

**ESTUDIO DE MERCADO PARA CERTIFICAR A: "C.I. BADILLO & GUERRERO
E.U." DE CÚCUTA, COMO COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL**

**LADY JULIANA BADILLO QUINTANA
000073554**

**JORGE LUIS GUERRERO SOTO
000069504**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA
2009**

**ESTUDIO DE MERCADO PARA CERTIFICAR A: "C.I. BADILLO & GUERRERO
E.U." DE CÚCUTA, COMO COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL**

**LADY JULIANA BADILLO QUINTANA
JORGE LUIS GUERRERO SOTO**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Ingeniero Industrial**

**Director
ARGEMIRO LEAL PLATA
Economista**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL
BUCARAMANGA
2009**

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	
TÍTULO	
INTRODUCCIÓN	
1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1 IDENTIFICACIÓN	
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
2 ALCANCES Y LIMITACIONES	16
2.1 JUSTIFICACIÓN	
3 OBJETIVOS	18
3.1 OBJETIVO GENERAL	
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
4 MARCO REFERENCIAL	19
4.1 MARCO CONTEXTUAL	
4.1.1 Antecedentes	
4.1.2 Estado actual del arte	20
4.2 MARCO TEÓRICO	
4.2.1. Respecto al Proyecto	21
4.2.2 Respecto a la Empresa	
4.2.3 Respecto al Medio Externo	
4.3 MARCO LEGAL	22
4.3.1 Requerimientos	
4.3.2 Regulaciones y normas ambientales	23
4.3.3 Control de cambios	
4.3.4 Aprobaciones para la importación de productos agropecuarios	
4.3.5 Etiquetado	24
4.3.6 Normatividad fitosanitaria	

5	METODOLOGÍA	25
5.1	REVISIÓN SISTEMÁTICA DEL TEMA	
5.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN	
5.3	POBLACIÓN OBJETIVO	
6	INFORMACIÓN GENERAL DE LA REGIÓN	26
6.1	LOCALIZACIÓN	
6.2	ENTORNO POLÍTICO	
6.3	INFRAESTRUCTURA VIAL	27
6.3.1	Vías de acceso	
6.3.1.1	Acceso marítimo	
6.3.1.2	Acceso aéreo	28
6.3.1.3	Acceso Terrestre	29
6.4	DIVISIÓN POLÍTICO ADMINISTRATIVO DE LA REGIÓN	
6.5	DATOS GENERALES E INDICADORES SOCIOECONÓMICOS	31
6.5.1	Indicadores Socioeconómicos	
6.5.2	Balanza comercial colombo venezolana	
6.5.3	Exportaciones e Importaciones de Venezuela	32
6.5.4	Principales socios comerciales	33
6.5.5	Acuerdos comerciales	34
6.5.6	Cultura de Negocios	35
7	ESTUDIO DE MERCADO	37
7.1	IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE MERCADO	
7.2	POBLACIÓN BENEFICIADA	39
7.3	CRECIMIENTO PROYECTADO DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA	
7.4	ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL Y PROYECTADA	
7.5	ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	41
7.6	ANÁLISIS DE LA OFERTA NACIONAL E INTERNACIONAL	
7.7	BARRERAS DE ENTRADA	43
7.8	TARIFAS	44
7.9	POLÍTICA DE PRECIOS	

7.10	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	45
8.	ESTUDIO TÉCNICO	47
8.1	GENERALIDADES DE LA EMPRESA	
8.2	PRODUCTO A EXPORTAR	50
8.2.1	Detalles del producto	
8.2.1.1	Descripción general del producto	
8.2.1.2	Descripción técnica del producto	51
8.2.3	Cadena productiva del bien	
8.2.3.1	Generalidades	52
8.2.3.2	Eslabón en la industria de alimentos	53
8.2.3.3	Situación nacional del cultivo de maíz	
8.3	MANEJO DEL BIEN	54
8.4	TAMAÑO DEL PROYECTO	55
8.5	LOCALIZACIÓN DE LA COMERCIALIZADORA	56
8.6	EMPLAZAMIENTO DE LA COMERCIALIZADORA	
9	INGENIERÍA DEL PROYECTO	57
9.1	PLAN EXPORTADOR	
9.1.1	Tamaño del mercado	
9.1.2	Segmentos identificados	
9.1.3	Productos y/o servicios a ofrecer	
9.1.4	Precios a manejar	58
9.2	DISTRIBUCIÓN	
9.3	TÉCNICAS DE MERCADEO	
9.4	CANAL DE COMERCIALIZACIÓN DE LA SOCIEDAD	59
9.5	LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN	
9.5.1	Tipo de transporte	
9.6	SOCIEDAD DE INTERMEDIACIÓN ADUANERA	61
9.7	INCOTERMS	
9.8	RECURSO HUMANO REQUERIDO	62
9.9	POTENCIAL DE INVERSIÓN	

10	ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL (E.I.A.S.)	64
10.1	IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS	
10.2	METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS	65
10.3	CRITERIOS BÁSICOS DE EVALUACIÓN AMBIENTAL	
10.4	MEDIDAS DE MITIGACIÓN	
10.5	MATRICES	66
10.6	CALIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES	68
10.7	CONCLUSIONES DEL E.I.A.S.	74
11	ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO	75
11.1	METODOLOGÍA GENERAL APLICADA	
11.2	ORGANIZACIÓN Y GASTOS GENERALES	76
11.3	COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES	77
11.4	INGRESOS	78
11.5	ESTRUCTURA FINANCIERA	79
11.6	SERVICIO DE LA DEUDA	
11.7	ESTADO DE RESULTADOS	
11.8	CAPITAL DE TRABAJO	80
11.9	FLUJO DE FONDOS	81
11.10	BALANCE	
11.11	FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	82
11.12	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO	
12	CONCLUSIONES	84
	RECOMENDACIONES	
	ANEXOS	
	BIBLIOGRAFÍA	
	GLOSARIO	
	APÉNDICE	

TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Indicadores Socioeconómicos	31
Tabla 2: Proyección de la población venezolana hasta 2023	39
Tabla 3: Demanda proyectada de maíz en Venezuela	40
Tabla 4: Presentación y material del empaque para bien a exportar	54
Tabla 5: Rangos de Magnitud	68
Tabla 6: Rangos de Extensión	69
Tabla 7: Rangos de Duración	69
Tabla 8: Rangos de Reversibilidad	69
Tabla 9: Rangos de Recuperabilidad	70
Tabla 10: Rangos de Desarrollo	70
Tabla 11: Equivalencia Importancia del Impacto	70
Tabla 12: Aplicación Matriz RAM para Impactos Ambientales	72
Tabla 13: Matriz de Evaluación de Impactos	73
Tabla 14: Indicadores	76
Tabla 15: Inversión	76
Tabla 16: Depreciaciones y Amortizaciones	77
Tabla 17: Costos y Gastos Operacionales	78
Tabla 18: Ingresos	78
Tabla 19: Estructura Financiera	79
Tabla 20: Servicio de la deuda	79
Tabla 21: Estado de resultados	80
Tabla 22: Capital de Trabajo	80
Tabla 23: Flujo de Fondos	81
Tabla 24: Balance	82
Tabla 25: Flujo de Caja del Inversionista	83

GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Ubicación geográfica de Venezuela	26
Gráfica 2: Balanza comercial Colombo Venezolana US\$ millones	32
Gráfica 3: Exportaciones e importaciones de Venezuela US\$ Millones	33
Gráfica 4: Socios comerciales de Venezuela	34
Gráfica 5: Producción de maíz en Colombia 1999-2008	38
Gráfica 6: Tasa de consumo per cápita de maíz en el mundo	40
Gráfica 7: Departamentos de Colombia que exportan maíz a Venezuela	42
Gráfica 8: Comportamiento mundial del precio del maíz 2000 – 2008	45
Gráfica 9: Estructura de comercialización C.I. BADILLO & GUERRERO E.U.	46
Gráfica 10: Organigrama de C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. en Colombia	49
Gráfica 11: Mapa cadena productiva	53
Gráfica 12: Empaque de polipropileno	55
Gráfica 13: Incoterms	62
Gráfica 14: Matriz de Identificación de Impactos	67

ANEXOS

Anexo A: Código arancelario del maíz

Anexo B: Exportación de maíz desde Colombia (repartición por Dpto.)

RESUMEN

TITULO: ESTUDIO DE MERCADO PARA CERTIFICAR A: "C.I. BADILLO & GUERRERO E.U." DE CÚCUTA, COMO COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL *

AUTHORS LADY JULIANA BADILLO QUINTANA
JORGE LUIS GUERRERO SOTO**

FACULTAD: INGENIERIA INDUSTRIAL

Director: ARGEMIRO LEAL PLATA
ECONOMISTA

Palabras Claves: Comercializadora Internacional, Certificación, Estrudio de Marketing, Impacto Social, Importación, Exportación, Restitución.

RESUMEN

El propósito de este trabajo es definir la viabilidad técnica, legal, financiera, económica y social para la certificación de la empresa colombiana: Sociedad de Comercialización Internacional Badillo & Guerrero E.U., como exportadora de alimentos a Venezuela.

En el estudio de mercado, necesario para identificar la verdadera razón de convertir a la empresa en un proveedor de alimentos para la comunidad venezolana, se realizaron actividades de investigación que permitieron obtener información real de las características generales de Venezuela y de sus habitantes. Dicha investigación permitió ver el ambiente que hay en Venezuela, en torno a la importación de alimentos, las exigencias de tipo legal y fitosanitario, así como las costumbres de los consumidores en lo concerniente al consumo de productos alimenticios, específicamente de maíz, para que éste sea el producto piloto de las actividades de exportación, una vez llenos los requisitos para poder hacerlo.

Se presentan en este estudio los recursos de tipo humano, técnico, logístico y financiero que requiere la comercializadora para atender la demanda presente y futura.

De los análisis realizados se establece con evidencia la viabilidad técnica, logística, legal, financiera, económica y social del proyecto, por lo cual se recomienda su ejecución.

* Trabajo de Grado

** Escuela de Ingenierías y Administración, Facultad de Ingeniería Industrial

ABSTRATC

TITLE: **MARKETING STUDY IN ORDER TO CERTIFY TO: "C.I. BADILLO & GUERRERO E.U." FROM CÚCUTA, AS INTERNATIONAL COMMERCE AGENCY***

AUTHORS **LADY JULIANA BADILLO QUINTANA**
JORGE LUIS GUERRERO SOTO**

FACULTY: **INDUSTRIAL ENGINEERING**

Director: **ARGEMIRO LEAL PLATA**
ECONOMIST

Keywords: **International Commerce Agency, Certification, Marketing Studies, Economical Dealings, free duty, Social Impact, Importation, Exportation, and Restitution.**

SUMMARY

The purpose of this Job is to define technique viability, legal, financial, economical and social to achieve certify Colombian Enterprise: Society of International Commerce Agency Badillo & Guerrero E.U., as Food Exporter from Colombia to Venezuela.

In the Marketing study, necessary to identify true reasons for converting the enterprise as a food supplier for Venezuela Community, it was carried out investigation activities that allowed obtain genuine information of general characteristic for Venezuela and its inhabitant. Such investigation allowed see ambient in Venezuela, around food importation, legal and fitosanitary requirements, and at the same time habits of customer related to nourishing products consume, specifically corn, in order to convert this product as pilot product for all activities of exportation, once met the requirements necessary to do it.

This study presents the human type, technique, financial and logistical resources that Society of International Commerce Agency requires to attend actual and future demand.

From analysis carried out it is established with evidence technique, logistic, legal, financial, economical and social viability resulting obviously in recommending its execution.

* Investigation for graduation

** Faculty of Industrial Engineering, Engineering and Administration School.

TÍTULO

ESTUDIO DE MERCADO PARA CERTIFICAR A: "C.I. BADILLO & GUERRERO E.U." DE CÚCUTA, COMO COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL

INTRODUCCIÓN

Cualquier empresa que esté constituida como Persona jurídica y que se encuentre regida por el Código de Comercio, puede obtener gratuitamente ante el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (antes Ministerio de Comercio Exterior) el Régimen como Sociedad de Comercialización Internacional C.I.

Este Régimen especial, creado mediante la Ley 67 del 28 de Diciembre de 1979, constituye el apoyo a las exportaciones, representado en el beneficio tributario otorgado por el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio Exterior, mediante el cual, las empresas que lo obtengan, podrán efectuar compras de mercancías del mercado nacional configuradas como Bienes corporales muebles y/o Servicios Intermedios de la Producción, con destino a la exportación, libres del impuesto a las ventas IVA y/o de la Retención en la Fuente, si las operaciones de compraventa están sujetas a dichos tributos¹.

Uno de los primeros pasos que todo Empresario debe dar para poder realizar un proceso de Exportación es el Estudio de Mercado. Este análisis le permite identificar las Oportunidades Comerciales que puede tener con su producto o servicio en los mercados Internacionales.

Colombia en desarrollo de diferentes negociaciones internacionales ha obtenido preferencias o beneficios arancelarios que le permiten al exportador ser más competitivo. Por tal motivo el ingreso de los productos colombianos a determinados países tienen un tratamiento preferencial. Para que el empresario colombiano tenga acceso a estas preferencias o beneficios arancelarios debe mostrar en el momento de ingreso de su producto El Certificado de Origen².

Los esquemas de integración económica más importante para Colombia son: el de la CAN que funciona bajo el amparo de la ALADI, en virtud del cual, Colombia tiene libertad de intercambio comercial con Bolivia, Ecuador y Perú, países miembros de la CAN. El G-3, que entró en vigencia en 1995, constituye un TLC entre Colombia, Venezuela y México. El TLC entre Colombia, Ecuador y Venezuela (países de CAN) y Brasil, Argentina, Paraguay y Uruguay (miembros del MERCOSUR) entró en vigencia el primero de abril de 2004³.

¹ GERENCIE.COM. Sociedades de comercialización internacional C.I. [en línea]. <<http://www.gerencie.com/sociedades-de-comercializacion-internacional-ci.html>> [citado en 28 de agosto de 2008]

² PRODUCTOS DE COLOMBIA.COM. Certificado de origen [en línea]. <http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Certificado_origen.asp>

³ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Acuerdos Comerciales y Tratados de Libre Comercio [en línea]. <<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/categorydetail.asp?idcategory=892&idcompany=1>> [citado en 20 de noviembre de 2006]

El cálculo del alcance de los beneficios financieros, económicos y sociales que dejará esta nueva actividad exportadora para la empresa y para Colombia, serán los factores determinantes para que la empresa se decida por la exportación.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 IDENTIFICACIÓN

La situación social, política y económica de la República Bolivariana de Venezuela ha sido producto de una serie de cambios implementados paulatinamente por su gobierno, en cabeza de su Presidente Hugo Rafael Chávez Frías, a través de sus 10 años de mandato y donde en sus últimos años se ha arraigado como un líder promotor de un régimen de carácter socialista. Este régimen se ha caracterizado por imponer una serie de medidas que han alterado ciertos factores fundamentales al interior del país, como es el caso de la regulación de precios y el aumento desmedido del salario básico (150% en los últimos tres años), conllevando a un capacidad de compra mayor.

