



**Oportunidades Comerciales del Fertilizante Orgánico Mineral producido en  
Corpoagrominh hacia los Mercados Internacionales**

**Juan Felipe Cerquera Díaz  
Gayla Gianella Un Guahuña**

**Universidad Antonio Nariño  
Facultad De Ciencias Económicas, Administrativas Y Contables  
Programa de Comercio Internacional  
Sede Neiva-Altico  
2023**



**Oportunidades Comerciales del Fertilizante Orgánico Mineral producido en  
Corpoagrominh hacia los Mercados Internacionales**

**Juan Felipe Cerquera Diaz  
Gayla Gianella Un Guahuña**

**Monografía de grado presentado como requisito para optar el título de profesional en  
comercio internacional**

**Asesor**

**John Jairo Quimbaya Ramírez**

**Línea De Investigación: Economía Internacional**

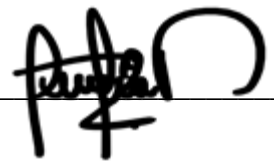
**Universidad Antonio Nariño  
Facultad De Ciencias Económicas, Administrativas Y Contables  
Programa de Comercio Internacional  
Sede Neiva-Altico  
2023**

## NOTA DE ACEPTACIÓN

Trabajo de grado titulado Oportunidades comerciales del  
fertilizante orgánico mineral producido en  
CORPOAGROMINH hacia los mercados  
internacionales.

Cumple con los requisitos para optar el título de  
profesional en Comercio Internacional

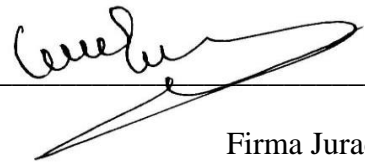
Firma del Tutor



---

---

Firma Jurado



---

Firma Jurado

---

Neiva, noviembre, 2023

## **Dedicatoria**

Con mucho amor dedicamos principalmente este trabajo a Dios, por ser nuestro guía alrededor de la vida y en cada uno de los procesos para el cumplimiento de nuestros sueños.

A nuestros padres, hermanos y demás familiares, por su amor, apoyo, motivación, ejemplo y demás virtudes que han formado al estudiante que por muchos años ha luchado por conseguir un no muy lejano título profesional. Son una luz para el largo camino de la vida, la cual no ha dejado paso a la oscuridad durante los largos procesos de crecimiento académicos y personal.

A nuestros amigos y sus palabras de aliento en momentos de dificultad, y a nosotros mismos por no rendirnos a lo largo de este proceso académico, todo el esfuerzo se ve reflejado en la prosperidad de estos frutos.

## **Agradecimientos**

A la Universidad Antonio Nariño queremos agradecerle profundamente por hacernos parte de su familia de estudiantes, por ser nuestro hogar a lo largo de estos 4 años, donde en sus aulas nos formamos como profesionales responsables, autónomos, con sentido de pertenencia y con valores indispensables para conseguir esta tan esperada meta.

A todos nuestros docentes UAN, que con amor y dedicación aportaron a nuestra formación académica, forjándonos en seguridad y confianza para afrontar el mundo profesional.

Por último, para CORPOAGROMINH solo tenemos palabras de agradecimiento, por su confianza desde el día uno al trabajar de nuestra mano, por darle el sí a nuestra idea y apoyarnos fielmente en cada requerimiento, gracias por su tiempo y aportes para la realización de este estudio el cual esperamos sea de gran contribución para la corporación.

## Tabla de Contenido

Lista de Anexos.....	5
Resumen.....	6
Abstract.....	7
Introducción .....	8
1. Estudios Preliminares.....	10
1.1 Planteamiento del Problema.....	10
1.2 Objetivos del Proyecto .....	12
1.2.1 Objetivo General.....	12
1.2.2 Objetivos Específicos.....	12
1.3 Marco Conceptual .....	13
1.3.1 Estado del Arte.....	15
1.3.2 Marco Teórico.....	19
1.4 Alcance.....	22
1.5 Justificación.....	24
2. Metodología de la Investigación.....	26
3. Desarrollo.....	28
3.1 Estudio de la Oferta del Producto a Exportar.....	28
3.1.1 Contexto Histórico de CORPOAGROMINH.....	28
3.1.2 Aspectos Administrativos y operativos de CORPOAGROMINH .....	30
3.1.3 Descripción del Fertilizante Orgánico Mineral y capacidad de exportación de CORPOAGROMINH. ....	31
3.1.4 Política de ventas de la empresa CORPOAGROMINH.....	32
3.1.5 Competencia nacional de la empresa CORPOAGROMINH.....	33
3.1.6 Competencia internacional de la empresa CORPOAGROMINH .....	35
3.2 Definición de los países compradores más adecuados para CORPOAGROMINH.....	37
3.2.1 Aplicación de la matriz de selección .....	37
3.3 Identificación de la demanda Internacional para el producto a Exportar.....	44
3.3.1 Características de los países Ecuador, Estados Unidos y México .....	44

3.3.2	Cuantificar la demanda del Fertilizante Orgánico Mineral con partida arancelaria (31.05.90).....	45
3.3.3	Empresas Importadoras de Ecuador, Estados Unidos y México. ....	48
3.4	Guía para realizar la exportación del fertilizante orgánico mineral .....	52
	Conclusiones .....	60
	Recomendaciones .....	62
	Referencias.....	64
	Anexos .....	68

**Lista de Tablas**

Tabla 1 .....	34
Tabla 2 .....	35
Tabla 3 .....	38
Tabla 4 .....	39
Tabla 5 .....	41
Tabla 6 .....	45
Tabla 7 .....	49
Tabla 8 .....	50
Tabla 9 .....	51



**Lista de Ilustración**

Ilustración 1 .....	37
Ilustración 2 .....	38
Ilustración 3 .....	46
Ilustración 4 .....	52

### **Lista de Anexos**

Anexo 1 Formulario del Registro Único Empresarial y Social RUES .....	68
Anexo 2 Declaración Juramentada de Origen .....	69
Anexo 3 Declaración de exportación –DEX- (forma 600) .....	70
Anexo 4 Declaración de Cambio por Exportación de Bienes.....	71

## Resumen

El presente estudio se realizó con el fin de ofrecer a la Corporación Agrominera del Huila, una visión de cómo se comportaría su nuevo fertilizante orgánico mineral en el mercado internacional, y cuáles son las oportunidades que este tiene a la hora de apostarle a su visión empresarial de llegar a mercados nacionales e internacionales con un producto innovador y de gran impacto productivo para el sector agrícola.

Esta monografía se desarrolla bajo un estudio descriptivo cuyas fuentes de información son primarias y secundarias. Estructuralmente al proyecto lo conformó cuatro objetivos específicos, los cuales abarcan la oferta del producto, la aplicación de una matriz de selección en la cual se definió los países más indicados para el desarrollo de un plan de internacionalización, y con este se identificó la demanda de estos países. Por último, se desarrolló un paso a paso para que la corporación lleve a cabo a la hora de querer incursionar en el mercado exterior.

Con lo previamente dicho se desarrolló este estudio, el cual es fuente valiosa de información para CORPOAGROMINH al igual que apoya a las apuestas productivas de la región y a el crecimiento de la economía del departamento del Huila.

**Palabras clave:** Fertilizante, Mercado, Internacional, Oferta, Demanda.

## Abstract

The present study was carried out in order to offer the Agrominera Corporation of Huila a vision of how its new organic mineral fertilizer would behave in the international market, and what are the opportunities that it has when it comes to betting on its business vision which is to reach national and international markets with an innovative product with great productive impact for the agricultural sector.

This monograph is developed under a descriptive study whose sources of information are primary and secondary. Talking about the project's structure, the project was made up of four specific objectives, which cover the product offer, the application of a matrix selection in which the most suitable countries for the development of an internationalization plan were defined, and with this it was possible to identify the demand of these countries. Finally, a step by step was developed for the corporation to carry out when wanting to venture into the foreign market.

With what was previously said, this was how this study was developed, which is a valuable source of information for CORPOAGROMINH also it supports the productive bets of the region and the growth of the economy of the department of Huila.

**Keywords:** Fertilizer, Market, International, Supply, Demand.

## Introducción

El comercio internacional es base fundamental para el desarrollo de los países, ya que fortalece las relaciones entre Estados, generando crecimiento en los sectores productivos, y desarrollo económico y social en las naciones que le apuestan a conquistar escenarios internacionales. (Krugman, 2010), argumenta que el comercio internacional contribuye al crecimiento económico al facilitar el acceso a nuevos mercados, fomentar la competencia y promover la innovación y la mejora de la productividad. Es por ello, que este estudio pretende contribuir a la conquista de un mercado extranjero por parte de la Corporación Agrominera del Huila, la cual agremia al sector minero de los municipios ubicados en el noroccidente del departamento.

El desarrollo de la presente monografía se llevó a cabo mediante dos líneas: por un lado, el estudio de la oferta del Fertilizante Orgánico Mineral, donde se presentó a la corporación, como está organizada y todo lo relacionado con la producción, disponibilidad y proyección del producto. Por otro lado, se aplicó una matriz de selección para establecer los países más indicados a la hora de incursionar en el mercado internacional con el producto ya antes mencionado, y de estos países ya identificados se estudió la demanda, en la cual se evaluaron todos los aspectos de interés para que la corporación los tome como clientes potenciales. Por último, el proceso para el desarrollo de un plan de internacionalización con el paso a paso para realizar la exportación del Fertilizante Orgánico Mineral.

Es de importancia la realización de este estudio ya que la corporación desde el 2009 se encuentra en la tarea de ofrecer productos secundarios derivados de materiales calcáreos, con el fin de generar un valor agregado para el beneficio de sus asociados, los municipios y la economía del Departamento. Este cuenta con una formula diversificada que se ajusta a las necesidades del

suelo, y con sus componentes orgánicos contribuye a la seguridad alimentaria e incrementa la accesibilidad de alimentos a la población. Y para finalizar, conociendo todos los beneficios de comercializar un fertilizante de estas características, es de gran relevancia trabajar y presentar un estudio como este, para ofrecerle a la empresa una visión de que si es posible conquistar mercados internacionales y cuáles son sus países potenciales, esto con el fin de reducir costos a la hora de lanzarse al mercado internacional, de esta manera se apoya al crecimiento empresarial del sector minero y del Departamento, mediante la promoción de las exportaciones, crecimiento y desarrollo.

## 1. Estudios Preliminares

### 1.1 Planteamiento del Problema

El comercio internacional genera crecimiento y desarrollo para los países, el incursionar en un mercado extranjero da la oportunidad de exportar productos nacionales al mundo, (Smith 1776, Ricardo 1817, Krugman, 2010).

Exportar al mundo es uno de los grandes retos de los empresarios y los territorios pues esto genera divisas para el país, amplía la producción nacional, hace crecer las empresas y genera empleo.

A este reto no se escapa el Departamento del Huila, el cual cuenta con una potencial y real oferta exportadora basada en sus seis apuestas productivas las cuales son agricultura de base tecnológica, turismo, piscicultura, energía, economía creativa y minería. Esta última comprende un impulso, para el oro, mármol, arcilla y fosfato. El mármol es una de las materias primas que más se explotan en los municipios de Santa María, Neiva, Teruel y Palermo, siendo este último municipio reconocido como la capital marmolera de Colombia.

En el noroccidente del Departamento, se encuentra operando la Corporación Agrominera Del Huila, CORPOAGROMINH, la cual agremia a los mineros de los municipios nombrados. Corpoagrominh tiene como objetivo para finales del año 2023 iniciar con la transformación de las rocas calcáreas (calizas y dolomitas) con destino a la industria y la producción de fertilizantes orgánico minerales para la comercialización nacional e internacional dada la potencialidad de la región Noroccidental y advirtiendo la necesidad de este tipo de bienes debido a la escasez de insumos agrícolas a raíz de la guerra entre Rusia y Ucrania.

La visión de Corpoagrominh hace énfasis en su interés por incursionar en los mercados internacionales es a partir de este propósito que el presente estudio se planteó como pregunta de investigación ¿Qué oportunidades Comerciales tiene el Fertilizante Orgánico Mineral producido en Corpoagrominh hacia los Mercados Internacionales?



## **1.2 Objetivos del Proyecto**

Para dar respuesta a la pregunta problema planteada, se han formulado los siguientes objetivos, los cuales se cumplirán a lo largo de esta investigación.

### ***1.2.1 Objetivo General***

Realizar un estudio de mercado sobre las oportunidades comerciales del fertilizante orgánico mineral producido por CORPOAGROMINH en los mercados internacionales.

### ***1.2.2 Objetivos Específicos***

- Desarrollar un estudio sobre la oferta del fertilizante orgánico mineral y conocer su capacidad para incursionar en un mercado extranjero.
- Definir los tres países compradores más adecuados para CORPOAGROMINH mediante la aplicación de una matriz de selección.
- Identificar la demanda internacional del fertilizante orgánico mineral durante el periodo 2018 - 2022 en los tres países seleccionados, con el fin de determinar la oportunidad en el mercado extranjero.
- Elaborar una guía con el procedimiento a seguir a la hora de realizar la exportación del fertilizante orgánico mineral.

### **1.3 Marco Conceptual**

#### **➤ Fertilizantes**

Un fertilizante es una sustancia que se agrega al suelo para mejorar la calidad de nutrientes disponibles para las plantas. Estos nutrientes pueden incluir calcio, magnesio, fósforo y potasio, así como otros elementos necesarios para el crecimiento saludable de las plantas. El uso adecuado de los fertilizantes puede aumentar la producción de cultivos y mejorar la calidad de los alimentos. Todo esto promoverá el bienestar de su pueblo, de su comunidad y de su país (Asociación internacional de la industria de fertilizantes, 2004, 1).

