51,2%
GASTOS DE VENTAS		-49475424	11,4%
GASTOS OPERACIONALES		-272675424	62,6%
UTILIDAD OPERACIONAL		87.150.105,20	20,0%
GASTOS FINANCIEROS		-1410001,699	0,3%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		86.876.019,686	19937,1%
IMPUESTO A LA RENTA		-21.719.004,92	5,0%
RESULTADO DEL EJERCICIO		65.157.014,76	15,0%

Fuente: Elaboración del autor.

7.5. Flujo de caja del proyecto

El flujo de fondos sin considerar el financiamiento del proyecto presenta un comportamiento positivo desde el primer año. Esto se debe a las proyecciones realizadas para los años futuros, las cuales han sido calculadas en base a precios y costos constantes del año base.

Tabla 18 Flujo de fondos del proyecto

FLUJO DE FONDOS SIN FINANCIAMIENTO O FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO							
AÑOS	2023	2024	2025	2026	2027	2028	
CUENTAS	0	1	2	3	4	5	VR
INVERSION							
CAPITAL DE TRABAJO	- 36.054.699,703						36.054.6 99, 703
ACTIVOS FIJOS	- 56.840.366						28.420.1 83
CARGAS DIFERIDOS	- 15.000.000						
INGRESOS OPERACIONALES - VENTAS		431.495.91 0,680	519.234.99 6,046	624.814.68 4,094	751.862.62 9,506	904.744.12 3,400	
COSTOS DE PRODUCCION O COSTO DE VENTAS		- 345.196.72 8,544	- 415.387.99 6,837	- 499.851.74 7,275	- 601.490.10 3,605	- 723.795.29 8,720	

UTILIDAD BRUTA		86.299.182 .136	103.846.99 9.209	124.962.93 6.819	150.372.52 5.901	180.948.82 4.680	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		- 223.200.00 0	- 223.200.00 0	- 223.200.00 0	- 223.200.00 0	- 223.200.00 0	
GASTOS DE VENTAS		- 49.475.424	- 49.475.424	- 49.475.424	- 49.475.424	- 49.475.424	
RESULTADO OPERACIONAL O ANTES DE IMPUESTO		86.026.506 .712	103.574.32 3.785	124.690.26 1.395	150.099.85 0.477	180.676.14 9.256	
IMPUESTO A LA RENTA		- 21.506.626 .678	- 25.893.580 .946	- 31.172.565 .349	- 37.524.962 .619	- 45.169.037 .314	
RESULTADO NETO		64.519.880 .034	77.680.742 .839	93.517.696 .046	112.574.88 7.858	135.507.11 1.942	
DEPRECIACION MAQUINARIA, MOBILIARIO Y EQUIPO		5.684.037	5.684.037	5.684.037	5.684.037	5.684.037	
AMORTIZACION DEL DIFERIDO		3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	
FLUJO DE FONDOS NETO DEL PROYECTO	- 36.126.540.069	64.528.564 .071	77.689.426 .876	93.526.380 .083	112.583.57 1.895	135.515.79 5.979	
TOTAL COSTOS Y GASTOS		366.976.03 0,646	441.554.25 3,207	531.296.98 8,047	639.287.74 1,648	769.237.01 1,458	

Fuente: Elaboración del autor

7.6. Análisis del punto de equilibrio

Tabla 19 Información para el análisis del punto de equilibrio

ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	
INFORMACION PARA EL ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTOS FIJOS	IMPORTE (UNIDADES)
GASTOS ADMINISTRATIVOS	18.600.000
GASTOS DE VENTAS	4.122.952
GASTOS FINANCIEROS	-738.290
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUAL	21.984.662
COSTOS VARIABLE UNITARIO	2.011.146
PRECIO DE VENTA UNITARIO SIN IVA	2.513.932
FUENTE: ELABORACION DEL AUTOR	