La regulación de precios a los bienes alimenticios (27 de los 50 bienes que conforman la canasta básica alimenticia tienen precio regulado), ha desencadenado una guerra permanente entre Productores y Gobierno, donde los verdaderos afectados son los consumidores puesto que se ha presentado una evidente escasez de bienes alimenticios básicos como la carne, leche, huevos, aceite, arroz, azúcar, pollo, maíz, etc. Lo anterior obedece a que los productores, al ver disminuidas sus rentas, han desplazado sus líneas de producción hacia los bienes sin restricción de precios, produciendo de esta manera, un inherente decrecimiento de la productividad nacional de dichos alimentos⁴.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Al mermar la producción de alimentos debido al control gubernamental de precios y aumentar la demanda gracias al incremento en la capacidad de compra por parte de los venezolanos más pobres, se genera una diferencia muy marcada entre la oferta y la demanda nacional, en los productos de consumo básico de alimentos, diferencia que puede ser atendida por productores internacionales, como por ejemplo por la empresa colombiana C.I. Badillo & Guerrero E.U.

De nada sirve que el gobierno venezolano mejore las condiciones económicas de los habitantes, si no atiende de manera eficiente la demanda de los productos básicos. El pueblo analizará que le dieron para comprar lo que no venden y podría verse como un engaño o burla hacia su condición de pobreza.

Esta escasez de alimentos mantiene a Venezuela con la inflación más alta de Latinoamérica, llevando al mundo una imagen poco atractiva a los inversionistas.

⁴ Diana Delgado, "Escasez alimentos en Venezuela es bonanza en Colombia", *Terra*, (act897484), 11 de julio, 2007.

Según datos oficiales, la inflación en Venezuela cerró el 2008 en un 30,9 por ciento, la más alta del continente, excediendo ampliamente la proyección original del Gobierno, de una tasa inflacionaria del 11 por ciento para el 2008, y que debió ser replanteada en varias ocasiones ante el incesante avance de los precios⁵.

La escasez de un producto, hace que los interesados ofrezcan más por él, provocando así una inflación desmedida en la economía, y, dejando inconformes a quienes no alcanzan a comprar los productos, en especial los básicos. Esta situación de escasez de alimentos, hace su aporte para que el pueblo mantenga una baja condición de vida.

De ahí que el estado venezolano requiera, previo cumplimiento de los requisitos legales, que otros países intercambien con ellos productos con los que se pueda suplir la necesidad de alimentos.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Venezuela requiere adquirir alimentos ya sea por medio de aumento en la producción nacional, cosa que se ve poco probable, o por importación, para atender la necesidad de productos básicos de la canasta familiar.

Para que la empresa colombiana: Comercializadora Internacional Badillo & Guerrero E.U., pueda exportar alimentos hacia Venezuela, deberá llenar los requisitos exigidos por ambos estados, de tal manera que se beneficie de los tratados de intercambio comercial entre ambos países y así contribuir a satisfacer la demanda en ese país.

⁵ VENELOGÍA. Inflación en Venezuela (2008) cerró con 30,9% [en línea]. <<http://www.venelogia.com/archivos/2610/>> [citado en 9 de enero de 2009]

2. ALCANCES Y LIMITACIONES

Se pretende con la realización de este estudio, establecer si es o no viable técnica, financiera, económica y socialmente, la exportación de productos alimenticios hacia Venezuela, previa certificación de la empresa por parte de las autoridades.

Se Definirá la viabilidad financiera en cuanto a costos, gastos, alternativas de financiamiento y/o de provisión de recursos para operar el proceso de exportación; y técnicamente la certificación gubernamental, a la luz de las normas vigentes establecidas para estos casos.

Se propondrá la mejor opción de INCOTERMS, que le convenga tanto a la empresa como a los clientes, de acuerdo a las capacidades de ella y a las exigencias de éstos.

Se definirán algunas medidas necesarias como: población beneficiada y su respectiva proyección, el consumo actual y proyectado, los requerimientos mínimos legales nacionales y de Venezuela, para la exportación, los precios adecuados a las condiciones socioeconómicas, y la manera más práctica y conveniente para el pago de las ventas, teniendo en cuenta el sistema cambiario tanto venezolano como el colombiano.

El proyecto, depende de la buena orientación que nos brinden las instituciones nacionales, y de la información fidedigna que suministre algunos medios cibernéticos como es el caso de las páginas de internet del gobierno venezolano, para alcanzar el objetivo general propuesto.

2.1 JUSTIFICACIÓN

Con el fin de beneficiar a los habitantes de Venezuela, se pretende realizar este estudio, para que de acuerdo a sus resultados se proceda a la posterior exportación de productos alimenticios, cumpliendo con las exigencias fitosanitarias, acordes con las normas legales vigentes.

Este estudio permitirá:

- Aplicar los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de la carrera de pregrado de Ingeniería Industrial.
- Llenar un requisito de obligatorio cumplimiento para llevar a cabo la exportación de productos nacionales alimenticios.

- Servir a un país que está requiriendo de lo vital para subsistir, y que pese a que tiene con qué comprar no disponen de proveedores suficientes.
- Conseguir la certificación como exportadores, generará en nosotros una gran satisfacción personal, profesional y empresarial.
- Generar empleo.
- Dar a conocer nuestros productos y nuestra marca, posicionándolos en otro país.
- Generación de divisas para Colombia y beneficios financieros para C.I. Badillo & Guerrero E.U.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercados, que permita la certificación de la empresa colombiana: " C.I. BADILLO & GUERRERO E.U.", con sede en Cúcuta, como una entidad comercializadora internacional de alimentos, para exportar sus productos a Venezuela.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar un estudio de mercado para un producto específico, de acuerdo a los productos identificados como de mayor demanda en Venezuela, que justifique la certificación.

Analizar el impacto financiero, económico y social que conlleva la certificación de la sociedad como comercializadora internacional y la consecuente exportación de sus productos.

Identificar el Marco Legal y de incentivos tributarios para la creación de la Comercializadora Internacional, en la ciudad de Cúcuta.

Diseñar la estructura administrativa y operativa de la Comercializadora Internacional.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO CONTEXTUAL

4.1.1 Antecedentes⁶

En 1967 se creó el Fondo de Promoción de Exportaciones (PROEXPO), con el objeto de fortalecer la balanza de pagos del país mediante el incremento del comercio, resultado del fomento de exportaciones. Para cumplir con estos objetivos, el Fondo adelantó actividades en los campos de la promoción interna y externa y de la asistencia técnica al productor exportador.

Durante 1970 surgieron algunas sociedades pertenecientes a productores y comerciantes de algunos sectores que se agruparon para facilitar sus ventas en el mercado externo. Sin embargo, la experiencia de las primeras comercializadoras no fue productiva ni eficiente debido a la falta de solidez financiera que limitó su capacidad de operación.

La acción de las comercializadoras se redujo a situaciones meramente coyunturales y no cumplía con las expectativas de quienes deseaban exportar. Solo hasta 1978 emergen, recuperándose gracias a la iniciativa de la directiva de PROEXPO, que sobre la base de una serie de estudios técnicos, adoptó la resolución que favorece a las empresas que adquieren productos locales para su exportación, y a las que se dedican a producir, planificar, organizar, adecuar y racionalizar los bienes de exportación de uno o varios sectores.

La Ley 67 de 1979, conocido como un Instrumento de Apoyo a las Exportaciones, es un beneficio tributario otorgado por el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio Exterior, que exonera del impuesto a las ventas IVA y/o de la Retención en la Fuente, a las empresas comercializadoras.

La realización de las exportaciones será de exclusiva responsabilidad de la Sociedad de Comercialización Internacional y por tanto, si no se efectúan estas últimas dentro de la oportunidad y condiciones que señale el Gobierno Nacional, con base en el Artículo 3º de esta Ley, deberán las mencionadas sociedades pagar a favor del fisco nacional una suma igual al valor de los incentivos y exenciones que tanto ella como el productor se hubieran beneficiado, más el interés moratorio fiscal, sin perjuicio de las sanciones previstas en las normas ordinarias. (Artículo 5º).

⁶ Empresas de comercialización internacional en América Latina / Revista del Instituto para la Integración de América Latina (INTAL). No. 140 – 141. Buenos Aires: INTAL. 82 p. Mensual. ISSN 0325-1675.

4.1.2 Estado actual del arte

La escasez de productos en Venezuela, parte de una serie de sucesos dados por decisiones gubernamentales a lo largo de los últimos diez años, haciendo que la economía presente situaciones incongruentes entre sí como la alta demanda de productos, la baja oferta de éstos y las regulaciones de precios.

Esa situación desfavorable para Venezuela, se ha convertido en una oportunidad de negocio para los empresarios colombianos, quienes en los últimos años han visto el espacio óptimo para incrementar sus exportaciones al vecino país, contando con facilidades y beneficios otorgados por el gobierno Venezolano, a los proveedores que coadyuven a atender la necesidad de los productos básicos en su mercado, es el caso de la carne, la leche, el pollo, los huevos, los cereales, el azúcar, el papel higiénico, entre otros. El gobierno, está apoyando a las empresas nacionales que mantengan relaciones comerciales con empresas en el exterior, para conseguir la importación de dichos productos escasos.

El apoyo se realiza por medio de la aprobación de divisas preferenciales para la importación de los productos, el financiamiento y la asesoría para la creación y funcionamiento de las mismas.

Las Zonas Francas, creadas por el estado, son áreas geográficas delimitadas que tienen como objetivo primordial promover el proceso de industrialización de bienes y servicios fundamentalmente para mercados externos.

Colombia cuenta con 24 Zonas Francas de las cuales 16 son Zona Franca Permanente y 8 son Zona Franca Uniempresarial, ubicadas en puntos estratégicos para atender las necesidades de cada sector⁷.

Colombia comparte frontera con Venezuela, en Cúcuta y San Antonio del Táchira respectivamente. Dicha frontera es catalogada como una de las zonas francas más prósperas, con sus respectivas ventajas arancelarias, bajos costos de transporte, apropiada logística internacional, y que la ubican entre las principales zonas para mantener un intercambio comercial sostenible entre ambos países.

4.2 MARCO TEÓRICO

Las variables que juegan en el desarrollo de este estudio y que se deben tener en cuenta al momento de definir la conveniencia o no del proyecto porque influyen de manera directa en el resultado del mismo, son:

⁷ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Manual de Zonas Francas [en línea]. <<http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo9450DocumentNo7551.PDF>> [citado en 12 de junio de 2008]

4.2.1. Respecto al Proyecto

1 Tamaño: el tamaño del proyecto se define de acuerdo con los rangos establecidos por el estudio de mercados realizado, según el cual el compromiso a adquirir con los compradores venezolanos obedecerá a la demanda actual y la proyectada.

2 Clase: este se constituye en un proyecto eminentemente privado.

3 Avance en el Tiempo: el proyecto debe estar programado en todas y cada una de sus etapas de manera sistemática, teniendo en cuenta los tiempos que requieren los trámites y gestiones ante las entidades de control.

4.2.2 Respecto a la Empresa

1. Respaldo Financiero y Administrativo: el proyecto cuenta con el interés empresarial de los propietarios y administradores de la firma C.I. BADILLO & GUERRERO E.U., con el estímulo estatal a través de PROEXPORT, tanto en lo económico como en lo técnico.

2. Bondad de los Resultados: una vez realizado el estudio propuesto, se podrá disponer de argumentos valiosos para dar un concepto acerca de la favorabilidad o no de las cifras en lo concerniente a la sostenibilidad financiera que requiere el proyecto.

3. Importancia del Proyecto: siendo que lo que se busca es la comercialización de un producto básico en la canasta familiar de los venezolanos, el proyecto se convierte en una gran alternativa para atender esta necesidad vital, y a su vez, la oportunidad de obtener grandes dividendos para la empresa y para Colombia.

4.2.3 Respecto al Medio Externo

1. Amenazas: Los cambios climáticos de los últimos tiempos podrían amenazar la producción de maíz a nivel mundial, y esto indica que se debe contar con un plan de contingencia, el cual podría basarse en el estudio de productos alternativos capaces de reemplazar dicho producto.

2. Grado de Incertidumbre: los cambios bruscos que suele aplicar el gobierno venezolano, en todos los campos, podrían comprometer la operación del proyecto, toda vez que dependería de la disposición coyuntural de la administración central.

3. Respuesta y Aceptación: como es de esperarse, la comunidad venezolana ve con muy buenos ojos la realización de este proyecto, porque solucionaría parte del problema de la escasez de comida.

4. Vigencia: el proyecto se acoge a los rangos establecidos por los Estados, en la reglamentación correspondiente tanto en infraestructura como en capacidad técnica de la comercializadora para atender la demanda actual y proyectada durante los siguientes diez (10) años.

4.3 MARCO LEGAL

Corresponde al Ministerio de Comercio Industria y Turismo, formular la política de Gobierno en materia de fomento a la exportación de bienes y servicios producidos en el país o de los que importados, se les aplique algún valor agregado para su posterior exportación.

Así mismo, es de su resorte, la constitución de las sociedades comercializadoras internacionales del país y su promoción, procurando garantizar su competitividad, integración y desarrollo.

El Ministerio de Comercio Exterior remite a la DIAN, BANCOLDEX y PROEXPORT, información sobre las Sociedades de Comercialización Internacional registradas.

4.3.1 Requerimientos⁸

Para llevar a cabo este proyecto se requiere de:

Registros especiales:

- Solicitar la inscripción de la empresa en el Registro como Sociedad de Comercialización Internacional C.I. y acceder al régimen C.I.
- Obtener ante el Ministerio de Comercio Industria y Turismo el Registro Nacional de Exportadores.
- Formalizar ante la Dirección de Impuestos y Aduanas de Colombia, DIAN, la condición de empresa exportadora.

Permisos especiales.

Según el Decreto 2685 de 1999, La Sociedad de Intermediación Aduanera (SIA) cuyo objeto social principal es el ejercicio de la Intermediación aduanera, es la única que puede llenar las formalidades aduaneras cuando la exportación supera

⁸ JEISTROPOLIS. Cómo exporta un producto ó servicio innovador [en línea]. <<http://jeistropolis.blogcindario.com/2006/11/00018-resumen-como-exportar.html>> [citado en 28 de noviembre de 2006]

los US\$ 1.000. Si la cifra es menor el exportador podrá realizar directamente los trámites aduaneros.

Para resaltar, Ley 67 del 28 de Diciembre de 1979, conocido como un Instrumento de Apoyo a las Exportaciones, El Decreto 1740 de 1994 mediante el cual se reglamenta el tratamiento de las mercancías exportables y los beneficios tributarios tanto productores como comercializadores y el Decreto 653 de 1990, el cual incluye el Certificado al Proveedor - CP- como documento suficiente para demostrar la no causación del impuesto sobre las ventas IVA ni de la Retención en la Fuente⁹.