#### **➤ Residuo Orgánico**

Se consideran residuos orgánicos a los residuos de poda de cultivos, los cortes de plantas conocidas como malezas, las excretas o estiércoles de animales, los subproductos de origen natural que no han sido modificados con la adición de químicos sintéticos (Luna Geller et al., 2013, 6).

#### **➤ Residuo Mineral**

Un mineral es una sustancia inorgánica que se encuentra en la naturaleza y que tiene una composición química definida, una estructura cristalina y propiedades físicas únicas. Los granos o cristales pueden ser microscópicos o fácilmente visibles sin ayuda de un microscopio (Tarbuck & Lutgens, 2011, 24).

#### **➤ Fertilizante Orgánico Mineral**

Un fertilizante orgánico mineral es un tipo de abono que se utiliza para mejorar la calidad del suelo y aumentar el crecimiento de las plantas. Está compuesto por materiales naturales,

como estiércol o compostaje, así como minerales como calcio, magnesio, entre otros. Este tipo de fertilizante ayuda a mantener saludable el suelo y aporta nutrientes esenciales para el desarrollo de las plantas.

➤ **Calizas**

Las calizas son rocas sedimentarias que han sido transformadas por la acción del calor y la presión. Su origen puede ser químico u organógeno, están integradas por al menos por un 50% de carbonato cálcico (Guerrero Hernández, 2001, 3).

➤ **Carbonato de Calcio**

El carbonato de calcio es un componente químico que podemos encontrar en la piedra caliza (mármol), es muy usada para controlar la acidez del suelo y suministrar calcio (Ca) para la nutrición de las plantas. Puede referirse a varios productos, pero en el uso agrícola usualmente se refiere a la piedra caliza molida (International Plant Nutrition Institute, 2013)

➤ **Carbonato de Magnesio**

El carbonato de magnesio al igual que al carbonato de calcio también es un componente químico que podemos encontrar en la naturaleza, especialmente en rocas y minerales, el cual es usado para mantener y controlar la acidez del suelo y contribuir al desarrollo de la planta.

➤ **Abonisa compostaje**

El compostaje hace referencia al método biológico realizado en condiciones particulares de humedad, aireación, temperatura y bajo la acción de ciertos microorganismos, para la transformación y estabilización de residuos orgánicos biodegradables en un producto final

llamado compost que según su contenido de nutrientes puede ser un abono de buena calidad (Luna Geller et al., 2013, 6)

### **1.3.1 Estado del Arte**

A continuación, se presentan diferentes investigaciones desde el campo internacional, nacional y local relacionadas con el problema de investigación, fertilizante orgánico mineral huilense y la oportunidad de incursionar en los mercados internacionales.

#### **Investigaciones Internacionales**

La primera investigación analizada fue elaborada por Plata Ramos et al., 2005 quienes realizaron la investigación *exportación de cal hidratada a la república del Salvador* en la Universidad Veracruzana de México. A través de esta investigación describieron, un panorama de la demanda del producto, sus características, el mercado y el beneficio económico que se espera a fin de que al tomar decisiones adecuadas bien fundamentadas. La metodología utilizada en esta investigación es un proyecto internacional de exportación. Donde los resultados obtenidos mostraron que el proyecto era muy aconsejable, sin embargo, estaban conscientes de que por las características de la figura asociativa (Sociedad Cooperative Rural) y la consecuente visión empresarial se tendrían que realizar muchos esfuerzos para crear el ambiente organizacional propicio e indiscutiblemente contratar servicios de consultoría especializada para la puesta en marcha del proyecto y las primeras salidas al mercado.

Una segunda investigación realizada por Alonso & Chiappero, escrita en el año 2016 titulada *Proyecto de exportación de Sulfato de Calcio*, en esta investigación se busca desarrollar

y proponer un proyecto de exportación que sirva como guía para incurrir en un mercado internacional nuevo para la misma. La metodología utilizada fue tanto el método cuantitativo como el cualitativo, con una investigación exploratoria. Identificando así el proyecto de exportación del producto Yeso Agrícola Granulado, para la empresa Recuperar SRL. En el mismo se ha ido desarrollando y evaluando las aptitudes de la empresa previamente mencionadas, determinando así las posibilidades de producción de la empresa y por ende de crecimiento de la misma a través de la incursión en mercados internacionales, seleccionado Ecuador como país potencial, lo cual representa un nuevo y gran desafío para la empresa, la cual siempre ha incursionado en países limítrofes, de esta manera disminuyendo sus riesgos al momento de insertarse en los mismos, además debido a la total capacidad con la que cuenta actualmente la empresa.

### **Investigaciones Nacionales**

En el entorno nacional encontramos tres que iban a línea nuestro problema de investigación, inicialmente la de Orozco Ovalle & Yaruro Arzuaga para el año 2005, titulada, *Estudio de inteligencia de mercados plan estratégico exportador Venezuela y Argentina empresa: promin ltda* una investigación con la empresa PROMIN LTDA, cuyo principal objetivo fue desarrollar un plan exportador integral de la empresa PROMIN LTDA, con visitas al mercado de Venezuela y la Argentina mediante la metodología de inteligencia de mercados partiendo del análisis de la situación de la empresa y su entorno competitivo nacional e internacional. logrando como resultado que para la empresa PROMIN LTDA el enfoque de planeación estratégica facilita la gestión integrada de los recursos humanos, debido a que estos se

convierten en la base para realizar los cambios estratégicos que la empresa requiere para crecer y consolidarse en el mercado exportador de carbonato de calcio hacia la Argentina y Venezuela.

Por otro lado (Salamanca Hernandez, 2006) en la investigación titulada *Plan exportador para agrosagi y cia ltda de fertilizantes agrícolas*, se planteó como objetivo principal, desarrollar un plan exportador para la empresa Agrosagi Y Cia Ltda. Con el fin de comercializar fertilizantes agrícolas y centrar su estrategia comercial en el mercado internacional. El estudio es de tipo exploratorio, puesto que su objetivo principal es analizar e identificar el mercado objetivo internacional al cual se va a dirigir la empresa Agrosagi y Cia Ltda. Los resultados evidenciaron que existen oportunidades para incursionar en mercados internacionales los cuales son demandantes de fertilizantes agrícolas permitiendo aprovechar las oportunidades comerciales, ya que existen acuerdos pactados con Colombia como son la CAN Y el ALADI permitiendo así, obtener preferencias arancelarias al destinar nuestros productos a estos mercado miembros como los son Ecuador, Chile, Costa Rica y Perú favoreciendo la comercialización de los Chelakeles, eligiendo así a Ecuador ya que es un país agrícola y además obtienen ventajas al tener registrado ante el MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería).

Por su parte, (Rodríguez Salamanca, 2021) en Bogotá D.C realizaron la investigación *Identificación plan de negocio: exportacion de fosforita 30% desde Pesca, Boyacá a Puerto Barrios-Guatemala*, cuyo objetivo se basó en determinar la viabilidad financiera al realizar la exportación de FOSFORITA 30%, desde Pesca, Boyacá a Puerto Barrios en Guatemala. La metodología que se implementó fue un método cuantitativo porque busca determinar la rentabilidad de la exportación de Fosforita 30% desde Pesca, Boyacá a Puerto Barrios en Guatemala. Los resultados evidenciaron que obtuvieron un VPN positivo, lo que resulta en que el plan de negocio es viable, la Fosforita 30%, es un producto que facilita su exportación, debido

a que el manejo del producto y la logística no requieren de procedimientos especiales y que Guatemala, es un destino muy acertado, ya que es un país que dedica gran parte de su economía a la agricultura y el proyecto genera rentabilidad y de la misma manera crecimiento.

### **Investigaciones Locales**

En el ámbito local encontramos una investigación que más se asemeja problema de indagación, la cual fue realizada por Ramírez Montenegro & Bastidas Bahos en el 2022, esta monografía se titula *Fosfatos del Huila la Conquista del Mercado de Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras y Guatemala* de Neiva-Huila, proponen como objetivo, elaborar un estudio para que Fosfatos del Huila conquiste el mercado de Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras y Guatemala y así contribuir a su propósito de ser la empresa líder en producción y ventas de Fuente de Fosfato y sus derivados. Se desarrolló bajo el formato de un estudio descriptivo, cuya información se obtuvo mediante fuentes primarias y secundarias. Donde los resultados permitieron sentar las bases para que la empresa emprenda su camino a incrementar las relaciones comerciales con los países centroamericanos: Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras y Guatemala. El estudio permitió visualizar numerosos aspectos en los cuales la empresa puede profundizar para obtener beneficios en la exportación de fosfato a dichos países, tales como la cercanía geográfica de Colombia con la región centroamericana, considerando esto un aspecto fundamental a tener en cuenta al momento de la negociación debido a que disminuirá los costos de transporte con respecto a otros destinos del mundo

De acuerdo al análisis de los estudios realizados, se logró determinar que ninguno de ellos ha realizado una investigación sobre la oportunidad del fertilizante orgánico mineral para

incursionar en los mercados internacionales, por ende, se tomó la decisión de hacer un estudio de la oferta y la demanda, y la selección de cuáles son los mercados con mayor viabilidad que permitan que la corporación agrominera del Huila logre la exportación del fertilizante orgánico-mineral CORPOAGROMINH, para que de esta forma apoye el desarrollo del departamento a través del comercio internacional y junto a esto cumplir con su visión:

En 2030 seremos la corporación Agrominera Líder con mayor impacto productivo, competitivo e innovador que llegue a los mercados nacionales e internacionales, con productos nuevos para el mercado industrial, agropecuario y minero reconocido por la calidad de sus servicios, utilizando un recurso humano altamente calificado garantizando su sostenibilidad y crecimiento (Corporación Agrominera del Huila, 2016)

### ***1.3.2 Marco Teórico***

El presente trabajo lo ilustran tres elementos teóricos, el primero la teoría del comercio internacional, iluminado por el pensamiento expuesto por Paul Krugman sobre la nueva teoría del comercio internacional, la teoría del crecimiento económico y la teoría del mercadeo internacional.

#### **Nueva Teoría del Comercio Internacional**

La nueva teoría del comercio internacional, expuesta por Paul Krugman, es de suma importancia para este estudio. El Modelo de Competencia Monopolística, de manera simple plantea, que un país exportará los productos para los cuales tiene recursos naturales en abundancia o si tiene abundancia de un factor de producción como el capital, y exportará



productos intensivos en este factor de producción. (Aguirre, 2014). En pocas palabras, los países exportan sus productos con base en las ventajas competitivas a través de las economías de escala.

Adicional a esto, Krugman comprendió que el comercio internacional en la realidad no era sólo “interindustrial”, como lo plantea la teoría tradicional, sino que los países también realizan intercambios de bienes y servicios para las mismas industrias, lo que se denomina comercio “intraindustrial”. Para Krugman y Helpman, en la práctica, el comercio de la mitad del mundo consiste en el comercio entre los países que son industriales y relativamente similares en sus dotaciones de factor relativas. (Steinberg, 2004)

### **Teoría del Crecimiento Económico**

Existe el modelo de crecimiento direccionado por las exportaciones, expuesto por el economista británico Antony Thirlwall, y el cual años después daría paso al nacimiento de la ley de Thirlwall.

El modelo de crecimiento dirigido por las exportaciones, demuestra la importancia de la demanda como determinante del crecimiento en donde (Thirlwall, 2000) señala que las exportaciones son un componente de la demanda agregada según tres características, las cuales son:

- Las exportaciones son el único componente de la demanda verdaderamente autónomo.
- Las exportaciones constituyen el único componente de la demanda que pueden pagar los requerimientos de las importaciones del crecimiento.
- Permite el aumento de las importaciones.

## **Teoría del Mercadeo Internacional**

Esta teoría la exponen Lerma Kirchner y Marquez Castro (2010), en su libro de “comercio y marketing internacional”, la cual plantea que el mercadeo internacional es la actividad que se ocupa de llevar y hacer operar con éxito un producto en un seleccionado mercado internacional, con el fin de satisfacer los deseos y necesidades de sus futuros consumidores y usuarios. A raíz de la importancia, en cuanto a la generación de respuestas positivas como la paz y prosperidad que trae a los países la actividad de comercializar productos, ya que el comercio genera creatividad, entendimiento mutuo e interdependencia; generando de esta manera una expansión económica mundial, que brinda oportunidades a mercados globales (Cateora, Gilly y Graham, 2010)

(Keegan y Green, 2009) en su libro de “Marketing internacional “resalta la importancia de diseñar un producto que se adapte específicamente al mercado meta, para que de esta manera logre cumplir con las expectativas del consumidor y genere satisfacción al cliente. Actualmente las estrategias de marketing son diferentes en todos los países, debido a la globalización de los mercados, factores como cultura, idioma, capacidad adquisitiva, sectores, colores y en general la forma de vender el producto, hacen que los procesos de incursión al mercado cambien, de ahí la importancia de generar estrategias enfocadas en satisfacer las necesidades de los clientes previamente conocidos y de esta manera tener éxito en el posicionamiento de un producto.

#### 1.4 Alcance

El alcance de este estudio se divide por objetivos, en donde el primero, presenta la oferta del producto, conociendo la historia de la Corporación Agrominera del Huila, analizando la disponibilidad y características del fertilizante orgánico mineral ante la competencia nacional e internacional. De igual manera se estudia los competidores nacionales, las empresas que producen y exportan fertilizantes de la misma subpartida que el de la corporación. Por último, se identifican los países que a nivel mundial lideran la exportación del fertilizante para así conocer la oferta y competencia internacional.

En cuanto al análisis de la demanda, primero se desarrolla una matriz de selección para determinar cuáles son los países más indicados para la incursión de mercado, evaluando criterios de logística, precio de compra, PIB nacional, tratados vigentes y cantidad de importación del producto. Luego de esto, se cuantifica la demanda mundial del fertilizante orgánico mineral y se analizan las condiciones de la demanda de solo los países arrojados en la matriz de selección, conociendo las empresas más importadoras de cada país, este estudio solo abarca el identificar las empresas, no se realizará una penetración de mercado. También, se estudia los índices de crecimiento, población, superficie, PIB total y per cápita en cada país selecto, siendo este el alcance del segundo y tercer objetivo.