Fuente: Elaboración del autor

Tabla 20 Análisis del punto de equilibrio

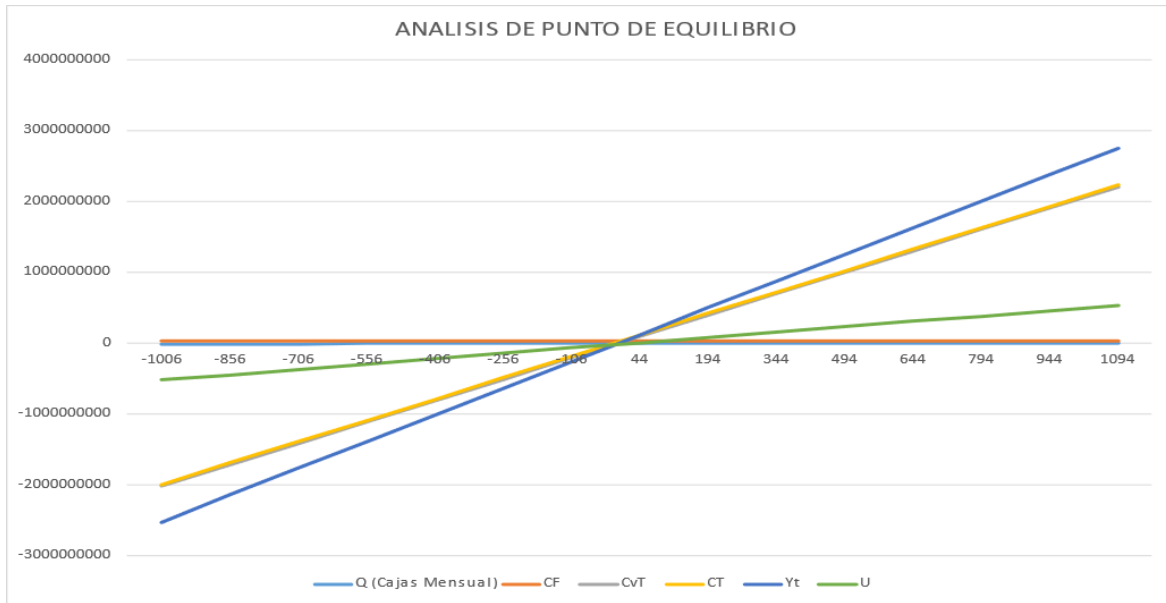
ANALISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO					
Q (Cajas Mensual)	CF	CvT	CT	Yt	U
-924	18.622.95	(52.033.970)	(33.411.018)	(188.474.881)	155.063.8

	2				63
-774	18.622.95 2	(43.585.951)	(24.962.999)	(157.874.881)	132.911.8 82
-624	18.622.95 2	(35.137.931)	(16.514.979)	(127.274.881)	110.759.9 02
-474	18.622.95 2	(26.689.911)	(8.066.959)	(96.674.881)	88.607.92 2
-324	18.622.95 2	(18.241.892)	381.060	(66.074.881)	66.455.94 1
-174	18.622.95 2	(9.793.872)	8.829.080	(35.474.881)	44.303.96 1
-24	18.622.95 2	(1.345.853)	17.277.099	(4.874.881)	22.151.98 0
126	18.622.95 2	7.102.167	25.725.119	25.725.119	0
276	18.622.95 2	15.550.187	34.173.139	56.325.119	22.151.98 0
426	18.622.95 2	23.998.206	42.621.158	86.925.119	44.303.96 1
576	18.622.95 2	32.446.226	51.069.178	117.525.119	66.455.94 1
726	18.622.95 2	40.894.245	59.517.197	148.125.119	88.607.92 2
876	18.622.95 2	49.342.265	67.965.217	178.725.119	110.759.9 02
1026	18.622.95 2	57.790.285	76.413.237	209.325.119	132.911.8 82
1176	18.622.95 2	66.238.304	84.861.256	239.925.119	155.063.8 63

Fuente: Elaboración del autor

Para lograr un punto de equilibrio y evitar pérdidas, es necesario comercializar al menos 126 cajas de clavel en fresco. Sin embargo, para generar ganancias, es necesario exportar cantidades superiores a este mínimo mensual.

Ilustración 19 Punto de equilibrio



Fuente: Elaboración del autor

8. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera examina aspectos fundamentales como el financiamiento y la implementación del proyecto. Estas evaluaciones financieras pueden variar en función de la institución involucrada.

8.1. Valor presente neto (VPN)

El Valor Presente Neto (VPN) se utiliza para evaluar si una inversión en un proyecto cumple con el objetivo financiero de maximizar el rendimiento. Permite determinar si el valor de la empresa Santa Lucía SAS aumenta o disminuye en función de la inversión realizada.

En la tabla de análisis, un VPN positivo indica que el valor de la empresa aumenta, ya que el Valor Presente Neto es mayor a cero. Si el VPN es cero, significa que el tamaño del valor de la empresa no se ve afectado. El apalancamiento financiero, a través de un financiamiento de \$15,000,000, tiene un impacto positivo en el proyecto.