4.3.2 Regulaciones y Normas Ambientales¹⁰

De acuerdo con la Decisión 507 de la Comisión de la Comunidad Andina, Venezuela deberá ajustar su arancel de importaciones al nuevo texto único de la NANDINA que es la nomenclatura arancelaria común utilizada por los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

4.3.3 Control de Cambios

En Colombia¹¹:

La exportación genera la obligación de reintegrar las divisas percibidas, esto porque los exportadores de acuerdo con lo establecido en el régimen cambiario deben efectuar la venta de las divisas a través de los intermediarios financieros autorizados por el Banco de la República, a saber: bancos comerciales y entidades financieras, para ello el exportador deberá previamente diligenciar la declaración de cambio correspondiente y realizar la venta de las divisas a su intermediario cambiario.

En Venezuela¹²:

Para el otorgamiento de las autorizaciones para la adquisición de divisas, la Comisión de Administración de Divisas (CADIVI), debe considerar que los valores y volúmenes de las importaciones se correspondan con los históricos registrados, para cada código arancelario, así como la certificación de insuficiencia o de no producción nacional.

⁹ PRODUCTOS DE COLOMBIA. Trámites de aduana [en línea].
<http://www.productosdecolombia.com/main/guia/Tramites_aduana.asp>

¹⁰ BANCO DE COMERCIO EXTERIOR. República Bolivariana de Venezuela, perfil del país [en línea].
<<http://www.mre.gov.ve/dipcom/perfilpais/perfilvzla.doc>>

¹¹ BIBLIOTECA LUIS ANGEL ARANGO. Guía para exportar [en línea].
<<http://www.lablaa.org/blaavirtual/economia/exportar/parte2-3.htm>> [citado en diciembre de 1999]

¹² CÁMARA DE INDUSTRIALES DEL ESTADO CARABOBO. Situación del Control de Cambio [en línea].
<http://www.ciec.org.ve/extranet/comanteriores.asp?id_var=63> [citado en 11 de marzo de 2003]

4.3.4 Aprobaciones para la importación de productos agropecuarios¹³

La importación de productos agropecuarios en Venezuela se encuentra sujeta a la aprobación previa de un Registro Sanitario, el cual es otorgado por el Ministerio de la Producción y el Comercio, a través del SASA¹⁴. Adicionalmente, cada exportación debe ser acompañada de un Certificado Sanitario del país de origen, el cual es expedido por el I.C.A., para el caso de los productos colombianos.

4.3.5 Etiquetado¹⁵

Se conoce con el nombre de "Información Nutricional", y son los datos contenidos en el recuadro que aparece en el rótulo de muchos productos alimenticios industrializados y que indica cuanto aporta el producto de energía y nutrientes. Para el caso de este proyecto, el bien a exportar se empaca en bolsas de polipropileno, en cantidades de 50 kilogramos, con información genérica del contenido.

4.3.6 Normatividad Fitosanitaria¹⁶

Venezuela implementa la norma internacional para medidas fitosanitarias ISPM - NIMF 15 desde diciembre de 2005. Es decir, que los exportadores colombianos, deben conseguir la autorización ISPM -NIMF 15. En Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca.

¹³ PROEXPORT COLOMBIA. Guía para exportar a Venezuela [en línea]. <http://data5.blog.de/media/878/2880878_70dd60f5b3_d.pdf> [citado en septiembre de 2006]

¹⁴ Servicio Autónomo de Seguridad Agropecuaria

¹⁵ PROEXPORT COLOMBIA, Op. Cit.

¹⁶ Ibid.

5. METODOLOGÍA

5.1 REVISIÓN SISTEMÁTICA DEL TEMA

Se ha considerado importante la ayuda de los valiosos aportes que puedan hacer a este estudio, personas que están directamente relacionadas con el tema de certificaciones y exportaciones, y es por esto que acudimos a la consulta constante de funcionarios del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, de la DIAN, así como de asesores profesionales que conocen toda la minucia del proceso de certificación, quienes nos han expresado su colaboración incondicional para que el resultado de esta idea sea lo más objetivo posible para el éxito de la misma.

5.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio que se llevará a cabo para la realización de este proyecto es de carácter cuantitativo, tipo descriptivo analítico.

5.3 POBLACIÓN OBJETIVO

La población de Venezuela es bastante singular en la región, por un lado, se trata del país que más ha crecido en las últimas cuatro décadas, llegando a cuadruplicar su población (sobre la base de un discreto crecimiento natural y de un poderoso movimiento inmigratorio que duró hasta los años 90), y por el otro es uno de los países caribeños que más ha avanzado en su transición demográfica – en el sentido de pasar de tener una población principalmente joven y de crecimiento rápido a poseer otra relativamente envejecida y de bajo crecimiento¹⁷.

¹⁷ INE Instituto Nacional de Estadística de Venezuela

Participación en Organismos Internacionales

Venezuela es miembro de las Naciones Unidas (ONU), miembro fundador de la O.E.A., del Banco Mundial (BM), del Fondo Monetario Internacional (FMI), del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), de la Corporación Andina de Fomento (CAF), de la Organización de Países Productores de Petróleo (OPEP), del MERCOSUR, de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), etc.

6.3 INFRAESTRUCTURA VIAL

6.3.1 Vías de acceso

Las principales características de las condiciones de acceso físico desde Colombia hacia Venezuela, en términos de los diferentes modos de transporte, y en algunos casos frecuencias, tiempos de tránsito, capacidad y otros aspectos importantes de logística en el mercado de destino, se presentan a continuación.

6.3.1.1 Acceso marítimo

Venezuela es uno de los centros portuarios más importantes de América, dada su condición geográfica y las características de sus costas. Cuenta con aproximadamente cincuenta puertos de diferentes especialidades y categorías, los principales son: La Guaira, Puerto Cabello, Maracaibo, Guanta y el Guamache, a donde llegan altos volúmenes de carga y tráfico proveniente de los Cinco Continentes.

Es el país latinoamericano que cuenta con el mayor desarrollo de transporte fluvial, a través de la implementación de hidrovías navegables de gran envergadura. La del Orinoco se extiende por 1.191 Km. desde Boca de los Navíos hasta Puerto Ayacucho, donde se une con el Río Apure que es navegable hasta por 660 Km. y el Río Portuguesa que se puede navegar hasta por 250 Km.

Puerto Cabello, ubicado en el Estado de Carabobo al norte de Venezuela; es el puerto más importante por manejo de carga; debido a su posición geográfica le permite tener acceso directo y rápido con las regiones industriales en el centro y occidente del país. Cuenta con 6 terminales en total. Dentro de las facilidades que ofrece el puerto están los silos para el almacenaje de granos con capacidad de 25.000 toneladas, posee además 60 hectáreas para el manejo de contenedores.

El Puerto de la Guaira se encuentra ubicado a 35 Km. de Caracas y a 12 Km. del principal aeropuerto internacional del país, lo que facilita el movimiento de carga de modo multimodal. Así mismo, cuenta con un área de almacenamiento cubierta de 136.721 mts², y 8 celdas con capacidad para almacenar 13.092 toneladas métricas de granos.

El Puerto de Guanta, se localiza en el estado de Anzoátegui al nororiente de Venezuela, cuenta con conexión a la red de carreteras nacionales; en cuanto a

capacidad total de almacenaje, dispone de 93.065 m³ en áreas techadas y 169.120 m² para contenedor.

Desde la Costa Atlántica colombiana, se cuenta con una amplia oferta de transporte marítimo con por lo menos dos zarpes semanales directos. Actualmente más de 8 navieras ofrecen servicio, con tiempos de tránsito que oscilan entre 3 y 6 días.

Las posibilidades de exportaciones marítimas desde Buenaventura, se circunscriben a tres (3) servicios, dos de ellos realizan trasbordo en Panamá y Bahamas con frecuencia de zarpe semanal y tiempos de viaje que fluctúan entre 9 y 10 días.

Para conocer detalles sobre servicios marítimos de exportación desde Colombia se puede consultar: Oferta Servicios de Transporte Marítimo, allí hay información sobre navieras, rutas, frecuencias de zarpe y tiempos de tránsito, entre otros. Para referencia en cuanto a tarifas: Tarifas de Transporte Marítimo.

6.3.1.2 Acceso aéreo

Venezuela posee una infraestructura aeroportuaria compuesta por 390 aeropuertos y pistas de aterrizaje, entre los cuales se encuentran 12 aeropuertos internacionales: Maiquetía, Maracaibo, Porlamar, Barcelona, Maturín, Barquisimeto, Valencia, Santo Domingo, San Antonio del Táchira, Las Piedras y Ciudad Guayana.

El aeropuerto más importante de Venezuela en cuanto a volumen de tráfico y rutas, es el Aeropuerto Internacional Simón Bolívar en Maiquetía, que constituye el punto de conexión para la mayoría de vuelos internacionales, Colombia no es la excepción, ya que un gran porcentaje de los servicios aéreos hacia Europa hacen conexión en este aeropuerto. Ha pasado por una serie de renovaciones tanto para las terminales de pasajeros como la de transporte de carga, con el fin de mejorar los servicios que el aeropuerto presta a empresarios, transportistas y pasajeros.

Es considerado como uno de los aeropuertos más importantes de Suramérica, puesto que cuenta con dos terminales, uno para rutas nacionales y otro para rutas internacionales, manejando un total de 8.357.446 pasajeros para 2007.

La oferta de servicios aéreos desde Colombia hacia Venezuela se concentra principalmente a vuelos desde Bogotá, Cali y Medellín, hacia las ciudades de Caracas, Maracaibo y Valencia directos y vuelos con conexiones en Miami y Lima.

6.3.1.3 Acceso Terrestre

Venezuela posee una infraestructura desarrollada, compuesta por una red de carreteras de 96.155 km., de los cuales 32,308 km están pavimentados. El acceso terrestre a Venezuela desde Colombia se realiza por la Carretera Panamericana, a través de las vías Cúcuta- Villa del Rosario y San Antonio de Táchira- Ureña, siendo este un punto del Sistema Andino de Carreteras articulado en dos puentes internacionales: el Simón Bolívar y el Francisco de Paula Santander, con los que se consolida un anillo vial y un importante paso de carga entre los dos países.

La densidad de autopistas es alta en el área centro-norte, del Distrito Capital y en los estados de Vargas, Miranda, Aragua y Carabobo; éstas se prolongan en un extenso sistema de autopistas hacia el interior del país, conectando los mayores centros urbanos con las áreas rurales más lejanas.

Al amparo de lo establecido por la decisión 399 de la Comunidad Andina de Naciones, los vehículos colombianos habilitados y con los respectivos permisos de operación por las autoridades competentes, están facultados para efectuar el traslado de carga de exportación, bien sea en forma directa, con trasbordo o cambio de cabezote.

Para más detalle, sobre la oferta actual, desde Colombia hacia Venezuela de empresas de Transporte Terrestre Internacional habilitadas el interesado puede consultar el Directorio de Empresas Terrestres con Servicio Internacional de Carga. Allí encontrará información sobre empresas con Certificado de Idoneidad (C.I.) y Permiso de Prestación de Servicios, ente otros.

El transporte terrestre de mercancías de exportación hacia Venezuela presenta diferentes modalidades de contratación de fletes, los cuales dependen de: origen y destino, tipo de mercancía, tarifas por tonelada, cupo camión completo, (contenedor), tarifas por peso/volumen, (dependiendo de la naturaleza de la mercancía) y tarifas por volúmenes grandes o especiales.

La red ferroviaria está compuesta por cuatro sistemas ferroviarios: Central, Centro-Occidental, Centro-Sur, Este-Oeste, en los que hay aun varios tramos en proyecto. Los tramos más importantes son 682 Km de la línea de Puerto Cabello a Barquisimeto, el tramo Yaritagua - Acarigua, y Guarenas-Guatire-Caracas.

6.4 DIVISIÓN POLÍTICO ADMINISTRATIVO DE LA REGIÓN

División Territorial:

Venezuela es una República compuesta por 23 Estados, un Distrito Capital (Caracas) y las Dependencias Federales conformadas por 72 Islas en el Mar Caribe.

Organización del Poder Público Nacional:

El Gobierno Nacional está compuesto por cinco (5) poderes independientes:

El Legislativo:

La Asamblea Nacional estará integrada por diputados y diputadas elegidos o elegidas en cada entidad federal por votación universal, directa, personalizada y secreta con representación proporcional, según una base poblacional del uno coma uno por ciento (1,1%) de la población total del país.

El Ejecutivo:

El Poder Ejecutivo se ejerce por el Presidente o Presidenta de la República, el Vicepresidente Ejecutivo o Vicepresidenta Ejecutiva, los Ministros o Ministras y demás funcionarios o funcionarias que determinen la Constitución y la ley.

El Judicial:

El sistema de justicia está constituido por el Tribunal Supremo de Justicia, los demás tribunales que determine la ley, el Ministerio Público, la Defensoría Pública, los órganos de investigación penal, los o las auxiliares y funcionarios o funcionarias de justicia, el sistema penitenciario, los medios alternativos de justicia, los ciudadanos que participan en la administración de justicia conforme a la ley y los abogados autorizados para el ejercicio.

El Ciudadano:

El Poder Ciudadano se ejerce por el Consejo Moral Republicano integrado por el Defensor o Defensora del Pueblo, el Fiscal o Fiscal General y el Contralor o Contralora General de la República.

El Electoral:

El Poder Electoral se ejerce por el Consejo Nacional Electoral como ente rector y, como organismos subordinados a éste la Junta Electoral Nacional, la Comisión de Registro Civil y Electoral y la Comisión de Participación Política y Financiamiento, con la organización y el funcionamiento que establezca la ley orgánica respectiva.

Jefe de Gobierno:

Presidente: Hugo Chávez Frías

El período presidencial es de seis años. El Presidente o Presidenta de la República puede ser reelegido, de inmediato y por una sola vez, para un período adicional.