Por último, se entrega a CORPORAGROMINH un plan de trabajo procedimental a seguir para el momento en el que deseen conquistar el mercado internacional, donde indica cuales son los pasos para el proceso de exportación, entidades a las cuales dirigirse, vistos buenos, incoterms, documentación necesaria y recomendaciones de logística para que la empresa tenga un estimado de cómo sería el proceso de internacionalización del fertilizante orgánico

mineral, este estudio no tiene dentro de su alcance ofrecer costos de tramitología ni de agenciamiento aduanero.

## 1.5 Justificación

El origen de esta investigación nace de la necesidad de conocer cuáles son las oportunidades comerciales que tiene el fertilizante orgánico mineral en un mercado internacional; esta pregunta surge en la Corporación Agrominera del departamento del Huila, la cual, para el presente año en el mes de diciembre, hará apertura de su primera planta de transformación minera, en esta se espera producir un fertilizante a bajo costo para beneficio del sector productivo agrícola a nivel local, nacional e internacional.

Al ser este un producto nuevo y conociendo la visión de Corpoagrominh, de comercializar de una forma competitiva e innovadora en mercados internacionales, se hace importante conocer por medio de un estudio de mercado, a qué países se les debería apuntar y de esta manera direccionar el plan de acción comercial de la corporación. Al lograr posicionarse en un mercado extranjero, no solo crece la empresa económicamente y se beneficia sus miembros, que en este caso son mineros productores de materiales calcáreos de la región, sino, que la economía del departamento se ve comprometida, debido a que el sector minero es una de las apuestas productivas más fuertes de la presente gestión gubernamental.

Al no realizarse este estudio, no se emplearían los conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera, tampoco, se contribuiría a la biblioteca de información de la universidad y del departamento, ya que actualmente estas carecen de estudios relacionados para tomar como referencia a la hora de realizarse una investigación del presente producto.

Finalmente, para Corpoagrominh, la falta de un estudio de esta magnitud, haría que su proceso de incursión en el mercado internacional sea más complejo, ya que se corre el riesgo de

perder tiempo y dinero por la falta de información para la toma de decisiones y planificación del proceso en su búsqueda de una oportunidad comercial.

## 2. Metodología de la Investigación

Es de resaltar que este estudio es de tipo netamente descriptivo, donde Sabino (2015) lo define como un tipo de investigación que describe algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, haciendo uso de criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de fenómenos en estudio.

Para el desarrollo de esta investigación se han planteado una serie de actividades las cuales tienen como propósito, indagar, facilitar y cumplir con cada objetivo específico propuesto, que lleve finalmente al desarrollo del objetivo general.

Para el estudio de la oferta, se realizará un trabajo de la mano con Corpoagrominh. Se visitarán las instalaciones para conocer su cuerpo administrativo, operativo, el área de almacén, y el espacio dispuesto para la implementación de la planta de producción.

Se utilizará fuentes de información primaria y la técnica de recolección de la información será por medio de entrevistas, los cuestionarios para conocer la Corporación y el producto, serán contestados por los miembros administrativos y operativos de la corporación.

Las entrevistas permitirán conocer acerca del área administrativa, operativa, los tipos de productos que comercializan a nivel nacional e internacional, política en ventas, la capacidad de producción y exportación.

En el estudio de la demanda también se utilizará información secundaria por medio de revisión documental en páginas web como LegisComex, TradeMap, el Banco Mundial y la dirección de impuestos y aduanas nacionales -DIAN, para conocer la competencia nacional e

internacional y de esta manera realizar la matriz de selección para identificar los mejores clientes y así direccionar el plan de acción para la corporación.

En el tercer objetivo se continua con el estudio de la demanda, pero enfocado en los países identificados en la matriz de selección. Para la realización de este objetivo se revisa información secundaria en páginas web con datos económicos (LegisComex, TradeMap, Banco Mundial) que permitan cuantificar la demanda internacional, las características de los países selectos y las empresas que más consumen el producto en estudio.

De igual manera, estas fuentes de información secundaria son importantes a la hora de definir la partida arancelaria, los aspectos logísticos de comercio exterior, los pasos al momento de exportar y entidades para solicitud de vistos buenos, con esta información recolectada se estructura la guía exportadora la cual es el último objetivo específico que plantea este estudio.

Finalmente, para llevar a cabo con el cumplimiento de los cuatros objetivos propuestos para la realización de este trabajo, se realizará un estudio de tipo descriptivo, con fuentes de información primaria y secundaria, la técnica de recolección de información será la entrevista y revisión documental, el instrumento de recolección de información será por medio de cuestionario, el cual se aplicará al cuerpo administrativo de Corpoagrominh, todo esto con el fin de realizar un desarrollo completo de los objetivos planteados para este estudio.



### **3. Desarrollo**

En el presente apartado se encuentra el desarrollo de los objetivos específicos del proyecto, el cual estudia inicialmente la oferta y posterior demanda del producto a exportar.

Todo lo plasmado se basa en la información de oferta suministrada por CORPOAGROMINH, y los resultados obtenidos en el análisis de demanda realizado en el presente estudio.

#### **3.1 Estudio de la Oferta del Producto a Exportar.**

Con la intención de desarrollar el primer objetivo específico de este estudio, se han programado visitas a las instalaciones de la corporación con el fin de conocer todo lo relacionado con la creación, historia, funcionamiento, organigrama, políticas de ventas y producción de la empresa; esto con el fin de conocer las capacidades de oferta para un mercado local e internacional.

##### ***3.1.1 Contexto Histórico de CORPOAGROMIH***

Inicialmente CORPOAGROMIH nació como una cooperativa de trabajo asociado, debido a que los mineros de la época presentaban la necesidad de obtener títulos para la extracción de la roca mármol. Esta cooperativa debido al incumplimiento de los reglamentos de la superintendencia de Economía Solidaria, se encontraba embargada, multada y en declive económico.

Para junio del año 2009, la señora Martha Rojas Cuenca, que actualmente ocupa la dirección ejecutiva, viendo el estado de la cooperativa, solicitó asesoría para reactivarla

económicamente, y fue entonces, cuando se crea la Corporación Agrominera del Huila CORPOAGROMINH. Seguidamente, se crean los estatutos y la junta directiva.

En el mismo año, se presenta y se aprueba ante la gobernación del departamento del Huila con recursos de regalías, el proyecto del centro de gestión integral minero ambiental para el noroccidente del Huila, el cual tuvo un costo de 1.300 millones de pesos. Este centro de acopio consta de un terreno de 3 hectáreas, una báscula camionera, un laboratorio físico químico para hacer análisis de las materias primas, un patio donde se acopia los materiales pétreos y un área administrativa. Todo lo anterior, fue entregado bajo comodato, en el año 2015 para disposición de la Corporación Agrominera del Huila.

En el periodo 2015 al 2020, la corporación presenta el proyecto de molienda y trituración, que es el molino tipo remo que se encuentra actualmente en construcción y su costo fue alrededor de 4.900 millones de pesos, este proyecto se está realizando de la mano con el actual gobierno departamental “Huila Crece”.

Actualmente CORPOAGROMINH cuenta con 28 asociados, todos mineros tradicionales de los municipios de Palermo, Teruel y Santa María. Se presentó ante el ministerio de minas, con asistencia técnica de la actual administración de la gobernación del Huila y con el apoyo de la Alcaldía de Palermo, un proyecto avalado en 5000 millones de pesos, para la construcción de la planta de fertilizantes orgánicos minerales.

Todo el proceso que ha llevado la corporación hasta el día de hoy, es con la misión de:

Mejorar la productividad y competitividad del sector agropecuario, industrial y minero del noroccidente del Huila, mediante la implementación de procesos amigables e innovadores con el medio ambiente, en la transformación y creación de nuevos productos

y subproductos a partir de nuestras materias primas implementando proyectos de innovación, desarrollo, investigación, eficacia, seguridad, responsabilidad social y ambiental (Corporación Agrominera del Huila, 2003).

Y proyectándose con su visión:

En el 2030 seremos la corporación Agrominera Líder con mayor impacto productivo, competitivo e innovador que llegue a los mercados nacionales e internacionales, con productos nuevos para el mercado industrial, agropecuario y minero reconocido por la calidad de sus servicios, utilizando un recurso humano altamente calificado garantizando su sostenibilidad y crecimiento (Corporación Agrominera del Huila, 2003).

### ***3.1.2 Aspectos Administrativos y operativos de CORPOAGROMINH***

En relación con los aspectos administrativos y operativos, la Corporación Agrominera del Huila está constituida por una asamblea de 28 asociados, todos mineros tradicionales del municipio de Palermo, Teruel y Santa María. Por otra parte, está integrada por una junta directiva encabezada por el Presidente Jorge Bladimir Quintero Castrellón, Vicepresidenta Ruth Nelcy Rusinque Bustos, Secretaria Felisita Aldana Charry, cuatro vocales, Clara María Vásquez de Rodríguez, Carlos Arturo Patío Trujillo, Jhon Jairo Rojas Cuenca, Hernando Medina Vargas. El fiscal Wilson Teodoro Manchola Moreno, y el suplente del fiscal es Onaider Ipuz Ramírez. Y finalmente, la dirección ejecutiva liderada por la Sra. Marta Rojas Cuenca, asesorada por un contador y revisor fiscal.

Actualmente, CORPOAGROMINH genera alrededor de 1.500 empleos, gran parte de estos son indirectos y están ubicados en las minas de extracción, empleos que corresponden a los

28 asociados de la corporación, los cuales constan de mineros, transportadores, personal encargado de la maquinaria pesadas, administradores de las minas y personal de cocina.

Finalmente, en las instalaciones de la corporación se generan directamente seis empleos, los cuales están integrados por un asistente administrativo y comercial José Joaquín, una auxiliar contable Sandra Mireya, un basculero Jorge Eliecer, el operario de la maquinaria amarilla Carlos Mauricio y personal de oficios varios William Ospina, todos por nómina. Así mismo, la corporación requiere un personal que se contrata por honorarios o prestación de servicios, tales como el contralor, revisor fiscal, ingenieros y asesores de proyectos.

### ***3.1.3 Descripción del Fertilizante Orgánico Mineral y capacidad de exportación de CORPOAGROMIH.***

La Corporación Agrominera del Huila tiene como propósito la producción del fertilizante orgánico mineral, el cual lo componen principalmente, el carbonato de calcio, magnesio (DOLOMITA), y componentes orgánicos provenientes de la Ovinaza, cuya función es ser un corrector de suelos.

La Dolomita cumple la función de manejar y equilibrar el PH del suelo, el calcio (Ca) realiza un proceso de desinfección y genera un buen crecimiento para la planta, el sulfato cálcico hemihidratado (yeso) mejora las condiciones de acidez y fortalece los terrenos, y el compost es un elemento orgánico, compuesto por macronutrientes como nitrógeno (N), fósforo (P), potasio (K), calcio (Ca), magnesio (Mg), y micronutrientes como hierro (Fe), manganeso (Mn), cobre (Cu), zinc (Zn), boro (B), azufre (S), entre otros, los cuales al interaccionar con el suelo, generan moléculas que le aportan fertilidad y estructura (CSR laboratorio, 2020).

Según la ficha técnica, este fertilizante orgánico mineral puede ser utilizado para cualquier cultivo de importancia agrícola ya que su composición garantiza proporciones adecuadas de N, P, K, además de micronutrientes necesarios para el desarrollo fisiológico de los cultivos (CORPOAGROMINH, 2023)

Adicionalmente, la corporación ofrece un producto no solo de excelente calidad sino diversificado, el cual se ajusta a cada cliente, reuniendo las cantidades de concentración según lo requiere cada terreno, esto mediante un análisis de suelo, el cual define que se necesita para nutrir de una manera eficiente el cultivo sin la aplicación de químicos. De esta manera se contribuye al objetivo dos del ODS para 2030 “hambre cero”, el cual busca lograr la seguridad alimentaria y promover la agricultura sostenible.

Para finales del presente año, CORPOAGROMINH tiene como objetivo, iniciar con la producción del fertilizante orgánico mineral, su estimación está en las 1.000 toneladas mensuales, y su fórmula se ha trabajado por alrededor de 3 años, con el fin de entregarla de manera eficiente y económica al público.

Finalmente, no sobra aclarar que este apartado puede presentar modificaciones. Al ser un producto nuevo, la cantidad se incrementará, conforme a la demanda nacional, y en algunos años, según se comercialice y se requiera en el mercado internacional

#### ***3.1.4 Política de ventas de la empresa CORPOAGROMINH***

En términos de la política de venta que emplea CORPOAGROMINH, cabe resaltar que es una empresa que apenas va a iniciar su incursión en este mercado, por ende, esta va a adaptar aquella política que se ajuste más a su situación actual.

Por lo tanto, la Corporación Agrominera del Huila considera tres ejes fundamentales, que son, los términos de negociación (INCOTERMS), precio y método de pago.

En tal sentido, CORPOAGROMINH gracias a diferentes capacitaciones, tiene claro que, por sus condiciones de infraestructura, capital de trabajo, entre otras. Optara inicialmente como método o término de negociación el EXW (Ex Works). Sin dejar a un lado, los términos de negociación CIF (Cost Insurance And Freight) y FOB (Free On Board), debido que, al incrementar su mercado internacional, deberá adoptar aquel término que se adapte a la comodidad y demanda de los clientes.

CORPOAGROMINH define el precio del fertilizante orgánico mineral según la demanda del mercado local, los costos de transporte, logística, aduaneros, seguros y de más factores que influyen en la totalidad del precio final. En relación con el método de pago, este se maneja de contado y crédito en plazos de 8, 15 y 30 días.