Para calcular el Valor Presente Neto, es necesario establecer la tasa de descuento, analizar los flujos de efectivo, definir el período de tiempo y evaluar la rentabilidad del proyecto.

Tabla 21 Cálculo VPN con financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS CON FINANCIAMIENTO- CALCULO VPN		
2023	0	-36.111.540,069
2024	1	64.509.191,036
2025	2	77.669.027,267
2026	3	93.504.723,745
2027	4	112.560.377,074
2028	5	135.490.717,750
VPN		\$184.509.741,213

Fuente: Elaboración del autor

8.1.1. Valor presente neto (VPN) sin financiamiento

El Valor Presente Neto (VPN) del proyecto sin financiamiento es de \$182.738.210,068, lo cual indica que es un valor positivo. Esta cifra demuestra que el proyecto sin financiamiento es viable desde el punto de vista financiero.

Tabla 22 Cálculo VPN sin financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS SIN FINANCIAMIENTO- CALCULO VPN		
2023	0	-36.126.540,069
2024	1	64.528.564,071
2025	2	77.689.426,876
2026	3	93.526.380,083
2027	4	112.583.571,895
2028	5	135.515.795,979
VPN		184.509.742

Fuente: Elaboración del autor

8.2. Tasa interna de retorno (TIR)

8.2.1. Tasa interna de retorno (TIR) con financiamiento

Durante el análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto, se observó que la tasa de rendimiento, específicamente en el flujo de fondos netos con financiamiento, es del 1,97, mientras que la tasa de descuento del proyecto es del 41%. Esto indica que la TIR es mayor que la tasa de descuento, lo cual es un indicativo positivo. En base a esta información, se puede concluir que el proyecto es factible.

Tabla 23 Cálculo TIR con financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS CON FINANCIAMIENTO- CALCULO TIR		
2023	0	-36.111.540.069
2024	1	64.509.191.036
2025	2	77.669.027.267
2026	3	93.504.723.745

2027	4	112.560.377.074
2028	5	135.490.717.750
TIR		66,33399%

Fuente: Elaboración del autor

8.2.2. Tasa interna de retorno (TIR) sin financiamiento

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto, en relación con el flujo de fondos sin financiamiento, es del 66%, superando la tasa de descuento del proyecto establecida en un 1,97. Esto indica que la TIR es mayor que la tasa de descuento, lo cual respalda la viabilidad del proyecto. Por lo tanto, se puede concluir que el proyecto es factible.

Tabla 24 Cálculo TIR sin financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS SIN FINANCIAMIENTO- CALCULO TIR		
2023	0	-36.126.540.069
2024	1	64.528.564.071
2025	2	77.689.426.876
2026	3	93.526.380.083
2027	4	112.583.571.895
2028	5	135.515.795.979
TIR		65,332%

Fuente: Elaboración del autor.

8.3. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

8.3.1. Periodo de recuperación de la Inversión (PRI) sin financiamiento

Según los datos muestra un VPN positivo, indicando que los flujos de fondos netos generados son suficientes para superar la inversión inicial y proporcionar un rendimiento positivo. La rápida recuperación de la inversión, como se refleja en el PRI de 0,53 años, es un indicador de eficiencia y puede ser un punto a favor para los inversionistas.

Tabla 25 Cálculo PRI sin financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS SIN FINANCIAMIENTO- CALCULO PRI		
2016	0	-36.481.091,309
2017	1	65.166.756,303
2018	2	78.457.387,204
2019	3	94.450.495,162
2020	4	113.695.593,765
2021	5	136.853.933,044
VPN		181.636.157,972
INVERSION		36.481.091,309
FUAE		\$74.005.679,158
PRI		0,53

Fuente: Elaboración del autor

8.3.2. Periodo de recuperación de la Inversión (PRI) con financiamiento

Según los datos el PRI con financiamiento, presenta resultados financieros positivos. El Valor Presente Neto (VPN) de \$181.599.034.406 indica que el proyecto tiene un valor presente neto positivo, lo que sugiere su viabilidad económica. La rápida recuperación de la inversión, con un Período de Recuperación de la Inversión (PRI) de 0,54 años, añade un elemento de eficiencia financiera. Los flujos de fondos netos positivos en cada año indican que el financiamiento ha contribuido positivamente al rendimiento del proyecto.