6.5 DATOS GENERALES E INDICADORES SOCIOECONÓMICOS

6.5.1 Indicadores Socioeconómicos¹⁹

Tabla 1: Indicadores Socioeconómicos

Indicador socioeconómico	2008
Población (millones de habitantes)	28.9
Producto Interno Bruto - PIB (miles de millones de dólares)	172
Crecimiento del PIB	4,8
PIB PER-CÁPITA (dólares)	5.951
Deuda externa pública (millones de dólares)	56.198
Déficit fiscal	1,9% del PIB
Reservas internacionales: (millones de dólares)	38.695
Exportaciones de bienes y servicios: (millones de dólares)	94.064
Importaciones de bienes y servicios (millones de dólares)	46.827
Índice inflacionario:	32,7%
Porcentaje de la población en la pobreza (2007).	28,5%
Tasa de desempleo abierto.	8,5%
Esperanza de vida al nacer (años).	74.3

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA

6.5.2 Balanza comercial colombo venezolana

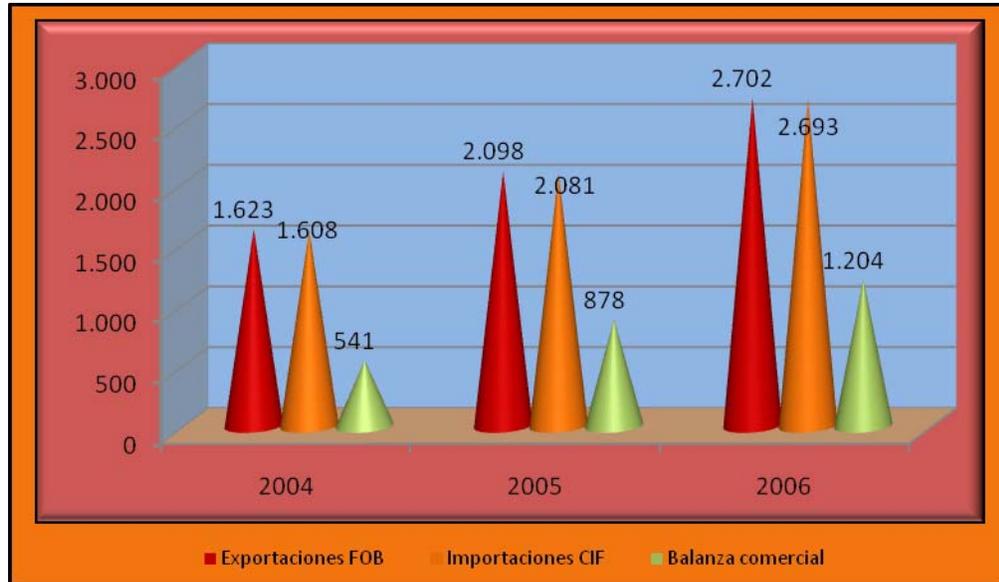
La Balanza Comercial de Colombia con Venezuela ha sido favorable para Colombia a partir de 1999, registrando para el 2006 un superávit de USD 1.263 millones, dado que en el año se alcanzó un valor exportado de USD 2.701 millones, 29% superior al valor alcanzado en el 2005 que fue de USD 2.097 millones.

¹⁹ PROEXPORT COLOMBIA. Información general de países [en línea]. <http://www.proexport.com.co/SIICExterno/IntelExport/Pais/Indicadores.aspx?Tipo=Bienes&Menu=IntelExport&seleccion=Indicadores_SocioEconomicos&Header=IntelExport>.

De acuerdo a la información publicada por el DANE, entre enero y septiembre de 2007, las exportaciones a Venezuela se incrementaron el 76% pasando de USD 1.835 millones a USD 3.232 millones.

Durante el periodo enero-febrero 2008 se registró un superávit con Venezuela de US\$732,8 millones de dólares FOB, así mismo, en el mismo periodo del año 2007 se registró un superávit de US\$299,1 millones de dólares FOB.

Gráfica 2: Balanza comercial Colombo Venezolana US\$ millones



Fuente: DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

El 36% de las principales exportaciones colombianas, representan solamente el 10% del total de las importaciones venezolanas.

6.5.3 Exportaciones e Importaciones de Venezuela

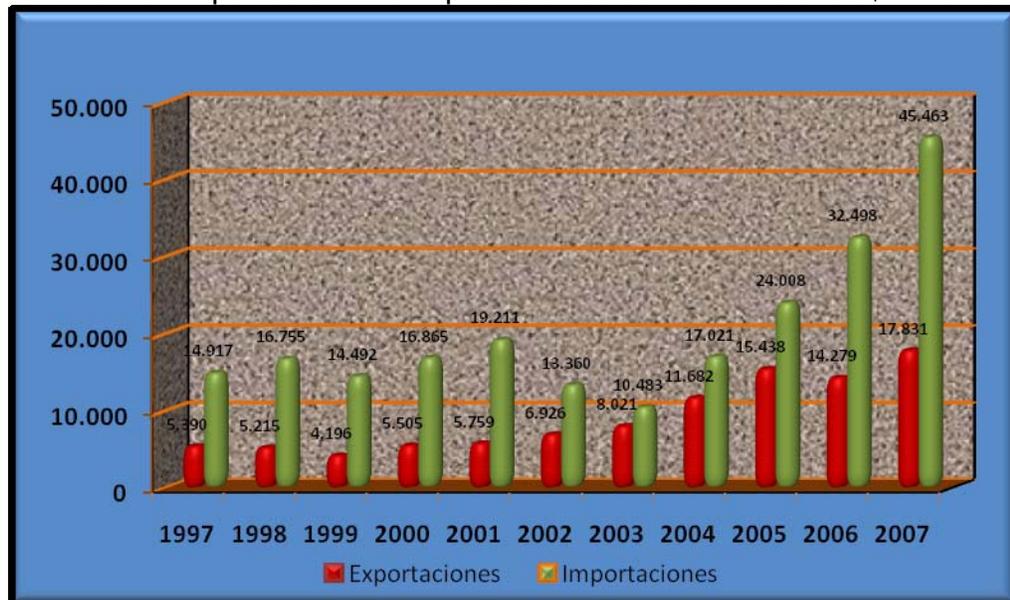
Para finales de 2008 la cifra por concepto de las importaciones podría estar por el orden de 60 mil millones de dólares aproximadamente. En 1998, cuando fue electo Hugo Chávez Frías como Presidente de la República, el orden de las importaciones era de unos 10 mil millones de dólares, siendo un aumento paulatino de por lo menos seis veces.

Según el INEI, en julio de 2007 las Exportaciones FOB en valores reales descendieron en 0,9%, mientras que las Importaciones FOB crecieron 48,2% en comparación a julio del 2006. En términos nominales, el valor de las exportaciones y las importaciones experimentaron un comportamiento positivo al incrementarse en 9,4% y 50,9%, respectivamente. Los precios FOB de las exportaciones e

importaciones en dicho mes registraron un crecimiento de 10,5% y 1,9%, respectivamente.

Los productos exportables cuyos precios experimentaron mayor incremento fueron los mineros, mientras que entre los bienes importados que mayor alza registraron figuran los productos agrícolas y agroindustriales, tales como el café, trigo, maíz duro, harina y aceite de soya.

Gráfica 3: Exportaciones e importaciones de Venezuela US\$ Millones



Fuente: DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

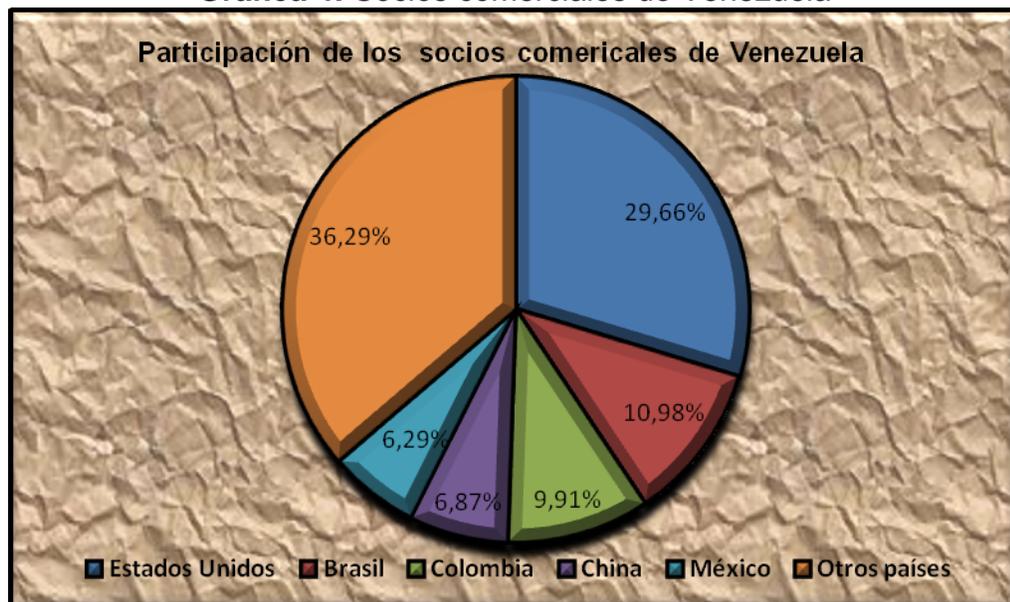
Los principales productos de importación de Venezuela son automóviles y camiones, teléfonos, medicamentos y televisores.

Las compras venezolanas están altamente diversificadas, solamente 6 ítems arancelarios tienen una participación superior al 1% con respecto al total.

6.5.4 Principales socios comerciales

Los principales socios comerciales de Venezuela son Estados Unidos, Colombia, México y Brasil. Sus principales bienes de exportación son metales, minerales y químicos, mientras que el grueso de las importaciones son productos eléctricos, químicos, transporte y alimentos.

Gráfica 4: Socios comerciales de Venezuela



Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA

6.5.5 Acuerdos comerciales

Tradicionalmente, Venezuela ha sido muy activa en materia de integración y comercio exterior. Pertenece a la Comunidad Andina (CAN), el Mercado Común del Sur (Mercosur), la Asociación de Estados del Caribe (AEC) y la Asociación Latinoamericana de Integración (Aladi); adicionalmente, ha suscrito acuerdos de libre comercio con México y Colombia (G-3) y Chile.

G-3

El Tratado del Grupo de los Tres (G-3), integrado por México, Colombia y Venezuela, se firmó En junio de 1994 y entró en vigor el 1 de enero de 1995. El Tratado busca un acceso amplio y seguro a los respectivos mercados, a través de la eliminación gradual de aranceles, reconociendo los sectores sensibles de cada país.

Con el Tratado del G-3 se formó una zona de libre comercio entre México, Colombia y Venezuela de 145 millones de habitantes y representa oportunidades para aumentar y diversificar las exportaciones, producción, generar empleos productivos, bien remunerados, economías de escala vía alianzas comerciales, de inversión, mayor competitividad, crecimiento que se traducen en un mayor bienestar.

ALADI - Asociación Latinoamericana de Integración

La Asociación Latinoamericana de Integración - ALADI se creó mediante el Tratado de Montevideo 1980, que reemplazó al de 1960, que había dado origen a la antigua ALALC.

La ALADI está conformada por Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay, Perú, México, Uruguay y Venezuela.

Los principios de la integración latinoamericana en la ALADI son los de pluralismo, convergencia, flexibilidad y tratamiento diferenciado según el nivel de desarrollo relativo.

Los instrumentos de la integración en la ALADI son los Acuerdos de Alcance Parcial, los Acuerdos de Complementación Económica y los Acuerdos Regionales. Entre los Acuerdos Regionales se cuenta la Preferencia Arancelaria Regional (PAR).

CAN – Mercosur

El Mercosur ofrece a Colombia un mercado potencial de 216 millones de habitantes, con un Producto Interno Bruto cercano a los 569 mil millones de dólares, lo cual le permite una demanda por productos importados cercana a los US \$74.000 millones y unas exportaciones cercanas a los US \$100.000 millones durante los últimos años.

El Acuerdo de Complementación Económica No. 59 CAN - Mercosur crea para Colombia oportunidades de exportación en sectores importantes de la economía y permite al país importar bienes de capital y materias primas e insumos a menores costos, generando incrementos de competitividad de la producción nacional.

Este Acuerdo tiene como objetivo la conformación de un área de libre comercio de bienes, agrícolas e industriales, la cual se establece a través de un Programa de Liberación Comercial aplicable a los productos originarios de los territorios de las Partes Signatarias. Dicho Programa consiste en desgravaciones progresivas y automáticas, aplicables sobre los aranceles vigentes para la importación de terceros países en cada parte signataria.

6.5.6 Cultura de Negocios

Consejos sobre la cultura de negocios en Venezuela.

1. La forma extrovertida del empresario venezolano, facilita iniciar la relación comercial.
2. El empresario venezolano evita a toda costa la formalidad en el trato.

3. La puntualidad no juega un papel importante en el inicio de la relación comercial.
4. Las expectativas de negocios deben definirse claramente desde el principio, el empresario venezolano aspira grandes expectativas sin elementos.
5. Los acuerdos comerciales se formalizan a través de un contrato legalmente constituido.
6. Existen elementos de menor importancia que durante la negociación comercial el empresario venezolano formaliza de palabra.
7. El empresario venezolano hace negocios en un marco de amistad y confianza.
8. El empresario venezolano no está acostumbrado a trabajar bajo estrictas reglas.
9. El empresario venezolano valora el esfuerzo para generar la relación comercial.
10. El empresario venezolano está acostumbrado a no modificar sus periodos vacacionales.

7. ESTUDIO DE MERCADO

7.1 IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE MERCADO

En enero de 2008, los consumidores en Venezuela, no conseguían leche, maíz, arroz, caraotas o azúcar. Durante ese mes, el Banco Central de Venezuela (BCV) calculó en 24,7% el índice de escasez en el Área Metropolitana de Caracas, una cifra sólo superada por el 26,7% de escasez registrada en febrero de 2003, y que había iniciado en diciembre de 2002²⁰.

A pesar de las graves fallas de abastecimiento de alimentos que el propio Gobierno constató a principios de 2008, el Presidente y los ministros denunciaron "campañas mediáticas" y presuntos intentos de desestabilización de factores políticos y económicos.

En febrero de 2008, denunció una escasez de 20,7%. Más atrás en el tiempo, en marzo de 2007, el BCV midió en 15,6% la escasez de los bienes y en los estantes se detectaba escasez de huevos, pollo, queso, aceite, atún, sardinas y maíz.

Las colas de hasta seis horas y los recorridos por cuatro o cinco supermercados para hallar alimentos clave, son un costo adicional que los venezolanos han debido pagar por los alimentos en los últimos seis años.

En el marco de los controles de precios y del tipo de cambio vigentes desde febrero del año 2003, se han sucedido ciclos de desabastecimiento de los alimentos de la dieta básica del venezolano.

Los principales problemas de suministro se reportaron en diferentes temporadas; entre otros, la caída en la oferta de maíz durante el último trimestre de 2007 y todo el 2008.

También se ha detectado escasez casi permanente en alimentos como lentejas, caraotas o sardinas; y dificultades de suministro en productos como salsa de tomate, margarina, aceites comestibles y papel higiénico.

En ese trecho los supermercados han reportado reducción de los despachos hasta de 50% en los rubros de la canasta alimentaria.

La suficiencia y disponibilidad de alimentos que pregona constantemente el Gobierno no la percibe los consumidores.

²⁰ MINUTO 59. Escasez más alta desde el 2003 [en línea]. < <http://www.minuto59.com/economia/escasez-mas-alta-desde-el-2003/>> [citado en 30 de enero de 2009]

Es por esto que C.I. Badillo & Guerrero E.U. de Colombia, quiere expandir su mercado de productos alimenticios a Venezuela, ya que con su participación en la exportación de maíz a este país, puede contribuir a solucionar la deficiencia de alimentos que padece, conllevando de paso su posicionamiento en dicho mercado, lo que redundará en la rentabilidad de la empresa.

Si bien es cierto que Colombia no es una potencia en la producción de maíz, incursionar en el mercado venezolano, se convierte en una razón más para que los agricultores se motiven a destinar buena parte de sus tierras y de sus esfuerzos a este cultivo.

Colombia ha venido incrementando la producción de maíz de una manera sostenida, lo que augura una mejora en la oferta que se le puede estar haciendo a Venezuela para que supla su necesidad de este cereal.