### ***3.1.5 Competencia nacional de la empresa CORPOAGROMINH***

De acuerdo con la información suministrada por (Legiscomex, 2022), durante el periodo 2018 a 2022, los departamentos del Tolima, Antioquia y Valle del Cauca, son los que lideran la actividad exportadora nacional, con la partida arancelaria (31.05.90.90).

Siendo Tolima quien encabeza con una cantidad exportada de 94.040.717 toneladas, con la empresa AGROMIL S.A, seguido por Antioquia con un total de 3.284.002 toneladas, con las empresas MEJISULFATOS S.A (3.059.002) y COLOMBIAN FRUITS AND VEGETABLES S.A.S (225.000), y el departamento Valle del Cauca con un total de 854.385,67 toneladas, con

las empresas GREEN SEAL COMPANY LTDA (661.972,03) y MICROFERTISA S A (192.413,64) (Legiscomex, 2022).

De esta forma se concluye que CORPOAGROMIH, tiene un extenso camino por recorrer, con el fin de posicionarse en el mercado nacional e internacional, ya que la competencia existente comercializa grandes toneladas del fertilizante con la partida arancelaria (31.05.90.90).

**Tabla 1**

*Competencia Nacional Por Departamentos y Empresas para la exportación del Fertilizante Orgánico Mineral (31.05.90.90)*

<b>Competencia Nacional Por Departamentos y Empresas para la exportación del Fertilizante Orgánico Mineral (31.05.90.90)</b>			
<b>Departamento de Origen</b>	<b>NIT</b>	<b>Razón Social de la empresa exportadora</b>	<b>Cantidades exportadas durante el periodo 2018-2022</b>
Tolima	830511745	AGROMIL S.A.	94.040.717,00
Antioquia	8909269853	MEJISULFATOS S.A.	3.059.002,00
	901208165	COLOMBIAN FRUITS AND VEGETABLES S.A.S.	225.000,00
Valle del Cauca	900235219	GREEN SEAL COMPANY LIMITADA	661.972,03
	800013455	MICROFERTISA S A	192.413,64

*Nota.* Fuente: (Legiscomex, 2022)

### 3.1.6 Competencia internacional de la empresa CORPOAGROMINH

Según (Trade Map, 2022), el fertilizante orgánico mineral con partida arancelaria (31.05.90) tuvo una cantidad exportadora total de 3.030.996 toneladas. Siendo Israel el país líder en ofrecer este producto al mundo, con un valor exportado de 4.670.949 miles de USD y con una participación de 48,70%.

**Tabla 2**

*Competencia Internacional Principal Del Fertilizante Orgánico Mineral*

<b>Competencia Internacional Principal Del Fertilizante Orgánico Mineral (31.05.90) Año 2022</b>			
<b>País</b>	<b>Valor Exportado En Miles De USD</b>	<b>Cantidad Exportada En Toneladas</b>	<b>Porcentaje De Participación</b>
Mundo	\$ 4.670.949	3.030.996	100,00%
Israel	\$ 2.276.314	870.960	48,70%
España	\$ 406.386	168.208	8,70%
Estados Unidos de América	\$ 376.817	441.458	8,10%
Chile	\$ 283.608	222.197	6,10%
Rusia	\$ 102.860	169.130	2,20%
Reino Unido	\$ 91.216	32.567	2,00%
Francia	\$ 84.209	56.033	1,80%
Finlandia	\$ 81.310	31.110	1,70%
Italia	\$ 73.561	36.667	1,60%
Sudáfrica	\$69.106	68.858	1,50%

*Nota.* Fuente: (Trade Map, 2022)



Teniendo en cuenta la información suministrada, se analiza que el fertilizante orgánico mineral, cuenta con una amplia competencia a nivel internacional. Entre sus 10 principales exportadores se clasifican los países con mayor valor exportado en miles de USD, iniciando con, Israel, España, Estados Unidos de América y Chile, quienes reúnen más del 50% de la participación total en el mercado de esta partida a nivel mundial. Seguido de Rusia, Reino Unido, Francia, Finlandia, Italia y Sudáfrica, quienes completan la lista de los 10 principales exportadores. (Trade Map, 2022).

En base a lo anterior, su mayor concentración radica en el Continente Europeo, y solo Estados Unidos y Chile hacen parte de la competencia directa para Colombia en el continente americano. Siendo esta una oportunidad para que CORPOAGROMINH inicie una conquista en el mercado internacional.

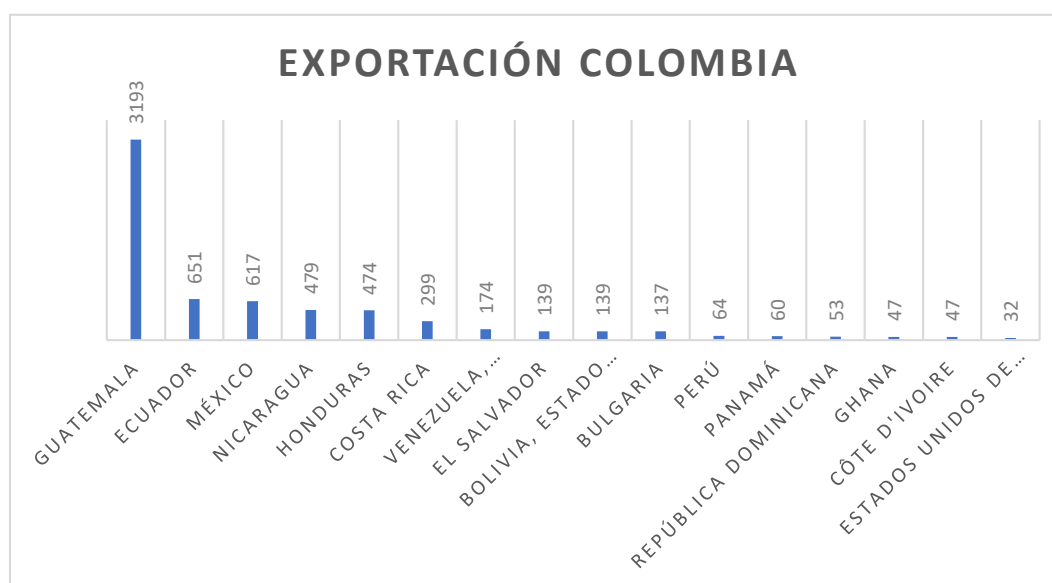
### 3.2 Definición de los países compradores más adecuados para CORPOAGROMINH

#### 3.2.1 Aplicación de la matriz de selección

Con el fin de desarrollar el segundo objetivo del presente estudio, se implementa una matriz de selección, en la cual se eligen los dieciséis países que más compran la partida arancelaria 310590 a Colombia, y los dieciséis que más compran al mundo. Seguido a esta selección, se comparan los treinta y dos países selectos, con el propósito de identificar los cinco países que más compran a Colombia y en el mundo.

#### Ilustración 1

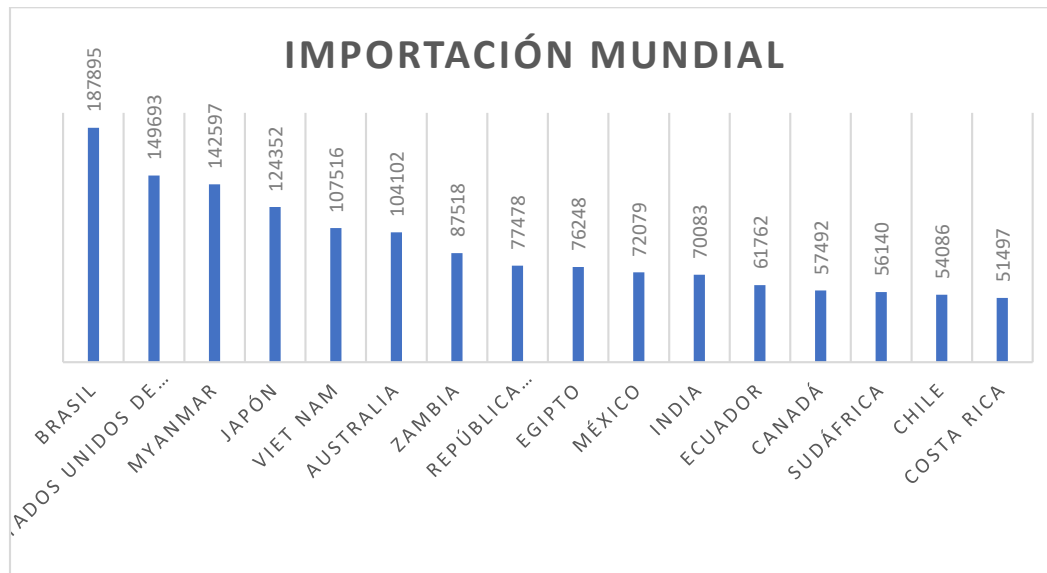
##### *Exportación Colombia*



Nota. Fuente: (Trade Map, 2022).

## Ilustración 2

### Importación Mundial



Nota. Fuente: (Trade Map, 2022).

Teniendo en cuenta la información suministrada en las ilustraciones 1 y 2, se tabula de mayor a menor los países según el valor exportado desde Colombia y el valor importado de los demandantes en el mercado mundial de la partida 310590, con el fin realizar la comparación y selección de los posibles países con oportunidades de mercado, dada su compra en Colombia y en el mundo.

**Tabla 3**

### Exportación Colombia e Importación mundial

Exportación Colombia	Importación Mundial
Guatemala	Brasil
Ecuador	Estados Unidos de América
México	Myanmar

Nicaragua	Japón
Honduras	Viet Nam
Costa Rica	Australia
Venezuela, República Bolivariana de Venezuela	Zambia
El Salvador	República Dominicana
Bolivia, Estado Plurinacional de Bolivia	Egipto
Bulgaria	México
Perú	India
Panamá	Ecuador
República Dominicana	Canadá
Ghana	Sudáfrica
Côte d'Ivoire	Chile
Estados Unidos de América	Costa Rica

*Nota.* Fuente: (Trade Map, 2022).

Ya tabulada y organizada la tabla con los países con mayor exportación colombiana e importación mundial, se seleccionan los cinco países con los cuales se desarrollará la matriz. Identificando aquellos que participan tanto en la exportación colombiana e importación mundial, es decir, que sean clientes potenciales tanto de Colombia como del mundo.

#### **Tabla 4**

##### *Países Seleccionados*

	<b>Países Seleccionados</b>
1	México

2	Ecuador
3	República Dominicana
4	Estados Unidos de América
5	Costa Rica

Nota. Fuente: (Trade Map, 2022).

Al realizar la comparación, se seleccionan los países ilustrados en la tabla cuatro, los cuales son: México, Ecuador, Republica dominicana, Estados Unidos de América y Costa Rica, se inicia la calificación teniendo en cuenta la partida arancelaria 310590 bajo los siguientes conceptos de evaluación:

- Exportaciones colombianas de la partida: Presenta las compras que ha tenido el país evaluado desde Colombia.
- Importaciones de la partida por país: Son las compras que ha realizado el país en el mundo.
- Participación del 1er proveedor: Porcentaje de participación que tiene el mayor proveedor en total las importaciones del país en esa partida.
- Disponibilidad de transporte: Valoración de las características logísticas que tienen los países elegidos para el ingreso de la mercancía.
- Tarifa flete: Costo del transporte internacional hacia el país de destino.
- Arancel preferencial: Porcentaje del costo de tributos aduaneros y si se aplican preferencias arancelarias.
- Ingreso de la población (PPC per cápita): Índice económico para conocer la renta de la población y su poder adquisitivo.

- Perfil del mercado cualitativa: Valoración en el análisis de las preferencias comerciales y culturales frente al producto.
- Precio de mercado local del producto: Precio promedio en el que compra el país el producto.

Para la calificación de la matriz de selección de mercado, se tienen en cuenta dos criterios, según la cifra de mayor a menor se califica de 5 a 1 (directamente proporcional) y según la cifra de menor a mayor se califica de 5 a 1 (inversamente proporcional).

**Tabla 5**

*Matriz de Selección de mercado*

MATRIZ SELECCIÓN DE MERCADO										
CONCEPTO	MEXICO	Calf	ECUADOR	Calf	REPUBLICA DOMINICANA	Calf	ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	Calf	COSTA RICA	Calf
Exportaciones colombianas de la partida	\$ 617	4	\$ 651	5	\$ 53	2	\$ 32	1	\$ 299	3
Importaciones de la partida por país	\$ 72.079	3	\$ 61.762	2	\$ 77.478	4	\$ 149.693	5	\$ 51.497	1
Participación del 1er proveedor	46,8%	2	26,6%	4	54,7%	1	22,4%	5	30,1%	3
Disponibilidad de transporte	3	4	2,75	2	2,6	1	3,9	5	2,9	3
tarifa flete	\$ 0,08	3	\$ 0,05	1	\$ 0,22	4	\$ 0,23	5	\$ 0,07	2
Arancel preferencial	0.00%	5	0.00%	5	0.00%	5	0.00%	5	0.00%	5
Ingreso de la población (PPC per cápita)	\$ 11.091,31	3	\$ 6.391,28	1	\$ 10.120,55	2	\$ 76.398,59	5	\$ 13.198,82	4
Perfil del mercado Cualitativa	EXCELENTE	5	EXCELENTE	5	BUENO	4	EXCELENTE	5	BUENO	4
Precio de mercado local del producto	\$ 3,16	2	\$ 5.486,38	5	\$ 17,09	3	\$ 2,58	1	\$ 19,08	4
<b>Total valoración</b>	<b>\$ 3,30</b>		<b>\$ 3,65</b>		<b>\$ 3,10</b>		<b>\$ 3,60</b>		<b>3,25</b>	
<b>Priorización</b>	<b>3</b>		<b>1</b>		<b>EXCLUIDOS</b>		<b>2</b>		<b>EXCLUIDOS</b>	

*Nota.* Fuente: (Trade Map, 2022) (Legiscomex, 2022) (Banco Mundial, 2022)

Como se observa en la matriz de selección, se evalúa cada país bajo los conceptos anteriormente mencionados, en donde cada concepto cuenta con una relevancia porcentual para su valoración total. Inicialmente, el volumen de las exportaciones desde Colombia cuenta con una relevancia del 15%, siendo Ecuador el país con mayor volumen.