Tabla 26 Cálculo PRI con financiamiento

FLUJO DE FONDOS NETOS CON FINANCIAMIENTO- CALCULO PRI		
2023	0	-36.466.091,309
2024	1	65.147.383,268
2025	2	78.436.987,595
2026	3	94.428.838,825
2027	4	113.672.398,944
2028	5	136.828.854,815
VPN		181.599.034,406

INVERSION	36.466.091,309
FUAE	\$73.990.553,565
PRI	0,54

8.4. La razón de ingreso de la inversión

8.4.1. La razón ingreso a la inversión con financiamiento

Según los datos los resultados sugieren un crecimiento en la capacidad del proyecto para generar ingresos suficientes para cubrir la inversión inicial, respaldando la viabilidad financiera y la rentabilidad continua del proyecto a lo largo del tiempo. La progresión ascendente de la razón de ingreso a inversión indica que, con el tiempo, el proyecto se vuelve más eficiente en la generación de ingresos en comparación con la inversión inicial. Este análisis respalda la solidez financiera y el rendimiento positivo del proyecto con financiamiento en los años futuros.

Tabla 27 Razón de ingreso a inversión proyecto con financiamiento

RAZON DE INGRESO A INVERSION PROYECTO CON FINANCIAMIENTO			
Año		Flujo de Fondos netos del proyecto	Razón ingreso inversión
2023	1	65.147.383,268	1,8
2024	2	78.436.987,595	2,2
2025	3	94.428.838,825	2,6
2026	4	113.672.398,944	3,1
2027	5	136.828.854,815	3,8
INVERSION			36.466.091,309

Fuente: Elaboración del autor

8.4.2. La razón ingreso a la inversión sin financiamiento

Según los datos la Razón de Ingreso a Inversión muestra una tendencia positiva y creciente a lo largo de los años, pasando de 1,8 en 2023 a 3,8 en 2027. Esta progresión indica una mejora constante en la capacidad del proyecto para

generar ingresos en comparación con la inversión inicial. La razón de ingreso a inversión superior a 1 en todos los años sugiere que los flujos de fondos netos generados por el proyecto son suficientes para cubrir la inversión inicial. La eficiencia en la generación de ingresos se refleja en valores que superan la unidad

Tabla 28 Razón de ingreso a inversión proyecto sin financiamiento

RAZON DE INGRESO A INVERSION PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO			
Año		Flujo de Fondos netos del proyecto	razón ingreso inversión
2023	1	65.166.756,303	1,8
2024	2	78.457.387,204	2,2
2025	3	94.450.495,162	2,6
2026	4	113.695.593,765	3,1
2027	5	136.853.933,044	3,8
INVERSION			36.481.091,309

Fuente: Elaboración del autor

9. RELACIÓN COSTO-BENEFICIO

9.1. Relación costo-beneficio con financiamiento

En la relación beneficio costo del proyecto con financiamiento es de 0.176 pesos de beneficio por cada peso de costo. Según los datos obtenidos se puede concluir que el proyecto es viable con respecto al beneficio costo, donde se tiene un beneficio neto del 17.6%. La relación beneficio costo del proyecto con financiamiento es menos que la relación beneficio costo del proyecto sin financiamiento, por lo que hay un efecto negativo en esta razón.

Tabla 29 Razón beneficio costo proyecto con financiamiento

RAZON BENEFICIO COSTO PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

Año	Flujo de Fondos netos del proyecto	Flujo de costos del proyecto
2023	65.166.756,303	370.592.453,295
2024	78.457.387,204	445.906.028,400
2025	94.450.495,162	536.533.640,166
2026	113.695.593,765	645.589.198,915
2027	136.853.933,044	776.819.788,162
Razón beneficio costo		0,176

Fuente: Elaboración del autor

9.1.1. Relación costo-beneficio sin financiamiento

La Razón Beneficio-Costo (B/C) de 0,176 para el proyecto sin financiamiento indica que, por cada peso invertido en el proyecto, se generan 0,176 pesos en beneficio neto.