C.I. Badillo & Guerrero E.U. ha contactado a proveedores serios que le garantizan la disponibilidad del cereal, y quienes cuentan con suficiente experiencia en la comercialización interna de cereales.

La siguiente gráfica, muestra la forma cómo ha crecido Colombia su producción de maíz, si bien no de una forma vertiginosa, si se puede observar la manera sostenida de dicha producción y su incremento.

Gráfica 5: Producción de maíz en Colombia 1999-2008



Fuente: AGROCADENAS 2008

7.2 POBLACIÓN BENEFICIADA

La población beneficiada con este proyecto de exportación de alimentos hacia Venezuela, es la que conforma dicho país, ya sean personas naturales o nacionalizadas, habitantes permanentes o de paso por esa nación.

Para el año 2008, Venezuela tiene una población real de 28.370.406 habitantes, distribuidos en las zonas urbanas y rurales, incluidos hombres y mujeres de todas las edades, clases sociales, etnias, niveles académicos, religiones y pensamiento político.

7.3 CRECIMIENTO PROYECTADO DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA

La población de Venezuela, estimada hasta el año 2023, se puede proyectar teniendo en cuenta que el índice de crecimiento es del 2,2% anual, previo cálculo de los índices de natalidad, mortalidad, inmigración y emigración.

El comportamiento de dicha proyección se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 2: Proyección de la población venezolana hasta 2023

Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Población	28.370.406	28.994.555	29.632.435	30.284.349	30.950.605	31.631.518	32.327.411	33.038.615	33.765.464	34.508.304	35.267.487	36.043.372	36.836.326	37.646.725	38.474.953	39.321.402

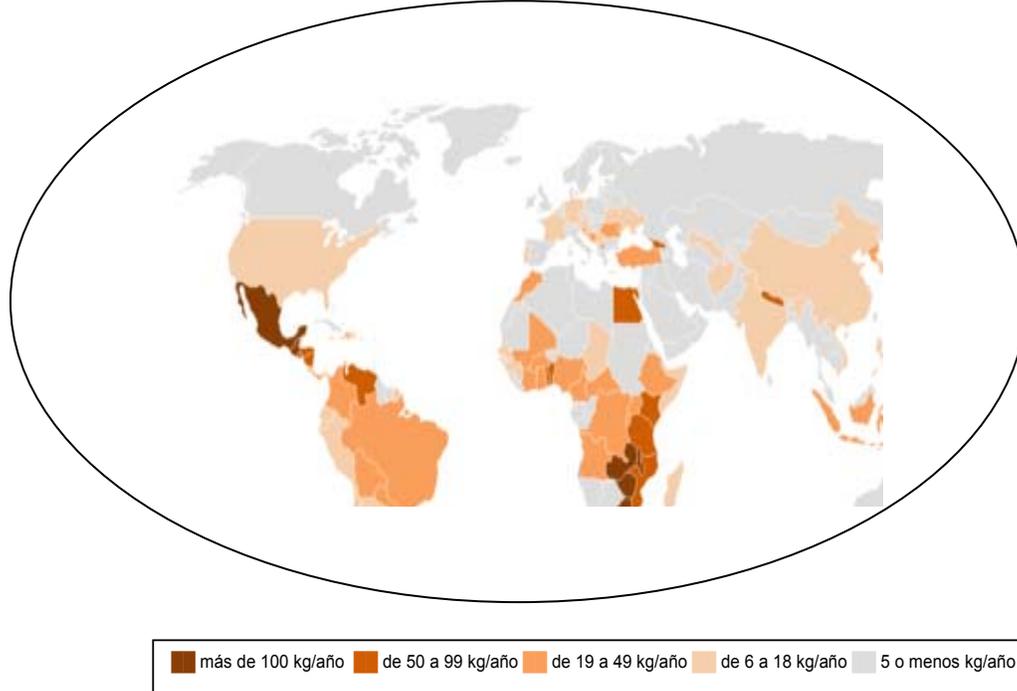
Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA

7.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL Y PROYECTADA

Las ganas de comer corren más rápido que los cultivos. En la década de los noventa, cuando el petróleo era barato y nadie sabía de biocombustibles, la demanda de maíz subió 1,2% interanual, pero en los últimos años de dicha década, la rata pasó a 1,4%, y en la presente década se calcula que la demanda para consumo alcanzará un crecimiento del 1,9%.

En el mapa inferior se muestra la tasa de consumo de maíz per cápita a nivel mundial. Como se ve en el mapa México, Guatemala, El Salvador, y los países del Sur de África, encabezan la lista de los principales consumidores de maíz.

Gráfica 6: Tasa de consumo per cápita de maíz en el mundo



Fuente: FAO 2007

Venezuela es un país con un consumo per cápita de entre 50 y 99 kilogramos al año. Tomando un promedio de 75 kilogramos al año por habitante, podemos calcular el consumo proyectado, de acuerdo a la proyección de crecimiento de población, así:

Tabla 3: Demanda proyectada de maíz en Venezuela

Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Población	28.370.406	28.994.555	29.632.435	30.284.349	30.950.605	31.631.518	32.327.411	33.038.615	33.765.464	34.508.304	35.267.487	36.043.372	36.836.326	37.646.725	38.474.953	39.321.402
Consumo Tm/año	2.127.780,47	2.174.591,65	2.222.432,66	2.271.326,18	2.321.295,36	2.372.363,85	2.424.555,86	2.477.896,09	2.532.409,80	2.588.122,82	2.645.061,52	2.703.252,87	2.762.724,44	2.823.504,37	2.885.621,47	2.949.105,14

Fuente: PROPIA

7.5 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Hablar actualmente sobre lealtad de marca en Venezuela es difícil y la apreciación sería subjetiva, en razón de los continuos, drásticos y dramáticos cambios del comportamiento del consumidor venezolano que han debilitado o fortalecido su relación y preferencia por ciertas marcas o grupos de estas, según las circunstancias.

Dentro de los factores más influyentes de estos cambios y preferencias, se encuentra la vulnerabilidad del poder adquisitivo y el aprovechamiento de esta oportunidad por parte de marcas emergentes y de algunas líderes.

Se puede afirmar, con absoluta certeza, que el consumidor venezolano ha evolucionado, que es más selectivo y que está mejor informado. Estirar un presupuesto y administrar con rigidez, produjo un consumidor más agudo, más cauteloso, más organizado a la hora de comprar, menos impulsivo y más racional. Esto ha influenciado también, a que pruebe y cambie de marcas de valor. La conciencia, las condiciones objetivas del ingreso, el lugar de compra y la razón de compra, están cambiando de manera relevante.

Las razones económicas son la principal razón de rechazo de un establecimiento: los precios son caros, o no hay ofertas; seguido por la comodidad (el lugar es incómodo; no es espacioso; no se compra con tranquilidad; es de difícil acceso; el horario no es cómodo); y la atención (mal servicio, personal descortés, se hacen largas colas).

En consecuencia, los esfuerzos de mercadeo deben ir orientados en las decisiones de compra, que se sustenten en percepciones; por ende, se debe generar una buena imagen, cultivar experiencias y emociones agradables en el consumo, que garanticen la recompra y lealtad.

En este sentido, en Venezuela es necesario trabajar en el posicionamiento de marcas, y alrededor de este propósito estará encaminado el trabajo de mercadeo de C.I. Badillo & Guerrero E.U. para lograr ocupar espacios, que en la línea de maíz con valor agregado se puede decir no están ocupados.

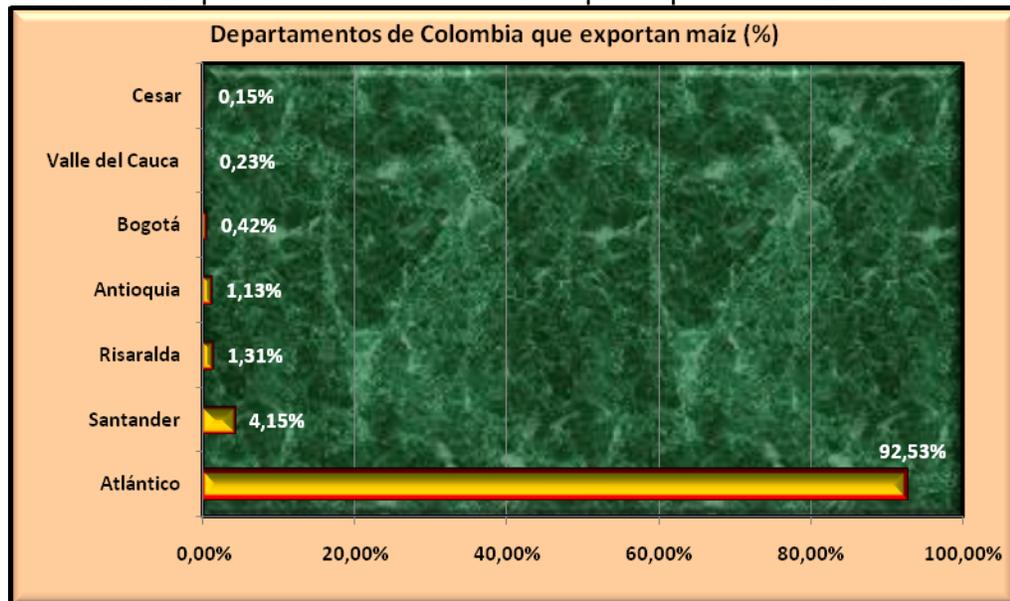
7.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA NACIONAL E INTERNACIONAL

Mientras la demanda internacional de alimentos se incrementa y los granjeros en todo el mundo parecen incapaces de responder para bajar los precios, la seguridad alimentaria de Venezuela se ve amenazada por la dependencia en las importaciones.

El fenómeno mundial de aumento de la demanda no preocuparía a los expertos, si al menos los productores respondieran con mayor rapidez.

La oferta de maíz colombiano para exportar, por parte de empresas colombianas, está repartida entre los departamentos de la siguiente manera:

Gráfica 7: Departamentos de Colombia que exportan maíz a Venezuela



Fuente: PROEXPORT 2008

El departamento que más exporta maíz a Venezuela es Atlántico, con una participación del 92,53% del mercado y tres empresas exportadoras, con segundo lugar de Santander con apenas el 4,15% y tan sólo un exportador.

La producción mundial de maíz alcanzó los 880 millones de toneladas en el año 2001. Comparando con los 570 millones de toneladas de trigo o los 400 millones de arroz, se comprende la importancia básica a nivel mundial del maíz, no sólo económicamente sino a todos los niveles.

Estados Unidos es el mayor productor con cerca del 45% de la producción total mundial.

Los países que más exportan maíz a Venezuela son: Estados Unidos, Argentina, Perú, Brasil y Líbano. Colombia no figura dentro de este pool de países, no porque no le venda maíz a Venezuela sino porque no es representativa su participación en el mercado. Perú, Brasil y Líbano, figuran en la lista de participantes pero con una discretísima participación y su porcentaje no es tenido en cuenta a la hora de hacer cuentas.

7.7 BARRERAS DE ENTRADA

En estos momentos, Venezuela no cuenta con producción a gran escala de maíz; esto deja ver que en la medida en que se consigan contactos comerciales que propongan grandes volúmenes de compra del cereal, se obtendrá un mejor ingreso.

Lo anterior coadyuvará a diluir los costos fijos que se presentan en la intermediación aduanera, a una mayor rentabilidad para la empresa y por ende un mayor poder de negociación dentro de su mercado objetivo.

C.I. Badillo & Guerrero E.U. de Colombia, ofrecerá al mercado venezolano no solamente el maíz, sino que quedará dispuesta para ofrecer otros cereales que Venezuela u otros países requieran.

C.I. Badillo & Guerrero E.U. de Colombia, es una empresa constituida, con el capital económico significativo, más del suficiente y necesarios para respaldar los negocios que realizará tanto con los proveedores como con los clientes, lo que la hace competitiva en su labor comercial.

Para desplazar el maíz en hojuela hasta los consumidores, C.I. Badillo & Guerrero E.U. de Colombia, cuenta con una agencia ubicada en San Cristóbal, Venezuela, que se encargará de contactar a las empresas grandes como son las cadenas de supermercado y comercializadoras grandes nacionales, entre otros, para iniciar la cadena de distribución del producto. De allí, el producto pasará a ser ofrecido en pequeños negocios de cada una de las poblaciones.

Estas circunstancias, merman los riesgos que se pueden estar corriendo al entrar al mercado de Venezuela como ofertante de productos alimenticios, y que sin duda, de no ser así, podrían constituirse en barreras bastante difíciles de superar para ingresar a ese mercado. Por lo tanto, se debe aprovechar la capacidad que las empresas comercializadoras internacionales colombianas, y muy puntualmente C.I. Badillo & Guerrero E.U. de Cúcuta, tienen para proponerse como abastecedor de Venezuela.

Sin embargo, debemos reconocer las dificultades de carácter legal existentes. En Venezuela hay un control de divisas desde el año 2003, cuando ese país registró una fuerte salida de dólares, una caída en las reservas internacionales y una baja en las recaudaciones fiscales.

Ante esta situación se creó en febrero del 2003 la Comisión de Administración de Divisas (Cadivi). Una de las principales críticas a este sistema es el retraso que ocasiona a las empresas que necesitan divisas para sus operaciones comerciales.

Las exportaciones a Venezuela, por parte del sector privado, enfrentan una serie de barreras burocráticas que hacen difícil la entrada a ese mercado. Se le suma el férreo control estatal del mercado de divisas y de precios, por ejemplo. El presidente Hugo Chávez aseveró el pasado 2 de febrero que mantendrá los controles de cambio y de precios. Un empresario debe recorrer un largo camino, de oficina en oficina, para obtener los permisos necesarios.

Las políticas proteccionistas del gobierno, dificultan cualquier pretensión de llevar un producto terminado.

7.8 TARIFAS²¹

Las importaciones en Venezuela cancelan los gravámenes establecidos que oscilan entre 0 y 20% (cumpliendo los lineamientos de CAN) sobre valor CIF, adicionalmente deben pagar una tasa aduanera del 1%, el impuesto al valor agregado (IVA) del 12%.

El intercambio comercial entre los países andinos está exento del pago de gravámenes arancelarios, excepto con Perú, con el cual se está adelantando un programa de desgravación arancelaria desde 1997, sin embargo, cada país aplica los impuestos internos que tiene establecidos. Los productos agrícolas, en Venezuela, están exentos del IVA.

7.9 POLÍTICA DE PRECIOS²²

Venezuela aplica el Sistema de Franjas de Precios del Pacto Andino, para establecer precio de venta de ciertos productos agrícolas (trigo incluyendo, los granos, arroz, cerdo, las aves de corral, las gárgolas, los aceites de mesa, las comidas de gárgola, y leche) desde abril de 1995.

El sistema de franja de precio se creó con la aparición del Pacto Andino, ahora Comunidad Andina, y actualmente sólo lo aplican Ecuador, Colombia y Venezuela.

La franja de precio consiste en imponer un determinado arancel a 10 productos de acuerdo con su precio de referencia mundial. Los ítems considerados dentro del sistema son el azúcar cruda y refinada, arroz (cáscara y pilado), maíz, soya, oleaginosas, carne de res y porcina, leche y pollo.