Por otro lado, Estados Unidos es el país que más cuenta con importaciones de la partida, teniendo este concepto una relevancia del 10%, también cuenta con el menor porcentaje de participación del primer proveedor con una relevancia del 10%, esto genera una ventaja ya que no tiene un país proveedor establecido en su mercado, a diferencia del resto de países, como es el caso de Republica Dominicana donde su primer proveedor posee más del 50% de las importaciones del país.

En términos de logística internacional, Estados Unidos cuenta con una ventaja en los conceptos de disponibilidad de transporte y tarifa de flete, teniendo estos un porcentaje de relevancia del 5% y 15% respectivamente. El país cuenta con una alta disponibilidad de transporte gracias a su desarrollo en términos de logística aérea y portuaria, lo que facilita el ingreso y salida de mercancías, las cuales son transportadas a un bajo costo dándole la misma ventaja en la tarifa de flete.

Los cinco países seleccionados cuentan con un arancel preferencial del 0%, teniendo este concepto una relevancia del 5%, esto debido a las alianzas y tratados que eliminan las barreras arancelarias, como lo son la alianza del Pacifico, Mercosur y los tratados de libre comercio con Estados Unidos y México.

Con una relevancia del 5% se encuentra el concepto de ingreso de la población (Per cápita), siendo liderado por Estados Unidos con un ingreso per cápita de \$76.398,59 USD,

dándole un mayor poder adquisitivo a la población. Para el perfil del mercado cualitativo con una relevancia del 5%, se analiza las preferencias comerciales y culturales frente al producto, donde se califica como excelente a Ecuador, México y Estados Unidos; por su cercanía, tamaño, características en logística, actividades agrícolas e ingreso y se califica como bueno a Costa Rica y República Dominicana.

El precio del mercado local del producto tiene una relevancia del 20% y se determina mediante el precio unitario FOB. De esta manera se establece que Ecuador es el país que ofrece el mejor precio promedio del producto con un valor de \$ 5.486,38 USD, seguido por Costa Rica, República Dominicana, México y por último Estados Unidos de América.

Finalmente, después de desarrollada y calificada la matriz, el total de la valoración da como resultado la priorización de tres países, los cuales son: Ecuador, Estados Unidos y México, donde la oportunidad comercial para incursionar con la partida arancelaria 310590 en el mercado internacional en estos países es mayor.



### **3.3 Identificación de la demanda Internacional para el producto a Exportar**

Con la finalidad de desarrollar el tercer objetivo, se tiene en cuenta las características de los países seleccionados, la demanda mundial del fertilizante con la partida arancelaria 310590 y finalmente, identificar las empresas importadoras en Ecuador, Estados Unidos y México.

#### ***3.3.1 Características de los países Ecuador, Estados Unidos y México***

Con el propósito de desarrollar la caracterización de los tres países seleccionados, se tendrán en cuenta los siguientes indicadores; superficie, población, crecimiento, PIB total y PIB Per cápita, en el periodo 2022, siendo el punto de referencia el país exportador Colombia.

Según el (Banco Mundial, 2022), Ecuador tuvo un crecimiento del 2,9%, y su superficie es de 256.370 km<sup>2</sup>. Para el año 2022, Ecuador contaba con una población total de 18.001.000 personas, un PIB total de 115,05 mil millones de USD, y finalmente un PIB per cápita 6.391,3 USD.

En cuanto a Estados Unidos, se reporta un crecimiento del 2,1%, y su superficie se extiende en 9.884 millones km<sup>2</sup>. Para el año 2022, este cuenta con una de las poblaciones más grandes del mundo con un total de 333.287.557 habitantes, un PIB total 25,46 billones de USD, y su PIB per cápita 76.398,6 USD, siendo el más alto entre los tres países elegidos. (Banco Mundial, 2022)

Respecto a México, según datos del (Banco Mundial, 2022), este posee un crecimiento del 3,1%, siendo el país con mayor crecimiento entre los seleccionados, con una superficie de 1.973 millones km<sup>2</sup>. En el 2022, México reportó una población total de 127.504.125 personas, un PIB total de 1,41 billones USD, y su PIB per cápita es de 11,091 USD.

Finalmente, Colombia siendo el país de origen para la exportación del producto con partida arancelaria 310590, se compara con los países Ecuador, Estados Unidos y México. En relación con los países seleccionados, Colombia tuvo el mayor índice de crecimiento con un total de 7,5%, este cuenta con una superficie de 1.142 millones km<sup>2</sup> y una población total de 51.874.024 habitantes, siendo así más extenso y poblado que Ecuador. Su PIB total es de 343,94 mil millones USD y un PIB per cápita de 6.630,3 USD, siendo mayor en los indicadores evaluados Estados Unidos y México comparándolos con Colombia.

### **3.3.2 Cuantificar la demanda del Fertilizante Orgánico Mineral con partida arancelaria (31.05.90)**

Para el análisis de la demanda del fertilizante orgánico mineral con partida arancelaria (31.05.90), se tendrá en cuenta el consumo mundial y la demanda procedente desde Colombia hacia los países identificados en la matriz de selección.

**Tabla 6**

*Valor de la Demanda Mundial del Fertilizante Organico Mineral (31.05.90) (Principales Países Demandantes)*

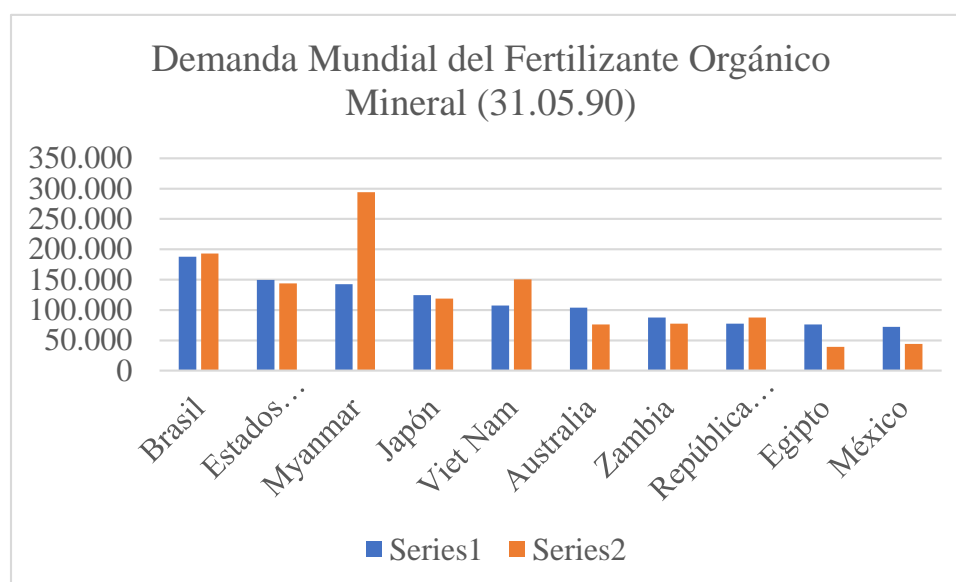
<b>Valor de la Demanda Mundial del Fertilizante Organico Mineral (31.05.90) (Principales Países Demandantes)</b>			
<b>Países Importadores</b>	<b>Valor importado en 2022 (miles de USD)</b>	<b>Cantidad Importada en Toneladas</b>	<b>Porcentaje de participación</b>
<b>Mundo</b>	<b>2.883.248</b>	<b>2.874.779</b>	<b>100</b>
Brasil	187.895	192.952	6,5
Estados Unidos de América	149.693	143.680	5,2
Myanmar	142.597	294.156	4,9
Japón	124.352	118.729	4,3

Viet Nam	107.516	150.686	3,7
Australia	104.102	76.001	3,6
Zambia	87.518	77.683	3
República Dominicana	77.478	87.637	2,7
Egipto	76.248	39.213	2,6
México	72.079	44.283	2,5

*Nota.* Fuente: (Trade Map, 2022)

### Ilustración 3

*Demanda mundial del fertilizante orgánico mineral (31.05.90)*



*Nota.* Fuente: (Trade Map, 2022)

Según los datos suministrados por (Trade Map, 2022) y presentados anteriormente, el fertilizante orgánico mineral con partida arancelaria (31.05.90) tuvo un consumo mundial de 2.874.779 Ton, siendo Brasil el principal importador con 192.952 Toneladas, seguido de Estados Unidos (143.680 Ton), Myanmar (294.156 Ton), Japón (118.729 Ton), Vietnam (150.686 Ton), Australia (76.001 Ton), Zambia (77.683 Ton), Republica Dominicana (87.637 Ton), Egipto

(39.213 Ton) y México (44.683 Ton). Como se presenta en la ilustración 3, no necesariamente los países que más importan en toneladas son quienes lideran. Como es el caso de Myanmar, que a pesar de ser el país que más compra en cantidades (Ton), Brasil lidera el mercado ya que paga un mayor precio por este producto, por ende, su valor importado es mayor así no sea el país que mayores cantidades demande.

Es de resaltar que Brasil siendo el país más grande del continente suramericano, limitando con Colombia y, además, el mayor importador del mundo con la partida 31.05.90, con una participación total del 6,5%, no se identifica en la matriz de selección como un comprador potencial, ya que uno de los criterios evaluados es que el país tenga participación en las exportaciones colombianas, y este no cumple con el requisito.

En cuanto a los países identificados en la matriz de selección, se destaca a Estados Unidos teniendo la mayor importación de esta partida con (143.680 Ton), seguido por México (44.683 Ton) y, por último, Ecuador (38.403 Ton). (Trade Map, 2022)

Finalmente, ya cuantificada la demanda mundial del fertilizante orgánico mineral, se analiza la demanda procedente desde Colombia, que según datos suministrados por (Trade Map, 2022) y presentados en la ilustración 1 “*Exportación Colombia*”, se determina que Guatemala es el país que más importa con un valor exportado de (3.193 miles USD), y en cuanto a los países identificados en la matriz de selección, se destaca que Ecuador es el segundo país que más demanda desde Colombia con una cantidad de (651 miles USD), en tercer lugar, se encuentra México con una cantidad de (617 miles USD) y, por último, Estados Unidos (32 miles USD) quien ocupa la dieciseisava posición.

### **3.3.3 Empresas Importadoras de Ecuador, Estados Unidos y México.**

Para dar conocer las empresas que importan el fertilizante orgánico mineral 310590, se analizaron datos suministrados por las plataformas (Legiscomex, 2022), (TradeMap, 2022), (Mordor Intelligence, 2023) y (Yahoo Finance, 2023).

Para el país de Ecuador, se considera información suministrada por (Legiscomex, 2022) en donde se identifican 281 empresas, de las cuales se analizan las cantidades importadas durante el periodo de tiempo 2018 - 2022, organizando las cinco primeras empresas importadoras de mayor a menor.

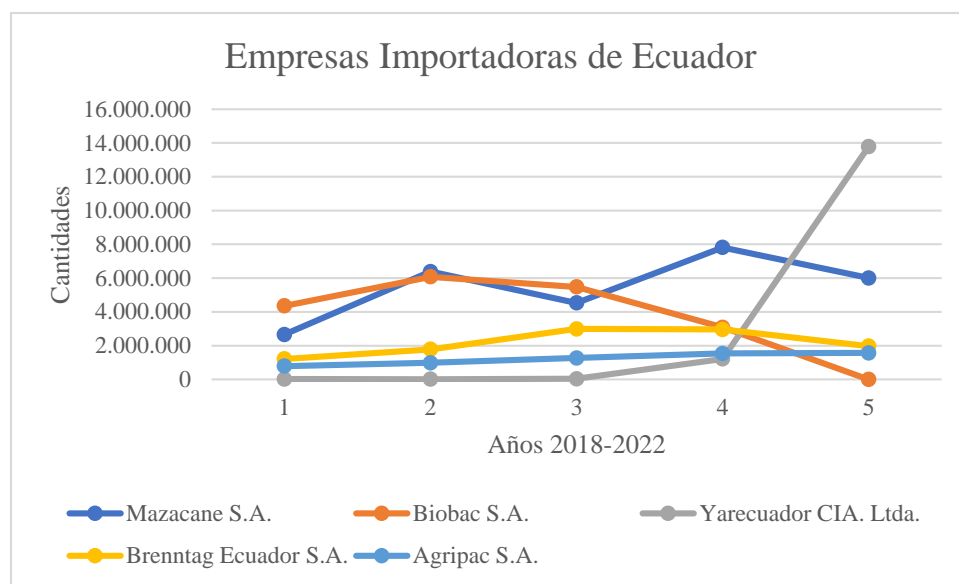
Al no encontrarse información de Legiscomex para el país de México, se analiza información suministrada por (TradeMap, 2022), quien presenta un total de 83 empresas importadoras, de las cuales se resaltan cinco basando su selección en el total de los ingresos obtenidos de sus actividades comerciales (volumen de negocio), con la partida arancelaria 31.05.90.

Por último, Estados Unidos no presenta información en las plataformas Legiscomex y Trade Map, por ende, se indaga en diferentes fuentes de información en donde (Mordor Intelligence, 2023) quien es una organización que se dedica a brindar información procesable para proyectos, asociada con más de 6000 empresas en más de 20 industrias, presenta las empresas líderes en insumos de fertilizantes agrícolas de Estados Unidos, las cuales son empresas públicas que cotizan en la bolsa de New York y se seleccionaron tres por su capitalización de mercado para el mes de octubre del presente año (Yahoo Finance, 2023), organizándolas de mayor a menor.