Tabla 30 Razón beneficio costo proyecto sin financiamiento

RAZON BENEFICIO COSTO PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO		
Año	Flujo de Fondos netos del proyecto	Flujo de costos del proyecto
2023	65.166.756,303	370.592.453,295
2024	78.457.387,204	445.906.028,400
2025	94.450.495,162	536.533.640,166
2026	113.695.593,765	645.589.198,915
2027	136.853.933,044	776.819.788,162
razón Beneficio costo.		0,175

Fuente: Elaboración propia

9.2. Análisis de sensibilidad

Tabla 31 Análisis de sensibilidad

ANALISIS DE SENSIBILIDAD POR ESCENARIOS					
VARIABLES CRITICAS	ESCENARIOS				
	Pesimista		Conservador	Optimista	
	Variación %	Parámetro	Parámetro	Variación %	Parámetro

Rentabilidad esperada anual del capital propio	-50%	15%	30%	33%	40%
Costo anual del capital financiado	75%	35%	20%	-10%	18%
% Capital propio	-38%	50%	80%	25%	100%
% Capital financiado	-38%	25%	40%	25%	50%
Tasa de descuento del proyecto	38%	40,0%	29,0%	-31%	20,0%
Función de Demanda Dirigida % De Demanda Potencial	-17%	0,250	0,30	17%	0,35
Margen de Contribución o margen comercial	-33%	0,20	0,30	33%	0,40
% Inflación anualizada	6%	3,693	3,5	4,0%	3,640
% variación promedio anual del tipo de cambio (apreciación / depreciación)	-6%	2900	3100	6%	3300
Factor ajuste del flujo de fondos		0,55	1,00		1,72
VARIABLES DE EVALUACION DEL PROYECTO		INDICADORES	INDICADORES		INDICADORES
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO	-59%	76.504.234,46 2	184.509.741,60 7	121%	407.714.243,66 4
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO	-43%	113%	197%	66%	328%
RELACION BENEFICIO COSTO	-45%	0,10	0,18	72%	0,30
FLUJO UNIFORME ANUAL EQUIVALENTE	-49%	37.591.190,42 9	74.309.332,522	83%	136.331.367,82 3
PERIO DE PAGO	-99%	0,0	0,5	-45%	0,3
PUNTO DE EQUILIBRIO	82%	1	0	-42%	0

Fuente: Elaboración del autor

9.3. Análisis de riesgo

Información por escenarios para el analisis de riesgo						
Escenario	Probabilidad	VPN	Factor	Desviación	Desviación ²	Producto
	P		F=P*VPN	Ds=VPN-S	Ds ²	Pd=P*D ² s
Pesimista	30%	76.504.234,462	22.951.270,338,70	- 94.727.926,919	8.973.380.138.371.400	2.692.014.041.511.420
Conservador	50%	184.509.741,607	92.254.870,803,73	13.277.580,227	176.286.170.226.285	88.143.085.113.143
Optimista	25%	407.714.243,664	101.928.915,92	236.482.082,283	55.923.775.240.903.600	13.980.943.810.225.900
		S =	171.232.161,381	155.031.735,591	65.073.441.549.501.300	15.545.412.966.717.000.000.000

Fuente: Elaboración del autor

10. Impacto social y ambiental

Este desarrollo del proyecto de exportación de clavel es fresco a la ciudad de Miami Estados Unidos desde Combita Boyacá conlleva una serie de impactos ambientales y sociales que requieren un enfoque estratégico para garantizar la sostenibilidad y el desarrollo positivo tanto en el lugar de origen como en el destino de la exportación.

Desde el punto de vista ambiental, es esencial implementar prácticas agrícolas sostenibles para garantizar el uso responsable de los recursos naturales, como el agua y el suelo, durante la producción de claveles. La gestión eficiente del riego y el uso responsable de fertilizantes son pasos cruciales para mitigar cualquier impacto negativo en estos recursos. Además, se debe priorizar el uso de materiales reciclables y establecer sistemas eficientes de gestión de residuos en toda la cadena de producción y exportación para reducir la huella de residuos asociada con el proceso. La optimización de la cadena de suministro, incluyendo el transporte, también contribuirá a reducir las emisiones de carbono, y se deben explorar opciones de transporte más sostenibles y eficientes.

En cuanto al impacto social, la producción y exportación de claveles tienen el potencial de generar empleo significativo en el Municipio de Combita, contribuyendo al desarrollo económico local y mejorando las condiciones de vida de los residentes. El éxito del plan puede traducirse en inversiones en infraestructuras y servicios locales, promoviendo así el desarrollo general de la comunidad y proporcionando beneficios tangibles, como mejoras en la educación y la atención médica. La implementación del plan también puede incluir programas de capacitación para la comunidad local, fomentando la transferencia de conocimientos en áreas como la agricultura y la logística, y promoviendo la autosuficiencia. Además, el fomento de una cultura empresarial positiva y emprendedora

en la comunidad puede inspirar a otros a participar en iniciativas similares, creando un efecto positivo a largo plazo en el tejido empresarial local.