Las autoridades aduaneras han comenzado recientemente a solicitar el certificado venezolano de la conformidad de los estándares, COVENIN.

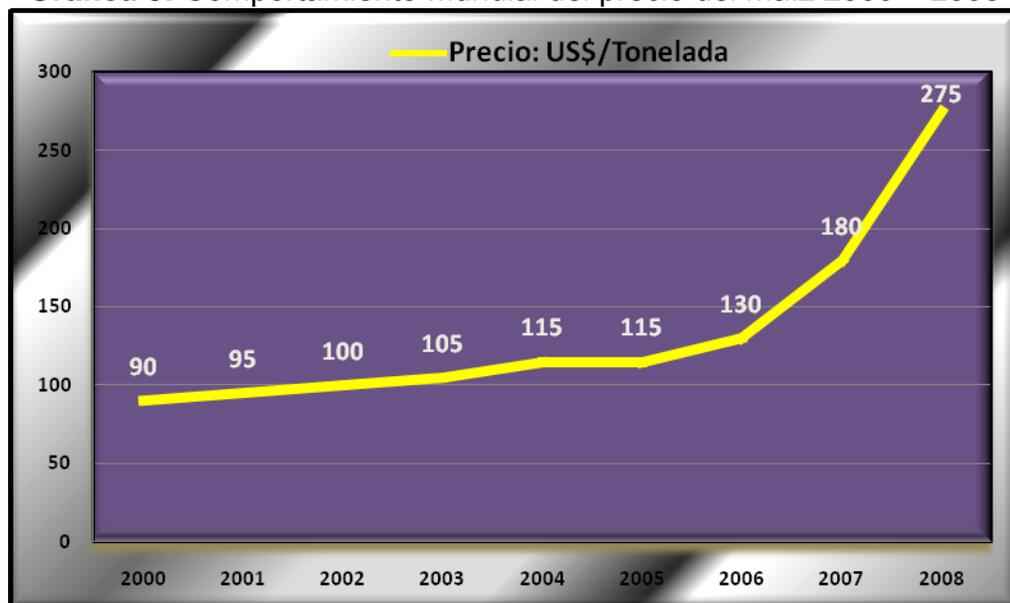
²¹ PROEXPORT COLOMBIA, Op. cit.

²² Ibid.

A los productos agrícolas se aplica el sistema de Bandas de Precios implementado en los países andinos. Existen las normas COVENIN de obligatorio cumplimiento, que alcanzan más de trescientas normas, por parte de productos nacionales e importados.

Los precios mundiales por tonelada de maíz, han evolucionado con un comportamiento normal entre los años 2000 y 2006, asumiendo una pendiente en los dos últimos años. La producción de biocombustible a partir de este cereal, se convirtió en un factor jalonador del precio, llevándolo a techos inalcanzables para la gente más pobre.

Gráfica 8: Comportamiento mundial del precio del maíz 2000 – 2008



Fuente: FAO-2007

7.10 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

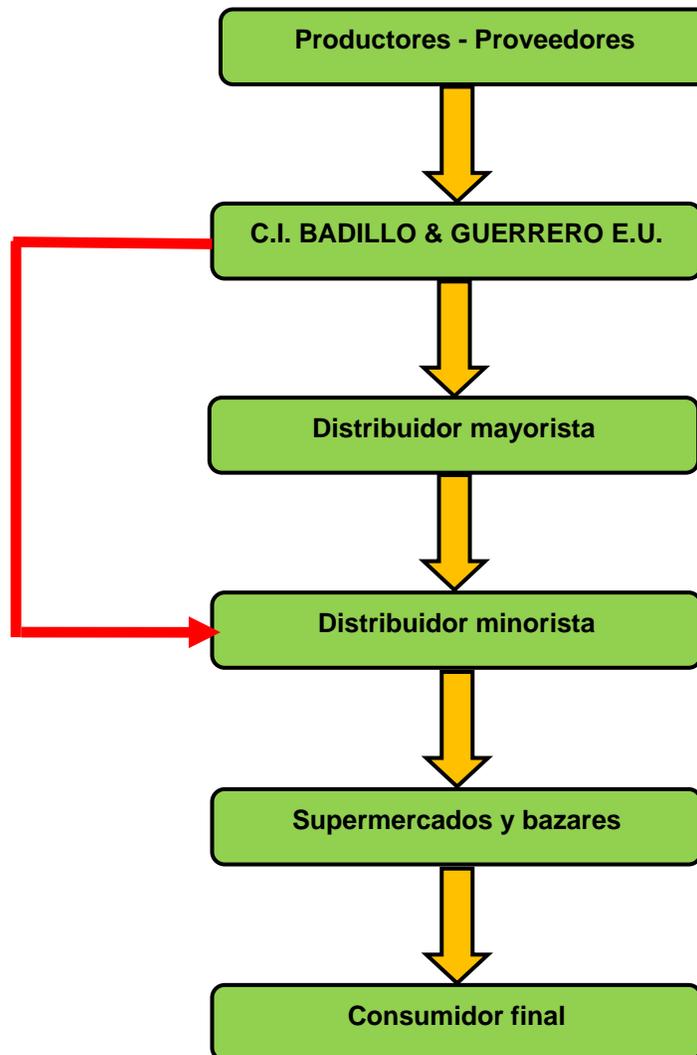
Gracias a que en Venezuela, la firma C.I. BADILLO & GUERRERO E.U., cuenta con una sede y la planta de personal que hasta ahora ha venido laborando y que es política de la empresa realizar los ajustes de personal una vez se identifican las necesidades del servicio, podemos estar realizando las actividades de distribución de nuestro producto de manera directa, evitando la manipulación de terceros.

Nuestros productores y proveedores están ubicados en los Departamentos de Santander y Norte de Santander preferencialmente, aunque la empresa está abierta a nuevas alternativas de provisión, en especial en el momento en que la operación del proyecto así lo obligue, es decir en la medida en que la demanda crezca, como esperamos que va a suceder.

Los autores de este trabajo, cuentan con la experiencia laboral en Venezuela, en cargos directivos en empresas comercializadoras de alimentos, y se encuentran en capacidad de tomar las decisiones más apropiadas para el proceso de posicionamiento del producto en ese país.

La estructura de comercialización es sencilla y se puede resumir en el siguiente esquema:

Gráfica 9: Estructura de comercialización C.I. BADILLO & GUERRERO E.U.



Fuente: PROPIA

8. ESTUDIO TÉCNICO

8.1 GENERALIDADES DE LA EMPRESA

Nombre de la sociedad

Sociedad de Comercialización Internacional Badillo & Guerrero E.U.

Sigla

C.I. BADILLO & GUERRERO E.U.

Actividad económica

Comercialización y venta de productos colombianos en el exterior, adquiridos en el mercado interno, o fabricados por productores socios de las mismas.

Reseña Histórica

La sociedad fue constituida el día 26 de junio del año 2008, a título de escritura pública, bajo la figura legal de Empresa Unipersonal (E.U.).

Inscrita ante la Cámara de Comercio de Cúcuta, el día 14 de julio del mismo año, previo cumplimiento de los requisitos exigidos para estos casos.

Objeto Social Principal

Efectuar operaciones de comercio exterior y particularmente, orientar sus actividades hacia la promoción y comercialización de productos colombianos en los mercados externos.

Misión

C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. es una sociedad creada con el propósito de satisfacer la necesidad de de alimentos en Colombia y otros países, por medio de las exportaciones e importaciones.

Visión

En el 2018 C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. será reconocida como la sociedad de mayor respaldo, credibilidad y poder de negociación bilateral entre Colombia y otros países; ubicada dentro de las primeras sociedades comercializadoras internacionales con los mejores promedios de exportación desde Norte de Santander, generando de esta manera riqueza y bienestar.

Valores

- Compromiso: Con nuestros clientes, quienes encontrarán en nuestra sociedad el respaldo y seguridad, y con la comunidad buscando alternativas de solución para atender su necesidad de alimento.
- Seriedad: En cada una de nuestras negociaciones.
- Respeto: Para con cada uno de nuestros clientes externos e internos, como es el caso de nuestros trabajadores, quienes constituyen la herramienta clave dentro del proceso de crecimiento y mantenimiento de la empresa.
- Armonía: Creando un ambiente de trabajo sano, basado en el bienestar continuo de cada uno de sus participantes, y trabajando en concordia con la naturaleza en cualquiera de los espacios donde la empresa realice sus negocios.

Locaciones, maquinarias y equipos

En Colombia, contamos con una oficina en calidad de arriendo, ubicada en la ciudad de Cúcuta, desde donde se manejan todas las gestiones correspondientes a la negociación tanto con proveedores como con clientes.

El local contará con los equipos de cómputo, incluidas impresoras, scanner y fotocopidora y, de comunicación necesarios para propiciar un trabajo eficiente y un ambiente de trabajo óptimo, que permita dar respuesta rápida, económica y funcional a cada uno de nuestros proveedores y clientes en Colombia y en el exterior.

En Venezuela, C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. cuenta con infraestructura física representada en una bodega con oficinas, en la que se realizarán las actividades de mejoramiento de la materia prima (maíz) y también se atenderán los negocios de comercialización tanto a nivel local como internacional. Dicha bodega cuenta con una capacidad de 50 toneladas de maíz ya sea en su condición original o mejorado.

En dicha bodega, se encuentra fijada la maquinaria de procesamiento para agregar valor al maíz, convirtiéndolo en hojuela de muy buena presentación, que llenará las expectativas alimenticias y fitosanitarias del mercado venezolano.

Cuenta esta oficina con equipos de cómputo y comunicación necesarios y adecuados para facilitar las diligencias propias del desempeño de la compañía.

Esta sede de C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. en Venezuela, será una entidad autónoma que nos comprará el maíz, y que lo procesará hasta obtener el producto terminado propuesto en este trabajo.

De esta manera, se asegura la exportación del maíz hacia Venezuela. El proceso posterior para agregar valor al maíz, se realiza en Venezuela, ya que hacerlo de esta manera facilita la aprobación de la exportación por parte de las autoridades venezolanas. Es importante dejar claro que la política proteccionista del gobierno venezolano, tiene la intención de elevar el PIB de ese país y para conseguirlo consideran ellos que los procesos de mejoramiento de las materia primas se realicen dentro de su territorio.

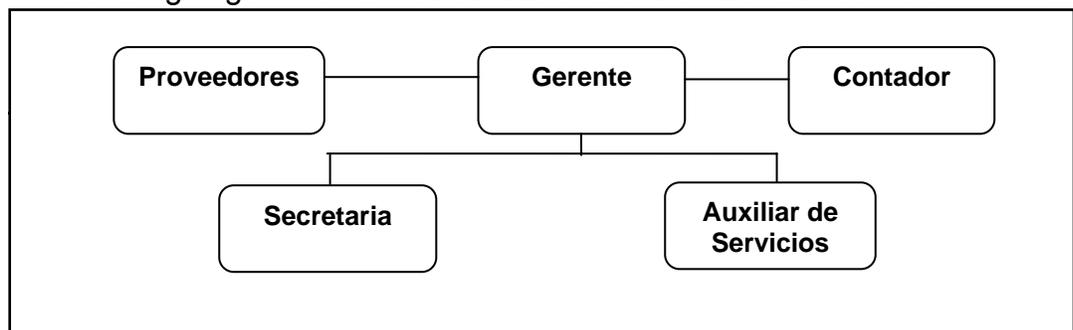
Recurso humano

Con respecto al personal de la C.I. BADILLO & GUERRERO E.U., este será conformado por un Gerente - propietario, único socio en Colombia, egresado de ingeniería industrial, dotado de conocimientos y experiencia en los negocios; experiencia que alcanzó por su desempeño en cargos administrativos desempeñados en las áreas de comercialización de grandes cadenas de mercados de Venezuela. Este hecho, augura la toma acertada de decisiones, para la penetración y sostenimiento de la sociedad en el mercado.

También se contratará a una secretaria que cumpla con el perfil del cargo establecido por la empresa para prestar apoyo y diligencia a cada una de las actividades necesarias por la sociedad.

Igualmente, se contratarán los servicios de una empleada multifuncional que realice labores de servicios varios, entre los cuales está la mensajería y aseo de la oficina, entre otras funciones.

Gráfica 10: Organigrama de C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. en Colombia



Fuente: PROPIA

8.2 PRODUCTO A EXPORTAR

C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. indagó, ante las instituciones vigentes establecidas por los dos Estados para gestiones concernientes a los procesos de importación y exportación de productos, así como ante las entidades de manejo estadístico de cada país, acerca de la demanda y consumo de cereales en Venezuela y el volumen de producción en Colombia.

Así mismo, contactó con las autoridades aduaneras de Colombia y Venezuela, acerca de los requisitos que se deben cumplir ante ambas naciones, para comercializar estos productos desde Colombia hacia Venezuela.

Dentro de la línea de los cereales, existen bienes detectados como más atractivos al momento de exportar desde Colombia a Venezuela. Este atractivo se identifica al buscar una propuesta que genere la efectiva combinación de una necesidad detectada en Venezuela y una oferta sostenible desde el mercado colombiano.

Cada bien, presentaba una combinación distinta entre capacidad de oferta y demanda, generada por variables como producción interna nacional, cadena productiva, capacidad de logística de exportación por parte de la empresa C.I. BADILLO & GUERRERO E.U., entrada al mercado venezolano, entre otras.

Una vez analizados los bienes mencionados, se escogió el maíz amarillo como producto piloto de la actividad exportadora, que con el tiempo se espera se extienda a otros productos y otros países.

8.2.1 DETALLES DEL PRODUCTO²³

8.2.1.1 Descripción general del producto

El maíz es un alimento muy energético y nutritivo, rico en vitamina A. El germen del grano de maíz contiene un aceite que no contiene colesterol. Los estilos que coronan las espigas fructíferas poseen acción diurética, sedante y calmante. Contiene ácido salicílico, además de vitamina K. Se le atribuye propiedades analgésicas, antihemorrágicas, hipercolesterolemiantes, diuréticas, hipoglucemiantes y sedantes. El valor energético se cifra en unas 96 calorías/100g.

²³ MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Acuerdo de competitividad de la cadena productiva de maíz amarillo, sorgo, soya, yuca, alimentos balanceados, avicultura y porcicultura.

Propiedades:

- Su alto contenido en hidratos de carbono de fácil digestión, lo convierten en un alimento ideal para los niños y los deportistas.
- Aconsejable en personas con deficiencia de Magnesio.
- Su harina es idónea cuando existen problemas de alergia o intolerancia al gluten.
- Las sedas o estigmas de maíz son utilizadas como infusiones diuréticas, excelentes en la hipertensión, en la retención de líquidos o cuando queremos aumentar la producción de orina como en las infecciones urinarias.
- Su aporte en fibra, favorece la digestión y reduce el colesterol.
- Nos ofrece el antioxidante Betacaroteno, muy recomendado en la prevención del cáncer.
- También nos ofrece vitaminas del grupo B, específicamente B1, B3 y B9, las cuales actúan ante el sistema nervioso.