**Tabla 7***Empresas Importadoras de Ecuador*

<b>Empresas Importadoras de Ecuador</b>						
<b>Empresas</b>	<b>Cantidades</b>					<b>Total</b>
	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	
Mazacane S.A.	2.656.805	6.388.229	4.530.877	7.812.082	6.003.037	27.391.030
Biobac S.A.	4.356.000	6.074.200	5.475.250	3.085.500	-	18.990.950
Yarecuador CIA. Ltda.	21.779,715	13.709,05	37.181,842	1.218.311,2	13.790.640	15.081.621
Brenntag Ecuador S.A.	1.219.745	1.782.841	2.993.244	2.963.916	1.974.958	10.934.704
Agripac S.A.	787.391	987.812	1.273.482,4	1.540.745	1.574.822	6.164.252,4

Nota. Fuente: (Legiscomex, 2022)

**Ilustración 4***Empresas importadoras de Ecuador*

Nota. Fuente: (Legiscomex, 2022)

Según datos suministrados por (Legiscomex, 2022) y presentados en la tabla anterior, la empresa Mazacane S.A, tuvo una participación constante durante los cinco años, con una cantidad total de 27.391.030, posicionándola como la empresa con más importación en el país de Ecuador, seguida de Biobac S.A quien se sitúa en la posición dos, y aunque su participación en los años anteriores fue notoria, para el 2022 no se presentan cifras importadas.

Por otro lado, se observa que la empresa Yarecuador CIA Ltda, tuvo un crecimiento para el 2022 con una cantidad de 13.790.640, siendo la empresa más demandante para ese año, lo cual la ubica como la tercera empresa más importadora del país, seguida de Brenntag Ecuador S.A. y Agripac S.A.

### **Tabla 8**

#### *Empresas Importadoras de México*

<b>Empresas Importadoras de Mexico</b>	
<b>Empresas</b>	<b>Volumen de negocio (USD)</b>
Nueva Agroindustrias Del Norte, S.A. De C.V. - Adelnor	\$ 148.914.225
Yara México, S.A. de C.V.	\$ 124.632.554
Phi México, S.A. de C.V.	\$ 109.302.776
Dts México, S. De R.L. De C.V. - Mars	\$ 75.337.680
K+S Agro México, S.A. de C.V.	\$ 67.400.109

*Nota.* Fuente: (TradeMap, 2022)

Según los datos obtenidos en (TradeMap, 2022), se determina que por su volumen de negocio la empresa Nueva Agroindustrias Del Norte, S.A. De C.V. – Adelnor, se posiciona para el año 2022 como la empresa líder en importación mexicana, con un total de \$148.914.225 USD, seguido de Yara México S.A. de C.V (\$ 124.632.554), Phin México S.A de C.V (\$109.302.776),

Dts México S De R.L de C.V – Mars (\$109.302.776) y en quinta posición, K+S Agro México S.A de C.V (\$67.400.109).

### **Tabla 9**

*Empresas líderes en insumos de fertilizantes en Estados Unidos de América*

<b>Empresas líderes en insumos de fertilizantes en Estados Unidos de América</b>	
<b>Empresas</b>	<b>Capitalización de Mercado (USD)</b>
Nutrien Ltd. (NTR)	30.037 Billones
CF Industries Holdings, Inc	16.208 Billones
The Mosaic Company (MOS)	12.005 Billones

*Nota.* Fuente: (Mordor Intelligence, 2023) (Yahoo Finance, 2023)

Como se observa en la tabla anterior, Nutrien Ltd (NTR), CF industries Holdings, Inc y The Mosaic Company (MOS), son las empresas líderes en insumos de fertilizantes agrícolas de Estados Unidos, según (Mordor Intelligence, 2023). Su clasificación está basada en la capitalización de mercado, que es el valor que tiene cada empresa en el mercado de valores.

Según (Yahoo Finance, 2023), para el mes de octubre, la empresa Nutrien Ltd (NTR) cuenta con una capitalización de mercado de 30.037 Billones USD, posicionándola como la más valorizada entre las tres empresas líderes en el sector de insumos agrícolas, seguida de CF industries Holdings (16.208 Billones USD) y en tercer lugar, The Mosaic Company (MOS) (12.005 Billones USD).



### 3.4 Guía para realizar la exportación del fertilizante orgánico mineral

Con la finalidad de desarrollar el cuarto objetivo, se presentan los pasos a tener en cuenta para realizar una exportación con el producto identificado con la partida arancelaria (31.05.90), donde se consideran aspectos desde la creación de la empresa hasta el reintegro de divisas después de la exportación.

Según (Procolombia, 2018) con su *guía práctica para conocer el proceso de exportación de bienes*, considera los siguientes pasos a la hora de comercialización internacional de mercancías:

#### Ilustración 4

*Proceso de exportación*





*Nota.* Fuente: (Procolombia, 2018).

Según la ilustración anterior, en la cual se presenta brevemente el proceso previo, durante y posterior a una exportación, se entiende que para la comercialización internacional del producto en estudio se deben tener en cuenta los siguientes pasos:

### ASPECTOS BÁSICOS

- Creación de empresa

Acercarse a la Cámara de Comercio más cercana, con el fin de constituirse como empresa para legitimar la actividad de exportación. Según la (Cámara de Comercio, 2023) Si se es persona jurídica o ESAL se debe pagar sobre el capital suscrito (sociedades por acciones), sobre

el capital social (sociedades por cuotas) o sobre el patrimonio (ESAL) un impuesto de registro del 0,6% para microempresas y el resto de empresas el 0.7% sobre el valor del mismo.

Para constitución de sociedades comerciales o ESAL, el valor a pagar se calcula de:

- i) valor fijo: formularios más derechos de inscripción.
- ii) valores variables que son derechos de matrícula (se calcula según los activos que se indiquen en el formulario RUES (solicitud de matrícula) y que se cobra según la tarifa establecida anualmente) más el Impuesto de Registro: Valor variable que se calcula según el capital que se indique en los estatutos y que se cobra según la tarifa establecida por la Gobernación local.

Los documentos que debe presentar para el registro mercantil son:

- i) El Formulario del Registro Único Empresarial y Social RUES debidamente diligenciado (véase anexo 1)
- ii) Realizar la consulta de la actividad económica en el siguiente vinculo:  
<https://linea.ccb.org.co/descripcionciiu/>
- iii) En caso de asociar un establecimiento de comercio al registro, es necesario adelantar las consultas relacionadas con: - La homonimia en el siguiente vinculo  
[http://linea.ccb.org.co/ccbConsultasRUE/Consultas/RUE/consulta\\_empresa.aspx](http://linea.ccb.org.co/ccbConsultasRUE/Consultas/RUE/consulta_empresa.aspx)
- iv) El uso de suelo, debe validarlo directamente con la secretaria de planeación y la marca, debe validarlo con la SIC Superintendencia de Industria y Comercio.

- Registro como exportador

Expedir ante la DIAN el registro único tributario (RUT) verificando que esté registrado como exportador. Al ejecutar operaciones de comercio internacional, estará obligado a operar bajo régimen común, tramitar su resolución de facturación, tendrá responsabilidades tributarias, estará inscrito en el Muisca y contará con firma electrónica (DIAN).

### **ANTES DE EXPORTAR**

- La clasificación arancelaria

Definir el producto a exportar y categorizarlo en la clasificación arancelaria, la cual es un sistema armonizado de mercancías, y se consulta ante la DIAN <https://www.dian.gov.co/>, en el apartado “consulta general de la nomenclatura” a través de los por los servicios en línea muisca <https://muisca.dian.gov.co/>. Su subpartida se identifica con seis dígitos que sirve para detallar los impuestos y derechos de aduanas, acceso a mercados, preferencias por TLC, permisos previos, requisitos y vistos buenos para la autorización de la exportación e importación.

- Solicitud de vistos buenos

Según su producto, este requisito valida la salubridad, inocuidad, restricción o control por parte de ciertas entidades especiales sobre las mercancías que ingresan o salen del país. Para el fertilizante orgánico mineral (31.05.90) se requieren vistos buenos por parte del ICA. (Certificado de libre venta, certificado de libre venta agrícola, y concepto de insumos para exportación de insumos agrícolas)

- Selección de mercados

Al tener claro cuáles son sus productos a exportar se da inicio a perfilar los posibles mercados para incursionar. Es fundamental conocer las características del mercado externo y estudiar variables económicas, costumbres comerciales, condiciones de acceso, acuerdos comerciales vigentes, y tendencias del mercado objetivo. Para el análisis de mercado, se pueden indagar en fuentes de información como Legiscomex <https://legiscomex.com/> , Trade Map <https://www.trademap.org> , Procolombia <https://procolombia.co/> , Banco Mundial <https://www.bancomundial.org> y demás plataformas con indicadores económicos que permitan la toma de decisiones para llegar a un mercado potencial.

- Términos de negociación internacional INCOTERMS

Previo a cualquier procedimiento aduanero, es necesario realizar un contrato de compraventa, el cual incluye normas INCOTERMS, en donde se estipulan costos, punto de entrega, documentación y los riesgos de distribución para el importador y exportador. Estos términos se escogen dependiendo de las características y necesidades de los involucrados.

## **AL MOMENTO DE EXPORTAR**

- Registro ante la ventanilla única de comercio exterior VUCE

La ventanilla única de comercio exterior VUCE, es la principal herramienta del comercio exterior en Colombia, la cual canaliza tramites de entidades estatales con el fin de intercambiar información y eliminar redundancia en los procedimientos. Como exportador deberá inscribirse en la VUCE luego de obtener su firma digital, la cual es diferente a la firma electrónica de la DIAN, y esta se solicita por medio de las entidades autorizadas por la ONAC.

Por medio de la página [www.vuce.gov.co](http://www.vuce.gov.co), se solicita el usuario para acceder a los servicio que esta brinda mediante el formulario único de comercio exterior FUCE, por el cual se ejecutan trámites como registro de productores nacionales, tramite electrónico de autorización previo de exportación, acceso a entidades gubernamentales para las gestión de vistos buenos, sistema de inspección simultánea, registro ante la policía antinarcoáticos, entre otros.

- Registro para determinación de origen o certificado de origen

Para gozar de exenciones y reducciones arancelarias otorgadas por los acuerdos de libre comercio, se exige la expedición del certificado de origen, el cual se solicita mediante una declaración juramentada de determinación de origen (véase anexo 2) en el módulo transaccional y se selecciona la opción de servicios aduaneros en la página de la DIAN mediante el siguiente link <https://salidademercancias.dian.gov.co/>.

Una vez realizada la declaración juramentada, se solicita el certificado de origen, documento necesario para gozar de las exenciones arancelarias, el cual se exige en el país de destino y este se debe tramitar en cada despacho o envío. Cabe resaltar que para los países elegidos en este estudio Ecuador, Estados Unidos y México si se requiere el certificado de origen al momento de realizar una exportación.

- Procedimiento aduanero de exportación de bienes

Según el decreto 390 del 2016 en el artículo 669, para exportaciones mayores a 30.000 USD (valor FOB), se debe realizar el procedimiento a través de una agencia de aduanas autorizada por la DIAN, quien será su representante frente a la autoridad aduanera y lo guiará en el proceso.

Al tener lista la mercancía se deben disponer los siguientes documentos; factura comercial (valor USD o divisa fuerte, cantidad de producto, subpartida arancelaria, descripción del producto, INCOTERM, forma de pago, etc.), lista de empaque, visto buenos, certificado de origen, y otros documentos necesarios para exportar el producto.

Para el despacho de la mercancía se deben aportar los documentos mencionados a su agente de aduanas o autoridad aduanera, luego, el exportador o agente de aduanas solicita la autorización de embarque SAE (trámite electrónico DIAN-MUISCA) frente a la Dirección seccional de Aduanas del puerto o aeropuerto, esta tiene una vigencia de un mes en el cual se hará el traslado e ingreso de la mercancía a zona primaria mediante la planilla de traslado en los servicios informáticos electrónico.

Al ingresar la mercancía a zona primaria el sistema informático de la DIAN arroja tres opciones de aforo aduanero: aforo físico, en el cual se realiza la revisión física de la mercancía; aforo documental, es la revisión de documentos y aforo automático es donde el sistema arroja el número de la declaración de exportación –DEX- (véase anexo 3).

Finalmente, acorde a lo declarado y presentado en los documentos soporte de exportación la aduana autoriza el embarque, seguido a esto el exportador o agente de aduana firmará y presentará la declaración de exportación –DEX- (forma 600) la cual se genera electrónicamente.

## **DESPUÉS DE LA EXPORTACIÓN**

- Documentos de la exportación

Se deberán conservar los siguientes documentos como soporte de la actividad exportadora en cada proceso culminado (factura comercial, lista de empaque, vistos buenos,

certificado de origen, documento de transporte, declaración de exportación –DEX- (forma 600) y demás documentos que utilizó para realizar la exportación), esto con el fin de presentarlos como respaldo en el reintegro de divisas y en el proceso de verificación ante DIAN, tal suceso se puede presentar en los siguientes cinco años pasada la exportación si la entidad gubernamental lo requiere.

- Reintegro de divisas

Ya realizado el envío de mercancía al exterior y pactado previamente con su contraparte el medio de pago a utilizar, ya sea giro directo, o alguno que utilice una cobertura de riesgo, tal como las cartas de crédito, factoring internacional, cobranzas documentarias, entre otros. El cliente en el extranjero, deberá realizarle el pago del valor de su mercancía (generalmente en USD) y luego convertirla a la moneda nacional (COP); este proceso se le conoce como reintegro de divisas.

Una vez sea realizado el pago a través de un intermediario cambiario como un banco comercial, se deberá diligenciar el Formulario No.2 Declaración de Cambio por Exportación de Bienes (véase anexo 4), proporcionado por su intermediario cambiario, esto para legalizar el ingreso de las divisas a Colombia, ante el Banco de la República.