Conclusiones

Después de un análisis respaldado por datos, se determina que la exportación de claveles frescos desde Combita Boyacá a Miami, Florida, Estados Unidos, constituye una destacada oportunidad de negocio con un considerable potencial de crecimiento. Boyacá presenta condiciones climáticas y geográficas propicias para el cultivo de claveles, lo que ha generado un notable aumento en su producción en los últimos años. Además, la calidad y el atractivo de los claveles los posicionan como un producto altamente solicitado a nivel internacional.

La exportación de claveles frescos al mercado de Miami, Florida, proporciona una ventaja estratégica debido a la alta demanda de este producto en la región. Esto asegura un flujo constante de ingresos y abre la posibilidad de futuras expansiones. Además, la proximidad geográfica entre Boyacá y Miami reduce los costos de transporte y los tiempos de entrega, aumentando la eficiencia operativa del negocio.

Este proyecto podría generar ingresos significativos, impulsando el desarrollo económico y social de los habitantes de Combita Boyacá. Además, la creación de empleos adicionales en el sector agrícola fortalecerá la cadena de suministro y promoverá las buenas prácticas agrícolas junto con la implementación de tecnología.

La exportación de claveles frescos diversificaría la oferta exportable de la empresa Santa Lucia Sas desde el departamento de Boyacá y consolidaría a la región como un proveedor confiable y de calidad en el mercado internacional. Esto abriría nuevas oportunidades comerciales y reforzaría su reputación como centro de producción agrícola de excelencia.

Recomendaciones

Asegurarse de cumplir con todas las regulaciones y requisitos normativos tanto a nivel nacional como internacional para facilitar un proceso de exportación sin contratiempos.

Impartir capacitación integral a los empleados en todas las fases del proceso, desde la producción hasta el procesamiento y empaquetado de los claveles. Este enfoque garantizará una ejecución eficiente y exitosa del proyecto, manteniendo altos estándares de calidad y satisfaciendo las demandas del mercado.

Integrar prácticas agrícolas sostenibles y éticas en todas las etapas de la producción. Esto no solo responde a las crecientes demandas del mercado por productos sostenibles, sino que también contribuye positivamente a la imagen de la empresa.

Bibliografía

Bogota, C. d. (2023). Plan estrategico exportador para la region 2013-2023. Bogota, Boyaca.

CEUPE. (2023). CEUPE . Obtenido de <https://www.ceupe.com/>

DIAN. (2023). DIAN. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/>

Infoagro. (2023). Infoagro. Obtenido de <https://www.infoagro.com>

Legiscomex. (2023). Legiscomex. Obtenido de <https://legiscomex.com/>

Lulle, O. A. (27 de marzo de 2023). Agronegocios. Obtenido de <https://www.agronegocios.co>

Minagricultura. (2023). Minagricultura. Obtenido de <https://www.minagricultura.gov.co/paginas/default.aspx>

Procolombia. (2023). Procolombia. Obtenido de <https://procolombia.co/>

SCHOOL, I. B. (2023). INEAF BUSINESS SCHOOL. Obtenido de <https://www.ineaf.es/>

Tiglla, M. (2023). Plan de negocio para la comercialización y exportación de rosas a Estados Unidos.

TLC. (2023). TLC. Obtenido de <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente>

TradeMap. (2023). TradeMap. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx

UNAM. (2023). UNAM. Obtenido de <https://unamglobal.unam.mx/>

Meta, G. d. (12 de 03 de 2023). Gobernación del Meta. Obtenido de Gobernación del Meta: <https://meta.gov.co/noticias/lima-%C3%A1cida-tahit%C3%AD,-otro-cultivo-quepotencializa-el-meta-para-el-mundo/2063>

MINCIT. (s.f.). Obtenido de MINCIT: <https://www.mincit.gov.co/>

*Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Obtenido de
ile:///C:/Users/HOGAR/Pictures/Saved%20Pictures/20210630%20Cifras%20Sectoriales%
20C%C3%ADtricos.pdf*

Prieto Daza, H. A. (26 de Abril de 2023). (D. Gutierrez, & C. Florez, Entrevistadores)

PROCOLOMBIA. (08 de JUNIO de 2022). PROCOLOMBIA.