Información nutricional

(Por cada 100 gr. de maíz)

- 123 Calorías.
- 4 gr de Proteínas.
- 25 gr de Hidratos de Carbono.
- 3 gr de Fibra.
- 2.5 gr de grasas polinsaturadas.
- 260 mg de Potasio.
- 240 mg de Betacaroteno.
- 38mg de Magnesio.

8.2.1.2 Descripción técnica del producto

Partida arancelaria

10.05.90.11.00

Nombre técnico

Maíz amarillo duro

Cadena productiva

Cadena productiva de maíz amarillo, sorgo, soya, yuca, alimentos balanceados, avicultura y porcicultura.

Eslabón de la cadena

Industrias de alimentos de consumo humano / Industrias de expandidos.

8.2.2 Cadena productiva del bien

El gobierno nacional por medio del Programa de Oferta Agropecuaria – PROAGRO, busca el desarrollo de competitividad de las cadenas productivas agroindustriales, políticas que se vienen desarrollando desde el año 1994.

Por medio de estas cadenas productivas lo que busca el gobierno es fortalecer cada uno de los sectores económicos del país. Los actores de las cadenas productivas son el sector agrícola, pecuario y la industria.

Al desarrollarse un acuerdo en el cual participan cada uno de los sectores, lo que se logra es afianzar las relaciones entre estos y un mutuo compromiso de solidaridad y de trabajo en busca de la estabilidad y competitividad de cada uno; los cuales son factores necesarios para consolidarse en el mercado interno y acceder a los mercados internacionales.

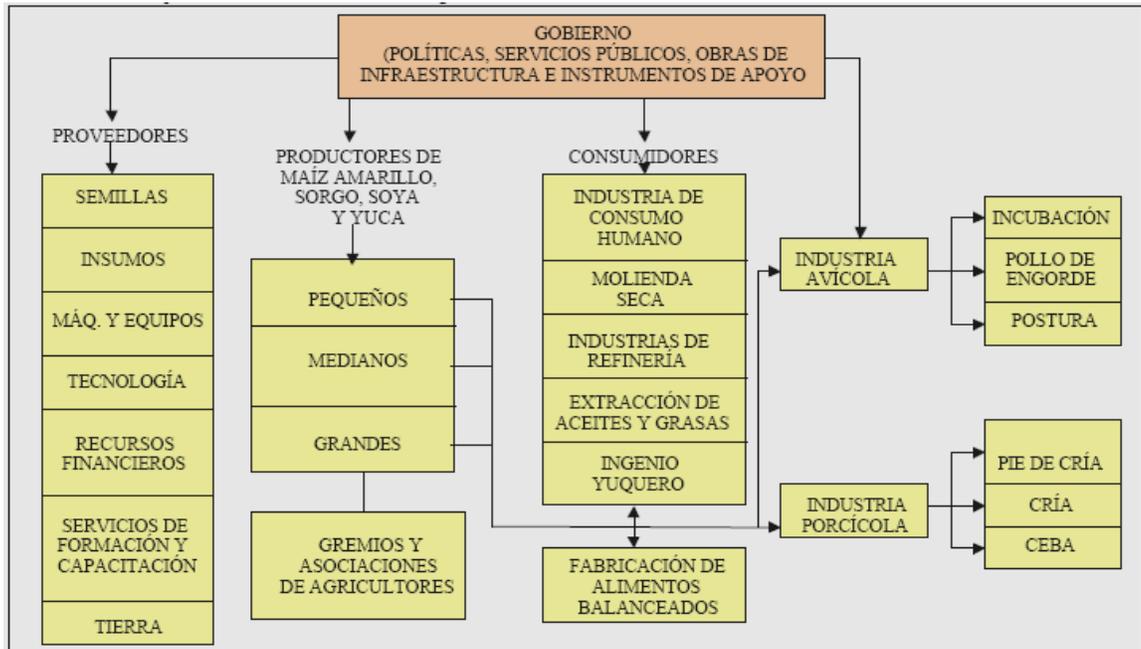
Los actores de la cadena son las entidades oficiales, gremios, agricultores, avicultores, porcicultores, industriales, banca pública y privada, productores de semillas certificadas, distribuidores de maquinaria agrícola y la Bolsa Nacional Agropecuaria (BNA).

8.2.2.1 Generalidades

La cadena productiva maíz amarillo, sorgo, soya, yuca, alimentos balanceados, avicultura y porcicultura fue creada con el fin de estar en una permanente búsqueda de la competitividad a lo largo de todos los eslabones, por medio de la confianza y cooperación de cada uno de los actores de esta.

Las estrategias de trabajo que se han presentado en la junta de la cadena tienen como mira: incrementar la productividad y mejorar la eficiencia productiva para lograr la competitividad de cada uno de los eslabones de la cadena; poner en marcha mecanismos modernos de comercialización en la cual participen todos los actores de la cadena, bajo el lineamiento de una agricultura por contrato.

Gráfica 11: Mapa cadena productiva



Fuente: AGROCADENAS

8.2.2.2 Eslabón en la industria de alimentos de consumo humano

El maíz es un cultivo apto para todas las regiones de Colombia ya que se puede sembrar a una altura que oscila entre los 0 – 3.000 msnm, con un pH del suelo de 5.5 – 7 y a unas temperaturas que estén entre 13 – 29 °C; tiene un requerimiento hídrico de 600 – 800 mm/año. Las distancias y densidad de siembra son de 80 cm entre surcos y de 2 a 25 cm entre plantas definitivas, lo cual indica que se va a obtener un promedio de 50.000 plantas por Hectárea. Existen variedades e híbridos blancos y amarillos. La cosecha del maíz se presenta entre los 140 y 180 días después de la siembra.

8.2.2.3 Situación nacional del cultivo de maíz

En el cultivo de maíz se pueden diferenciar dos tipos de explotaciones la tradicional, la cual normalmente se explota en extensiones de tierra menores a 5 Ha, las labores de este tipo de explotación se llevan a cabo sin utilizar la mecanización haciéndolas más costosas, este tipo de explotación predomina en Colombia, en la cual el 85% de los cultivos son por los pequeños productores (extensiones de tierra menores a las 5 Ha).

El sistema de siembra tecnificado se efectúa en superficies mayores a las 5 Ha, en terrenos planos, sus labores se efectúan mecánicamente (preparación de tierra, siembra, aplicación de insumos y recolección), para las siembras se utilizan

semillas mejoradas (híbridos), usualmente. Por medio de la mecanización se disminuyen costos de producción y aumenta el rendimiento de la cosecha.

El maíz es el cultivo con mayor área sembrada en Colombia por su adaptación en cualquier región del trópico. El área cultivada en maíz durante el periodo 1.999-2.000 fue un promedio de 505.700 Ha, que representan el 32% del área total sembrada en cultivos de ciclo corto, ocupando el primer lugar en superficie y el tercero en producción, después del arroz y la papa. El cultivo de maíz blanco predomina en Colombia y su mayor consumo es la industria de productos para el consumo humano, el maíz blanco ocupa un porcentaje de siembra nacional del 65%, frente a un 35% del maíz amarillo, el cual tiene como principal destino las industrias de productos de consumo humano y refinera de maíz.

El área sembrada de maíz amarillo ha presentado un incrementando como respuesta a la demanda de la industria y a las políticas de importación en los últimos años, teniendo todavía mayor área de siembra el maíz blanco, por su alta calidad tiene una gran demanda por parte de la industria de productos de consumo humano.

8.3 MANEJO DEL BIEN

El manejo del bien seleccionado se basa en el conocimiento logrado después de una serie de consultas técnicas basadas en fuentes documentales y humanas y en la logística de distribución que el proveedor ha logrado crear para hacer parte del mercado nacional.

De acuerdo con lo anterior, se presenta la ficha técnica del bien:

Tabla 4: Presentación y material del empaque para bien a exportar

CARACTERÍSTICAS	
PESO	Bulto de 50 Kg.
EMPAQUE	Saco de polipropileno
TIPO DE CONSERVACIÓN	Medio ambiente.
VIDA ÚTIL	18 meses.

Fuente: CEREALES YUZZARA.

Sacos de polipropileno

Son empaques tubulares tejidos laminados o sin laminar, que se constituyen en el empaque adecuado para productos granulados o en polvo.

Los sacos pueden imprimirse por una o ambas caras, permitiendo la identificación del fabricante, producto, características, usos, recomendaciones para su aplicación y dosificación; su tamaño depende del producto y cantidad a empacar.

Los sacos de polipropileno se fabrican bajo los parámetros establecidos en la norma ICONTEC NTC 1792.

Gráfica 12: Empaque de polipropileno



Fuente: COMPAÑÍA DE EMPAQUES S.A.

Características Especiales

Los empaques de polipropileno son inmunes a hongos y bacterias
Resistentes
Económicos
Durables
Fáciles de arrumar y manipular
Reciclables

8.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

Las cantidades mensuales a exportar se estiman, para el primer año (segundo semestre de 2009), en 12 contenedores de 25 toneladas cada uno, repartidos en envíos quincenales. Durante el segundo año se exportaran 48 contenedores, durante el tercer año 72 contenedores y a partir del cuarto año, aspiramos a estar exportando 120 contenedores.

Este cálculo obedece a que nuestro cliente principal es nuestra propia sucursal en San Cristóbal, la cual ya ha realizado estudios de mercado alrededor del maíz en hojuela, encontrándose con una excelente aceptación por parte de los consumidores y unas perspectivas de incremento en el consumo muy altas, lo que conllevará la demanda del maíz que C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. exportará a partir del segundo semestre del 2009.

Sin embargo, la empresa C.I. BADILLO & GUERRERO E.U., puede extender sus exportaciones, en cantidad y variedad de productos, a otros países o de otros cereales, previa garantía de sus ventas y de sus provisiones.

8.5 LOCALIZACIÓN DE LA COMERCIALIZADORA

C.I. BADILLO & GUERRERO E.U., está ubicada estratégicamente en la ciudad de Cúcuta, capital del Departamento de Norte de Santander.

La ciudad de Cúcuta, cuenta con una serie de ventajas, que la hacen propicia para montar la casa principal de la empresa.

En primer lugar, se puede decir que es una de las zonas francas de más futuro en Colombia, con un alto volumen de movimiento de mercancías importadas y exportadas.

Existe frontera inmediata entre los dos países, Colombia y Venezuela, a través del puente Simón Bolívar, que une las poblaciones de Cúcuta y San Antonio del Táchira.

En este corredor fronterizo se cuenta con excelente infraestructura de carreteras que hacen fácil el desplazamiento de las mercancías hacia el interior de cada país. Adicionalmente, Colombia y Venezuela se han comprometido en la realización de la autopista con doble calzada entre las ciudades capitales Bogotá y Caracas, pasando por Tunja, Bucaramanga, Pamplona y Cúcuta, y que promete convertirse en una de las mejores vías de Colombia, contribuyendo en la mejora de los tiempos de entrega de las mercancías.

8.6 EMPLAZAMIENTO DE LA COMERCIALIZADORA

En Colombia: Cúcuta – Norte de Santander

Oficina: Calle 13 No. 4A-72 Local 3

9. INGENIERÍA DEL PROYECTO

9.1 PLAN EXPORTADOR

Actualmente Venezuela está generando incentivos a las importaciones de víveres que estén aprobados dentro de sus publicaciones oficiales (Gacetas).

El bien a exportar, el maíz, está dentro de la publicación de bienes prioritarios de CADIVI aprobada por el Ministerio de Agricultura y Tierras.

9.1.1 Tamaño del mercado

La población actual de Venezuela es de 28.370.406 millones de habitantes, con un ingreso per cápita de US\$ 6.300 y con un consumo promedio per cápita de 75 kilogramos de maíz al año.

Lo anterior permite percibir un mercado bastante atractivo que no es atendido en su totalidad, generándose un déficit de oferta de maíz duro para el consumo humano. Más aún, la sucursal de la empresa en Venezuela tiene asegurado un gran mercado de la hojuela de maíz y requiere ser atendido eficientemente, con incremento paulatino a medida que se da a conocer el producto mejorado.

Por la experiencia capitalizada por los autores del presente trabajo, mientras desempeñaron cargos ejecutivos en empresas comercializadoras de alimentos en Venezuela, se tiene pleno conocimiento de que esta modalidad de alimento (maíz en hojuela lista para el consumo), tiene una gran demanda y ninguna oferta. Ahora bien, para empatar con las políticas económicas del gobierno venezolano y así facilitar la aprobación de la importación, se considera conveniente exportar la materia prima, el maíz, y desarrollar el proceso de mejoramiento hasta su presentación en hojuela de consumo inmediato en territorio venezolano.

9.1.2 Segmentos identificados

Empresas importadoras y comercializadoras al por mayor de alimentos, que manejan tiendas minoristas, las cuales atienden el mercado detallado del maíz en sus diferentes presentaciones.

9.1.3 Productos y/o servicios a ofrecer

Maíz para ser procesado con altos niveles nutricionales y precios aceptables para su intermediación comercial.

Si bien es cierto que en el presente estudio, el maíz es el producto central de exportación y al que se le está realizando todo el análisis respectivo para exportarlo, la empresa estará ofreciendo el maíz en condiciones mejoradas para consumo inmediato.

9.1.4 Precios a manejar

Teniendo en cuenta que lo que se busca es posicionar la C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. como una sociedad atractiva en la oferta de productos, los precios partirán de la base del comportamiento del mercado, en cuanto a oferta y de los mínimos niveles de comercialización garantizados por la sociedad a su cliente.

Es importante tener en cuenta que el mercado al que se busca ingresar, mantiene un estricto control de precios por parte del gobierno, hecho que obliga a crear una dinámica de generación de precios basada en el flujo invertido que parta desde el precio establecido por el gobierno para el consumidor (por medio de sus gacetas oficiales) hasta llegar al precio máximo de compra a través del cual la C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. adquirirá los bienes a los productores.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente y las regulaciones de precios fijadas por el Gobierno de la República Bolivariana de Venezuela, a través de sus publicaciones oficiales (Gacetas) el precio máximo por Ton., con el cual podemos llegar a este mercado es de \$761.860,00. Este precio sale de la conversión a pesos, del precio máximo para la importación del producto, el cual es de Bs. 780 (Gaceta oficial 38.919, Lunes 28 de abril de 2008).

9.2 DISTRIBUCIÓN

En Venezuela no existe una ley o regulación que limite la distribución. Los canales de importación pueden ser clasificados en cuatro tipos: Casas importadoras, Agentes comisionistas, importadores directos y sucursales o subsidiarias. Es bastante común encontrar en Venezuela compañías bajo éstas funciones simultáneamente. No se especifica sobre los requerimientos para compañías o personas jurídicas para ser importadores. Muchos minoristas administran sus propias importaciones, algunas veces situando pedidos a través de agentes comisionistas o compradores directos de proveedores extranjeros.

9.3 TÉCNICAS DE MERCADEO

Comprar algunos espacios de publicidad en las páginas de internet de las instituciones relacionadas con la comercialización de alimentos, es quizá la forma más rápida de dar a conocer la empresa y los servicios que prestará una vez sea reconocida por las autoridades como Comercializador Internacional.