## Conclusiones

En este trabajo se realizó un estudio sobre las oportunidades comerciales del fertilizante orgánico mineral producido por CORPOAGROMINH en los mercados internacionales. Lo más importante de esta investigación fue identificar y analizar los tres países compradores más adecuados para incursionar con el fertilizante, los cuales son Ecuador, Estados Unidos y México, permitiendo reconocer los beneficios, tales como ingresos en divisas, ventas en mayor cantidad, crecimiento empresarial y demás ganancias que la corporación puede obtener al realizar actividades comerciales con estos demandantes.

De esta manera se demuestra a la Corporación Agrominera del Huila, que, si existe la oportunidad comercial a la cual apostarle en un futuro, teniendo en cuenta a los países con demanda superior, mejor capacidad logística y mayores ingresos.

Lo que más contribuyó a la realización del objetivo de la investigación, fue el estudio de la oferta y demanda del producto, lo que brindó la información necesaria para identificar las características del fertilizante, la capacidad que tiene la corporación para iniciar en el mercado extranjero, la competencia existente nacional e internacional y las posibilidades que se hallan cualitativamente en el mercado, como las preferencias comerciales y culturales que presenta cada país.

Al trabajar este estudio con un producto nuevo el cual es aún prematuro en el mercado, se presentan algunos limitantes, como lo son la falta de información para describir el contexto nacional e internacional que enfrentaría la empresa de una manera más precisa, debido a que no se conoce la acogida que recibirá el producto en el mercado, por ende se requiere ejecutar un

plan de acción que le permita a la empresa conocer cada aspecto en cuestión más detallada y de ese modo disminuir el riesgo en la conquista de un nuevo mercado.

Finalmente, se reconoce la gran importancia de este estudio como fuente de información inicial para CORPOAGROMINH, abriendo paso a futuras investigaciones que permitan conocer a profundidad los clientes prospectos y así consolidar la estrategia de penetración de mercado en el exterior.

## Recomendaciones

Las recomendaciones que arroja este trabajo investigativo, integran al estado, las universidades, las empresas, especialmente la Corporación Agrominera del Huila CORPOAGROMINH, los estudiantes de comercio internacional, de esta manera:

➤ Estado

Seguir reforzando las alianzas estado – empresa, que permiten por medio de las apuestas productivas, incentivos, capacitaciones, asesorías y programas de emprendimiento, el desarrollo y crecimiento de cada sector económico en el país impulsándolo a internacionalizar su objeto social.

➤ Universidades

Trabajar de la mano con el sector empresarial, apoyando las pequeñas empresas, demostrándoles que la internacionalización no es un camino imposible por recorrer, y del mismo modo, aquellas empresas que ya realizan actividades de comercio internacional.

➤ Empresas

Apoyar proyectos de investigación universitaria que permitan visionar la incursión en potenciales mercados.

➤ CORPOAGROMINH

Seguir capacitándose y generando alianzas que permitan cumplir su visión de liderar grandes escenarios nacionales e internacionales.

➤ Estudiantes de comercio internacional

Realizar un estudio enfatizando en cada país seleccionado (Ecuador, Estados Unidos y México) con el fin de identificar detalladamente las condiciones y oportunidades que se

presentan en estos mercados. De igual manera no cerrarse a estudiar las oportunidades comerciales que se presentan en otros países.

## Referencias

- Aguirre, C. (2014). *La contribución de Paul Krugman a la disciplina económica y su impacto en el quehacer global | Conexión ESAN*. Obtenido de ESAN Graduate School of Business: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/contribucion-paul-krugman-disciplina-economica>
- Alonso, R. A., & Chiappero, F. (17 de 07 de 2016). “*Proyecto de exportación de Sulfato de Calcio*”. Recuperado el 31 de March de 2023, de YouTube: <https://repo.iaa.edu.ar/bitstream/123456789/964/1/Proyecto%20de%20Grado%20Sulfato%20de%20Calcio%20Granulado%20Recuperar%20SRL%20Alonso%20Chiappero.pdf>
- Asociación internacional de la industria de fertilizantes. (2004). *Los fertilizantes y sus usos*. Chalk. Obtenido de <https://www.fao.org/3/x4781s/x4781s.pdf>
- Banco de la República . (2023). *Banco de la República*. Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/es/node/22036>
- Banco Mundial. (2022). *Banco Mundial*. Obtenido de [https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?most\\_recent\\_year\\_desc=false](https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?most_recent_year_desc=false)
- Banco Mundial. (31 de Diciembre de 2022). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos>
- Banco Mundial. (31 de Diciembre de 2022). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/pais/mexico>
- Banco Mundial. (31 de DICIEMBRE de 2022). *BANCO MUNDIAL*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/pais/ecuador>
- Cámara de Comercio . (2023). Obtenido de <https://www.ccb.org.co/>
- Cámara de Comercio. (2023). Obtenido de <https://www.ccb.org.co/servicios-registrales/registros/unico-empresarial-y-social>
- CORPOAGROMINH. (2023). Diversificación de fertilizante orgánico-mineral CORPOAGROMINH.
- Corporación Agrominera del Huila. (09 de 07 de 2003). *Sobre Corpoagrominh*. Recuperado el 22 de August de 2023, de corpoagrominh: <https://corpoagrominh.org/corpoagrominh/>
- Corporación Agrominera del Huila. (2016). *VISION*. Recuperado el 29 de March de 2023, de CORPOAGROMINH: <https://corpoagrominh.org/corpoagrominh/>
- CSR laboratorio. (07 de 10 de 2020). *Qué es un Buen Compost y Cómo Aplicarlo*. Recuperado el 25 de August de 2023, de CSR Laboratorio:

<https://csrlaboratorio.es/laboratorio/agricultura/fertilizantes-y-abonos/que-es-un-buen-compost-y-como-aplicarlo/>

DIAN. (2014). *DIAN*. Obtenido de

[https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/formulariosinstructivos/Formularios/2014/Formulario\\_600\\_2014.pdf](https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/formulariosinstructivos/Formularios/2014/Formulario_600_2014.pdf)

Gobernación del Huila. (16 de February de 2017). *Economía*. Recuperado el 1 de March de 2023, de Gobernación del Huila: <https://www.huila.gov.co/publicaciones/148/economia/>

González, F., & Torreblanca, F. (s.f.). *¿Qué es el comercio internacional?* Recuperado el 27 de April de 2023, de ESIC: <https://www.esic.edu/rethink/management/que-es-el-comercio-internacional>

Guerrero Hernández, C. J. (2001). Rocas calizas: Formación, ciclo del carbonato, propiedades, aplicaciones, distribución y perspectivas en la Mixteca Oaxaqueña. *Temas de ciencia y tecnología*, 5(14), 3-14.

Krugman, P. (2004). *La nueva geografía económica: pasado, presente y futuro*. Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research, (4), 177-206.

Krugman, P. (2010).

Legiscomex. (31 de diciembre de 2022). Obtenido de [https://www-legiscomex-com.ezproxy.uan.edu.co/?check\\_logged\\_in=1](https://www-legiscomex-com.ezproxy.uan.edu.co/?check_logged_in=1)

Legiscomex. (2 de October de 2022). . Recuperado el 5 de September de 2023, de . - YouTube: <https://www-legiscomex-com.ezproxy.uan.edu.co/Home/Estadisticas?id=8cafd2b08d234e2282b3243444800cc3>

Luna Geller, L. A., & Bolaños Benavides, M. (2013). *Produccion de Abonos Orgánicos de Buena Calidad*. Jesan Gómez Soto. Recuperado el 17 de May de 2023, de Biblioteca Digital Agropecuaria de Colombia: [https://repository.agrosavia.co/bitstream/handle/20.500.12324/2167/42955\\_48662.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.agrosavia.co/bitstream/handle/20.500.12324/2167/42955_48662.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mordor Intelligence. (11 de octubre de 2023). *Mordor Intelligence*. Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/united-states-fertilizers-market>

Orozco Ovalle, J. M., & Yaruro Arzuaga, M. L. (16 de December de 2005).

<http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/158/17973526.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Recuperado el 28 de March de 2023, de ESTUDIO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS PLAN ESTRATÉGICO EXPORTADOR VENEZUELA Y ARGENTINA EMPRESA: PROMIN LTDA JOSÉ MANUEL OROZCO: <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/158/17973526.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Plata Ramos, C., Arres Maciel, M. D., & Rivera Burciaga, L. B. (28 de 04 de 2005). *PROYECTO DE EXPORTACION DE CAL HIDRATADA A LA REPUBLICA DEL SALVADOR*. Recuperado el 28 de March de 2023, de UNIVERSIDAD VERACRUZ ANA: <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/38505/plataramos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Procolombia. (19 de junio de 2018). Obtenido de <https://procolombia.co/publicaciones/guia-practica-para-conocer-el-proceso-de-exportacion-de-bienes>
- Ramírez Montenegro, M. P., & Bastidas Bahos, Y. L. (18 de 11 de 2022). *Fosfatos del Huila la Conquista del Mercado de Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras y Guatemala*. Recuperado el 29 de March de 2023, de YouTube: [http://186.28.225.13/bitstream/123456789/7837/1/2022\\_MariaPaula\\_RamirezMontenegro\\_YeimyLiliana\\_BastidasBahos.pdf](http://186.28.225.13/bitstream/123456789/7837/1/2022_MariaPaula_RamirezMontenegro_YeimyLiliana_BastidasBahos.pdf)
- RICARDO. (1975). *The Principles of Political Economy and Taxation*.
- Rodríguez Salamanca, J. D. (08 de 03 de 2021). *IDENTIFICACION PLAN DE NEGOCIO: EXPORTACION DE FOSFORITA 30%DESDE PESCA, BOYACA A PUERTO BARRIOS -GUATEMALA*. Recuperado el 29 de March de 2023, de YouTube: <http://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/8095/4/590452-2020-II-NIIE.pdf>
- Salamanca Hernandez, D. (24 de 07 de 2006). *PLAN EXPORTADOR PARA AGROSAGI Y CIA LTDA DE FERTILIZANTES AGRICOLAS DANIA SALAMANCA HERNANDEZ UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE*. Recuperado el 29 de March de 2023, de Red UAO Home: <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/7442/T05446.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Steinberg, F. (2004). Obtenido de [file:///C:/Users/GAYLA/Downloads/Dialnet-PaulKrugmanYEINuevoComercioInternacional-4547087%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/GAYLA/Downloads/Dialnet-PaulKrugmanYEINuevoComercioInternacional-4547087%20(1).pdf)
- Tarback, E. J., & Lutgens, F. K. (2011). *Ciencias de la Tierra (e-book) Latinoamérica*. Pearson Educación. Obtenido de <http://www.xeologosdelmundu.org/wp-content/uploads/2016/03/TARBUCK-y-LUTGENS-Ciencias-de-la-Tierra-8va-ed.-1.pdf>
- Trade Map. (2 de October de 2022). . Recuperado el 5 de September de 2023, de . - YouTube: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c310590%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c2%7c1%7c%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c310590%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c2%7c1%7c%7c1)
- Trade Map. (31 de diciembre de 2022). *Trade Map*. Obtenido de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c310590%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c310590%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)
- TradeMap. (s.f.). Obtenido de [https://www.trademap.org/Index.aspx? =](https://www.trademap.org/Index.aspx?=)

TradeMap. (31 de Diciembre de 2022). *TradeMap*. Obtenido de  
<https://www.trademap.org/CorrespondingProductsCompanies.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7c310590%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c3%7c%7c2%7c1%7c%7c4>

Yahoo Finance. (11 de Octubre de 2023). Obtenido de Yahoo Finance:  
<https://finance.yahoo.com/quote/MOS/profile?p=MOS>



## **Anexos**

**Anexo 1** Formulario del Registro Único Empresarial y Social RUES

Diligencia a máquina o letra imprenta los datos. No se admiten tachones ni enmendaduras. En los términos del artículo 166 del Decreto 019 de 2012 y 33 del Código de Comercio, cualquier modificación de la información reportada debe ser actualizada. En los términos del artículo 36 del Código de Comercio, la Cámara de Comercio podrá solicitar información adicional. Autorizo el uso y divulgación de toda la información contenida en este formulario y sus anexos, para los fines propios de los registros públicos y su publicidad.

Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio  
Código Cámara y Fecha Radicación

INSCRIPCIÓN <input type="checkbox"/>	RENOVACIÓN <input type="checkbox"/>	ACTUALIZACIÓN <input type="checkbox"/>	ACTUALIZACIÓN POR TRASLADO DE DOMICILIO <input type="checkbox"/>
NIT DEL PROPONENTE <input type="text"/>		D.V. <input type="text"/>	
<b>TAMAÑO DE LA EMPRESA</b>			
<p><b>1</b> Marque con una (X) el tamaño empresarial, anexando certificado expedido por la persona natural proponente o su contador, o por el representante legal del proponente y el revisor fiscal, si está obligada a tenerlo, o el auditor o contador.</p> <p style="text-align: center;">           GRAN EMPRESA <input type="checkbox"/>      MEDIANA EMPRESA <input type="checkbox"/>      PEQUEÑA EMPRESA <input type="checkbox"/>      MICROEMPRESA <input type="checkbox"/> </p>			
<b>2 CAPACIDAD FINANCIERA</b>			
<p>La información financiera se debe expresar en pesos, utilice punto para miles y coma para decimales. Indique la fecha de corte de la información, teniendo en cuenta que los estados financieros deben corresponder al cierre fiscal (31 de diciembre del año inmediatamente anterior); si no tiene antigüedad suficiente para tener estados financieros al cierre, debe inscribirse con estados financieros de corte trimestral o de apertura. Las sucursales de sociedad extranjera deben presentar para registro la información contable y financiera de su casa matriz.</p>			
<b>2.1</b>	<b>AÑO</b> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <b>MES</b> <input type="text"/> <input type="text"/> <b>DÍA</b> <input type="text"/> <input type="text"/>		
<b>2.2</b>	<b>ÍNDICE DE LIQUIDEZ</b> = $\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$ = _____ <small>(Indique la cifra con 2 decimales sin aproximaciones)</small>		
<b>2.3</b>	<b>ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO</b> = $\frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$ = _____ <small>(Indique la cifra con 2 decimales sin aproximaciones)</small>		
<b>2.4</b>	<b>RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES</b> = $\frac{\text{UTILIDAD Ó PÉRDIDA OPERACIONAL}}{\text{GASTOS DE INTERESES *}}$ = \$ _____ = _____ <small>(Indique la cifra con 2 decimales sin aproximaciones)</small> <small>* De acuerdo con los cambios introducidos por las NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera), el indicador de razón de cobertura de intereses, se debe calcular, para cada grupo, de acuerdo con el concepto del Consejo Técnico de la Contaduría Pública No. 2017 - 261 del 21 de Marzo de 2017</small>		
<b>3 CAPACIDAD ORGANIZACIONAL</b>			
<b>3.1</b>	<b>RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO</b> = $\frac{\text{UTILIDAD Ó PÉRDIDA OPERACIONAL}}{\text{PATRIMONIO}}$ = _____ <small>(Indique la cifra con 2 decimales sin aproximaciones)</small>		
<b>3.2</b>	<b>RENTABILIDAD DEL ACTIVO</b> = $\frac{\text{UTILIDAD Ó PÉRDIDA OPERACIONAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$ = _____ <small>(Indique la cifra con 2 decimales sin aproximaciones)</small>		
<p>El suscrito declara bajo la gravedad del juramento que la información reportada en este formulario y la documentación anexa al mismo, es confiable, veraz, completa, exacta y se encuentran firmados por cada una de las personas de las cuales pertenecen las firmas.</p> <p>Nombre de proponente persona natural o representante legal de la persona jurídica _____ FIRMA _____</p> <p>Documento de identificación No. _____ CC <input type="checkbox"/> CE <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/></p> <p><small>Cualquier falsedad en que se incurra podrá ser sancionada de acuerdo con la Ley (artículo 38 del Código de Comercio y normas concordantes y complementarias)</small></p>		Espacio para uso exclusivo de la Cámara de Comercio.	



Nota. Tomado de: (Cámara de Comercio, 2023).

## Anexo 2 Declaración Juramentada de Origen

DIAN <sup>®</sup>		DECLARACIÓN JURAMENTADA DE ORIGEN						
POR UNA COLOMBIA MÁS HONESTA								
<b>No. 202007100000148</b>								
<b>1. IDENTIFICACIÓN DE EMPRESA</b>								
1.1 R.U.T: 49792791		Tipo: <b>Productor</b>						
1.2 Razón social: <b>MARIA FERNANDA CORREA</b>								
1.3 Nombre contacto: <b>CESC</b>								
1.4 Correo electrónico: <b>csanchezc@dian.gov.co</b>								
1.5 Correo electrónico de notificación: <b>carlossanchezcoca@gmail.com</b>								
1.6 - 1.10 Plantas de Producción:								
<b>No</b>	<b>1.6 NIT</b>	<b>1.7 Razón Social</b>	<b>1.8 Departamento</b>	<b>1.9 Ciudad/Municipio</b>	<b>1.10 Dirección</b>			
1	49792791	MARIA FERNANDA CORREA	Bogotá D.C.	Bogotá D.C.	CALLE 75 15-29			
<b>2. PRODUCTO REGISTRADO</b>								
2.1 Subpartida Arancelaria: <b>8515110000</b>								
2.2 Nombre Comercial: <b>MAQUINA SOLDADORA</b>								
2.3 Nombre Técnico: <b>MAQUINA SOLDADORA</b>								
2.4 Unidad Comercial: <b>CAJA X 24 UNIDADES (5.688 ML)</b>								
<b>3. MATERIALES EXTRANJEROS IMPORTADOS DIRECTAMENTE O ADQUIRIDOS EN EL MERCADO NACIONAL</b>								
<b>No</b>	<b>Nombre Técnico</b>	<b>Subpartida</b>	<b>Pais Origen</b>	<b>Pais Procedencia</b>	<b>Unidad Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor CIF\$</b>	<b>Valor Planta \$</b>
1	SEMICONDUCTOR OPTOELECTRICO	8541409000	ESPAÑA	COLOMBIA	UNIDAD	12.000000	56.00	65.00
2	POLICARBONATO	3907400000	ESPAÑA	COLOMBIA	GRAMOS	0.011200	69.00	73.00
3	RESISTENCIA 1206 390 1/4	8514900000	REPUBLICA POPULAR DE CHINA	COLOMBIA	UNIDAD	2.000000	103.00	109.00
4	RESISTENCIA 1206 270 1/4	8514900000	REPUBLICA POPULAR DE CHINA	COLOMBIA	UNIDAD	4.000000	1,405.00	1,630.00
5	DIODO 1N 4007 SMA	8541100000	REPUBLICA POPULAR DE CHINA	COLOMBIA	UNIDAD	2.000000	345.00	400.00
6	ABS NATURAL	3903300000	ESPAÑA	COLOMBIA	GRAMOS	0.013350	28.00	32.00
7	ABS NATURAL HF-380	3903300000	ESPAÑA	COLOMBIA	GRAMOS	0.018800	65.00	70.00
<b>3.9 Valor Total CIF (COL \$): 2,071.00</b>								
<b>3.10 Valor Total cPlanta (COL \$): 2,379.00</b>								
<b>4. MATERIALES NACIONALES</b>								
<b>No</b>	<b>Nombre Técnico</b>	<b>Partida</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Planta \$</b>			
1	LAMINA DE 1.22 X 2.44 X 1.52 MM CALIBRE 16 H.R.	7208529000	UNIDAD	3.000000	474,810.00			
2	LAMINA DE 2 X 1 X 1.21 MM CALIBRE 18 H.R. CALIDAD	7208402000	UNIDAD	2.000000	180,000.00			
3	LAMINA DE 2 X 1 X 1.90 CALIBRE 14 H.R. CALIDAD	7208529000	UNIDAD	2.000000	280,000.00			
4	TUBO AGUA NEGRA 4" X 6 M X 0.98 MM	7304290000	UNIDAD	2.000000	196,000.00			
5	LAMINA DE CAUCHO CELLULAR	4008190000	METRO	50.000000	510,807.00			
6	DISCOS DE 11.5 CM CALIBRE 34 H.R.	7208529000	UNIDAD	8.000000	96,000.00			
7	BARRA DE HIERRO SIN ALEAR ACABADAS EN FRIJO DIAMETR	7215909000	METRO	1.400000	68,000.00			
8	RUEDAS DE CAUCHO MACIZO DE 3"	4012902000	UNIDAD	4.000000	38,000.00			
9	TUBO EN ACERO ALEADO CALIBRE 22 DIAMETRO 1 1/2"	7306500000	METROS	6.800000	168,000.00			
10	ANGULO DE 1/4 X 1 1/2 "CALIBRE 16	7216210000	METROS	9.200000	88,000.00			
11	TUBO EN ACERO ALEADO CALIBRE 16 DIAMETRO 1 1/2"	7306500000	METROS	8.000000	42,000.00			
12	TUBO EN ACERO ALEADO CALIBRE 16 DIAMETRO 1	7306500000	METROS	2.000000	38,000.00			
13	PINTURA ELECTROSTATICA EN POLVO OXIPOLIESTER	3208100000	GRAMOS	900.000000	380,000.00			
14	SOLDADURA ELECTRICA WEST ARCO 7018	8311900000	KILO	2.000000	25,000.00			
<b>4.6 Valor total unidad producto (Col\$): 14 2,584,617.00</b>								
<b>5. COSTOS Y VALOR EN FABRICA PRODUCTO TERMINADO:</b>								
5.1 Total Costos Materias Nacionales/U. Comercial (Valor sumatoria casilla No. 4.6)(Col\$): <b>2,584,617.00</b>								
5.2 Otros Costos Directos de Fábrica/U. Comercial (No incluye materias primas)(Col\$): <b>5,400,000.00</b>								
5.3 Valor en Fabrica/U. Comercial (Col\$): <b>35,700,000.00</b>								
5.4 Valor FOB de Exportación/U. Comercial (Col\$): <b>39,000,000.00</b>								
<b>6. PROCESO DE PRODUCCION (Completa descripción por Etapas):</b>								
DISEÑO DE LA MAQUINA								
REQUISICION DE MATERIALES								
CORTE DE LAMINAS								
DOBLADORA								
ENSAMBLE Y SOLDADURA								
PINTURA								
CONTROL DE CALIDAD								

Nota. Tomado de: (DIAN, 2014).

**Anexo 3** Declaración de exportación –DEX- (forma 600)

 <b>DIAN</b> <small>Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales</small>		<b>Declaración de Exportación</b>				 <b>MUISCA</b> <small>Modelo Único de Ingresos, Servicio y Control Automatizado</small>		<b>600</b>							
1. Año <input type="text"/>					4. Número de formulario										
Espacio reservado para la DIAN															
20. Tipo de documento		18. Número de identificación		6. DV.	7. Primer apellido		8. Segundo apellido		9. Primer nombre		10. Otros nombres				
11. Razón social															
24. Tipo de documento		25. Número documento de identificación		26. DV.	27. Primer apellido		28. Segundo apellido		29. Primer nombre		30. Otros nombres				
31. Razón social															
32. Tipo de documento		33. Número documento de identificación		34. Primer apellido		35. Segundo apellido		36. Primer nombre		37. Otros nombres					
38. Razón social															
39. Domicilio destinatario										40. Ciudad					
41. Clase DEX				Cód.		42. No. Formulario anterior		43. Tipo de diligenciamiento				Cód.			
44. Tipo despacho				Cód.		45. Tipo de corrección		Cód.		46. No. Referencia		47. No. Programa especial de muestras o contrato de suministro de energía		48. No. Autorización de embarque global	
49. Régimen aduanero				Cód.		50. Aduana despacho				Cód.		51. Cód. País trámite		52. Cód. Región de procedencia	
53. Tipo de datos				Cód.		54. Tipo de embarque		Cód.		55. Cód. Naturaleza transacción		56. Cód. Incoterms		57. Lugar de entrega	
58. Cód. Moneda de transacción		59. Valor factura en moneda de transacción		60. Tasa de cambio		61. Forma de pago				Cód.		62. Cantidad de pagos anticipados			
63. Fecha 1er. pago anticipado		64. Mercancía a la mano con el viajero		65. Sistemas especiales		66. Exportación en tránsito		67. Modo de transporte		Cód.		68. Tipo de carga		Cód.	
69. Aduana de salida		Cód.		70. País destino final		Cód.		71. Cód. Lugar destino final							
72. Valor total FOB USD				73. Valor total fletes USD				74. Valor total seguros USD				75. Valor total otros gastos USD			
76. Valor total exportaciones USD				77. Valor a reintegrar USD				78. Total valor agregado nacional USD							
<b>Totales para control</b>															
79. Total series		80. Total número de bultos		81. Total peso bruto kgs.											
82. No. Autorización embarque				83. Fecha autorización embarque		84. No. Solicitud autorización de embarque		85. Fecha solicitud autorización embarque							
				Año Mes Día				Año Mes Día							
86. Nombre funcionario responsable						Firma funcionario responsable									
87. Cargo.															
88. Tipo de documento		89. No. del documento de identificación													
90. No. Radicación															
Firma de quien suscribe el documento															
1001. Apellidos y nombres		1002. Tipo doc.		1003. No. identificación		1004. DV		1005. Cód. Representación		1006. Organización		997. Fecha declaración exportación		AAAA MM DD hh mm ss	

*Nota.* Tomado de: (DIAN, 2014).

## Anexo 4 Declaración de Cambio por Exportación de Bienes



**Declaración de Cambio por Exportaciones de Bienes**  
**Formulario No. 2**  
Circular Reglamentaria Externa DCIN - 23 de mayo 9 de 2002  
**3 Manual de Cambios Internacionales**  
Departamento de Cambios Internacionales

I. Tipo de operación

1. Número:

II. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN INICIAL

2. Ciudad  3. NIT del I. M. C. o código cuenta de compensación  4. Fecha (AAAA/MM/DD)  5. Número

III. IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN DE CAMBIO ANTERIOR (SÓLO PARA LOS TIPOS DE OPERACIÓN 3 Y 4)

6. NIT del I. M. C. o código cuenta de compensación  7. Fecha (AAAA/MM/DD)  8. Número

IV. IDENTIFICACIÓN DEL EXPORTADOR

9. Tipo  10. Número de identificación  D. V. 11. Nombre ó razón social

V. DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN

12. Código y nombre moneda reintegro  13. Valor moneda reintegro  14. Tipo de cambio a USD

VI. INFORMACIÓN DECLARACIONES DE EXPORTACIÓN DEFINITIVAS

15. Número	16. Fecha (AAAA/MM/DD)	17. Ciudad aduana	18. Numeral	19. Valor reintegrado USD
20. Total valor FOB				
21. Total gastos de exportación (numeral cambiario 1510)				
22. Deducciones (numeral cambiario 2016)				
23. Reintegro neto (FOB + gastos - deducciones)				

Condiciones de pago:

Condiciones de despacho:

Observaciones:

Para los fines previstos en el Artículo 83 de la Constitución Política de Colombia, declaro bajo la gravedad de juramento que los conceptos, cantidades y demás datos consignados en el presente formulario son correctos y la fiel expresión de la verdad.

VII. IDENTIFICACIÓN DEL DECLARANTE

24. Nombre  25. Número de identificación  26. Firma

Nota. Tomado de: (Banco de la República , 2023)