Así mismo se debe considerar la posibilidad de pautar por medios escritos como la prensa local de San Cristóbal y San Antonio del Táchira y que son medios de alcance nacional, y por medios radiales de buen alcance regional.

Ya en Venezuela, para el producto terminado, las técnicas de mercadeo, es decir de la hojuela de maíz para consumo inmediato, buscaran llegar al consumidor final, de manera tal que logremos dar una información lo más directa posible acerca de las ventajas del producto y así evitar distorsiones.

Entre esas técnicas posibles de llevar a cabo, tenemos:

- Degustación del producto, en los supermercados.
- Distribuir folletos bien ilustrados y didácticos, acerca de las propiedades y recetas de preparación de la hojuela de maíz.
- Cuñas radiales inicialmente en San Cristóbal y San Antonio del Táchira.

Inicialmente, estas tareas se realizarán en las ciudades de San Cristóbal, que es donde C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. tiene su sede y en San Antonio del Táchira.

A medida que se vaya terminando de atender la demanda de estas dos poblaciones, se harán las mismas actividades en otras ciudades capitales e intermedias.

9.4 CANAL DE COMERCIALIZACIÓN DE LA SOCIEDAD

C.I. BADILLO & GUERRERO E.U., exporta el maíz a su sucursal en Venezuela, ubicada en San Cristóbal, la cual lo procesará para darle la presentación final de hojuela.

En este momento, la firma en San Cristóbal, ha recibido propuestas de pedidos del cereal en grano, por parte de la Coopertiva Veraca Vencol R.L. de Venezuela, empresa mayorista quien lo distribuirá a los detallistas (clientes de la cooperativa) y finalmente éstos llegarán a los consumidores.

9.5 LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

Para este estudio, la logística de exportación cobra mayor relevancia, por cuanto se debe tener claridad sobre aspectos prácticos, operativos, legales y comerciales a la hora de estructurar las posibilidades de transporte sus costos y mejorar su competitividad.

Esta logística consiste en el manejo del producto desde el sitio en el cual es producido, hasta el cual será adquirido por su consumidor.

9.5.1 Tipo de transporte

El costo y posibilidades que ofrecen los diferentes medios de transporte, es importante a la hora de elegir la mejor alternativa para la mercancía y analizar los costos e incidencia dentro del precio final del producto en el mercado.

Para definir el modo de transporte para exportar el producto estudiado, se ha tenido en cuenta los siguientes aspectos:

Tipo de producto a exportar

Maíz amarillo duro; alimento para procesar, resistente a largos lapsos de movilización, esto por si acaso se presentasen inconvenientes de paros de transporte.

Peso del producto

Bultos de 50 kilos.

Volumen de la carga

La cantidad a movilizar es de dos toneladas mensuales para el primer año de operaciones. Para el segundo año se aspira a exportar cuatro toneladas mensuales. En el tercer año de operaciones, la meta es exportar seis toneladas al mes. A partir del cuarto año, se exportarán 10 toneladas por mes. En todo caso estas cuotas se partirán en dos viajes mensuales.

Valor del producto y del embarque

El precio de compra directa al vendedor primario (el campesino), es de aproximadamente \$605.039 por tonelada métrica (fijado por el Bolsa Nacional Agropecuaria al 6 de agosto del presente año). Los costos de embarque se manejan en el estudio financiero del proyecto.

Punto de origen y punto de destino solicitado por el comprador

Se asume como ciudad de origen la ciudad de Cúcuta en Colombia y ciudad de destino la ciudad de San Cristóbal en Venezuela.

Tipo de empaque y embalaje

Se considera que por motivos de material y de costos, el saco de polipropileno con capacidad para 50 kilos es el ideal. El valor de cada saco es de alrededor de \$300 mientras que el saco de fique tiene un valor de \$3.000

Requerimientos del comprador en cuanto a frecuencia, rapidez disponibilidad y accesibilidad en los diferentes modos de transporte

El envío se realizará iniciando la operación, cada quince días promedio. Gracias a la gran movilidad de mercancías entre los dos países a través de Cúcuta y San Cristóbal, se dispone de muy buena cantidad de empresas prestadoras del servicio, con carros de diferente capacidad de tonelaje. Además, la infraestructura vial a recorrer, está en su inmensa mayoría en territorio venezolano, en excelentes condiciones. Por lo tanto, el medio de transporte ideal para exportar el maíz hasta Venezuela, es el terrestre, debido a que las ciudades de Cúcuta y San Cristóbal están muy cerca y el flete es menos costoso.

El mayor volumen de carga (83,3%), desde Colombia hacia Venezuela se maneja por medio terrestre.

9.6 SOCIEDAD DE INTERMEDIACIÓN ADUANERA

Teniendo en cuenta que en Colombia se establece la obligación de contratar una SIA para toda exportación que supere los US. 1.000,00 y que las exportaciones de la C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. proyectan superar dicho monto, la SIA a contratar se presenta a continuación:

Razón social

Serimex SARMIENTO SIA LTDA.

Dirección

AV Libertadores #4-60

Ciudad

Cúcuta

Teléfono

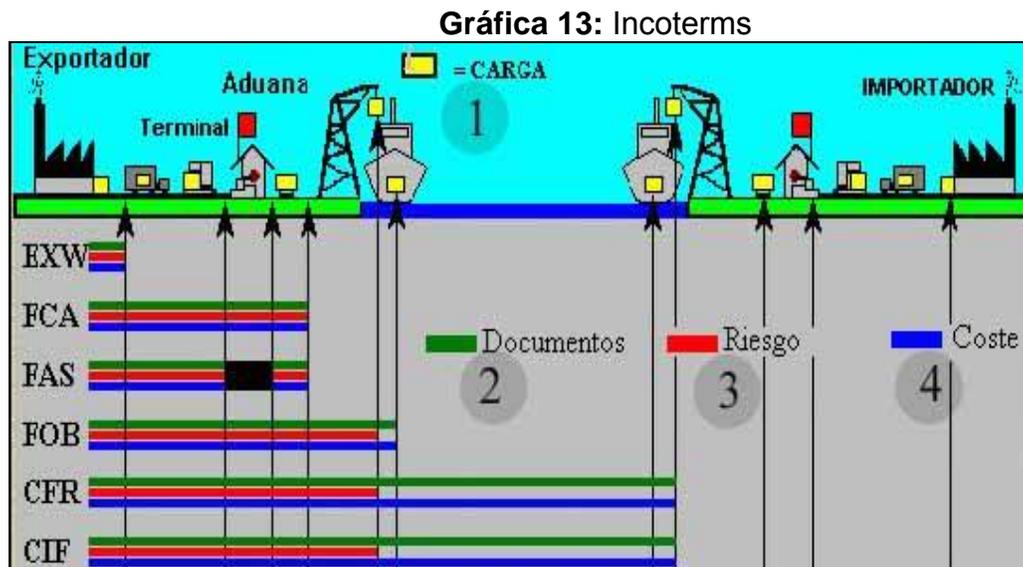
5782649 / 5781622 / 5875786

e-mail

sarmientosia@hotmail.com

9.7 INCOTERMS

Para que C.I. BADILLO & GUERRERO E.U., logre el objetivo de ser una empresa exportadora sostenible, debe tener en cuenta que escoger bien el Incoterm es clave, puesto que se constituyen en el conjunto de reglas internacionales, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en los contratos de compraventa internacional que la empresa realice. Dentro de las opciones que la empresa tiene para escoger, la siguiente figura permite tener una idea bastante aproximada de lo que será el compromiso que adquirirá con cada uno de sus clientes y/o proveedores.



Fuente: WIKIPEDIA

EXW (Ex-Works) - En Fábrica (lugar convenido)

FCA (Free Carrier) - Libre Transportista (lugar convenido)

FAS (Free Along Ship) - Libre al Costado del Buque (puerto de carga convenido)

FOB (Free On Board) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido)

CFR (Cost and Freight) - Costo y Flete (puerto de destino convenido)

CIF (Cost, Insurance and Freight) - Costo, Seguro y Flete (puerto de destino convenido)

Teniendo en cuenta lo expuesto hasta el momento y la idea de que sea nuestra propia agencia quien importe el producto en Venezuela, el incoterm elegido para las negociaciones del maíz será CIF San Cristóbal.

9.8 RECURSO HUMANO REQUERIDO

El personal que se requiere para llevar a cabo las exportaciones es el presentado en el crucigrama, compuesto por: un Gerente, una Secretaria y un Auxiliar Multifuncional. Se requiere de un Contador que lleve la contabilidad de la empresa.

Como se puede ver, el costo por nómina no es muy alto y esto es conveniente para los buenos resultados de la comercializadora.

9.9 POTENCIAL DE INVERSIÓN

Para llevar a cabo las operaciones de la comercializadora, la sociedad dispone de un capital de \$60.000.000, que se constituye en el patrimonio de la empresa.

10. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL (E.I.A.S.)

10.1 IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS.

De acuerdo con las actividades propias del proyecto y con base en la descripción y caracterización ambiental del área de influencia, se lleva a cabo el análisis y evaluación de impactos ambientales, teniendo como base lo establecido por el Ministerio del Medio Ambiente.

Este análisis incluye la identificación y posterior valoración de los posibles impactos ambientales, tanto físico-bióticos como socio-económicos que se pueden presentar por el desarrollo de las actividades propias del proyecto de exportación, y así determinar cuáles son los recursos más afectados para posteriormente establecer las medidas de manejo ambiental de aquellas actividades que generan alteraciones sobre el medio natural.

Como se indicó, el proyecto consiste básicamente en generar exportaciones de productos alimenticios, más específicamente en el subsector de los cereales, y puntualmente el maíz con destino a Venezuela, para expandir de manera progresiva la actividad a otros mercados, aprovechando la nueva condición de comercializadora internacional que tendrá C.I. BADILLO & GUERRERO E.U.

La identificación de impactos se logró mediante el análisis de las diferentes actividades del proyecto observando la secuencia u orden de aparición de los diversos procesos activados por las acciones a desarrollar. Para esto las actividades se agruparon en cuatro etapas principales que se enuncian a continuación:

1. Gestión pre operativa
2. Transformación en Comercializadora Internacional
3. Montaje de la Comercializadora Internacional
4. Operación

Las actividades de planeación están relacionadas con la definición de líneas de productos a exportar, planificación, trámites de licencias y permisos legales, definición de logística y gestión internacional. Teniendo en cuenta que estas actividades no generan impactos ambientales relevantes, sin embargo, las actividades que requieran medidas especiales se incluyen dentro del plan de manejo ambiental como es el caso del montaje y la operación.

Las actividades de la fase preoperativa, consisten básicamente en las actividades de una comisión de avanzada, que se encargará de realizar los procesos de

información y concertación con las instituciones en general, además de la contratación del personal que laborará durante las diferentes etapas del proyecto. La ejecución del programa, corresponde al inicio de la etapa operativa del proyecto. Durante esta etapa se realizará la apertura de negocios con los proveedores y clientes.

10.2 METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS.

La metodología utilizada para la evaluación de los impactos ambientales y socioeconómicos ocasionados por el proyecto, será una aplicación de la Matriz de Valoración de Riesgos (RAM -Risk Assessment Matrix-).

La Matriz de Evaluación de Riesgos es una herramienta para la evaluación cualitativa de los riesgos y facilita la clasificación de las amenazas a la salud, seguridad, medio ambiente, relación con clientes, bienes e imagen de la Empresa. Los ejes de la matriz según la definición de riesgo corresponden a las consecuencias y a la probabilidad.

10.3 CRITERIOS BÁSICOS DE EVALUACIÓN AMBIENTAL.

Para el análisis de los diferentes aspectos ambientales del proyecto se utilizó la secuencia **ETAPA-ASPECTO-IMPACTO** de acuerdo con las siguientes definiciones:

ETAPA

Se denomina así a cada una de las fases que agrupan las actividades requeridas para la construcción o puesta en operación de las diferentes obras del proyecto. Para la definición de las etapas se tuvo en cuenta la secuencia u orden de aparición de cada actividad.

ASPECTO

Proceso que es activado suspendido o modificado por cada una de las etapas del proyecto y que al interactuar con el medio ambiente puede generar un impacto sobre el componente físico-biótico o social.

IMPACTO

Es el cambio benéfico o perjudicial sobre el medio ambiente biofísico o socioeconómico, generado por los aspectos propios del proyecto.

10.4 MEDIDAS DE MITIGACIÓN.

La identificación de los impactos ambientales se llevó a cabo sin tener en cuenta ninguna medida de prevención, protección, mitigación, recuperación o compensación del impacto probable, ya que como se puede ver no hay una afectación ambiental representativa y si una socioeconómica favorable al país y a la empresa.

10.5 MATRICES

Para determinar el nivel de las consecuencias se utiliza una escala de "0" a "5"; para evaluar la probabilidad se utiliza una escala de "A" a "E", basándose en la experiencia o evidencia histórica en que las consecuencias identificadas se han materializado dentro de la industria, la empresa o el área; representa la probabilidad de que se desencadenen las consecuencias potenciales o reales estimadas, según el caso.

El cruce de las dos escalas determina la evaluación y clasificación cualitativa del riesgo. Para este caso de la RAM, estimar la probabilidad y las consecuencias no es una ciencia exacta. La estimación de la consecuencia se basa en la respuesta a "qué ocurrió" o "qué pudo o podrá ocurrir; mientras que la estimación de la probabilidad se basa en información histórica respecto de casos ocurridos anteriormente en similares condiciones, sabiendo que las circunstancias nunca son exactamente las mismas.

Gráfica 14: Matriz de Identificación de Impactos para C.I. BADILLO & GUERRERO E.U.

ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTOS																
	COMPONENTE FÍSICO-BIÓTICO							COMPONENTE SOCIO-ECONÓMICO									
	Deterioro de la calidad del agua	Cambios en la geoforma	Contaminación del suelo	Afectación del paisaje	Desestabilización de cauces	Deterioro de la calidad del aire	Generación ruido	Pérdida de cobertura vegetal	Pérdida Hábitat y migración fauna	Conflictos con la comunidad	Afectación a la infraestructura telefónica y de energía	Generación de falsas expectativas	Deterioro de la malla vial	Generación de Empleo	Incremento actividades económicas	Generación de Desempleo	Aumento riesgo de accidentalidad
PREOPERATIVA																	
Procesos de información y concertación con la comunidad en general																	
TRANSFORMACIÓN EN COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL																	
Contratación de personal temporal para asesorar a la empresa																	
Gestión ante las entidades																	
Estudio de mercados																	
MONTAJE DE LA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL																	
Requerimientos de mano de obra para el montaje																	
Requerimientos de productos a comercializar																	
Demanda de servicios																	
Montaje de la planta - Instalación de equipos																	
Generación de residuos sólidos de las actividades																	
OPERACIÓN DE LA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL																	
Requerimientos de mano de obra para la operación de la comercializadora																	
Demanda de servicios e insumos																	
Generación de residuos propios de la operación																	
Emisión de vapor, elementos como CO, CO ₂																	

Fuente: C.I. BADILLO & GUERRERO E.U.,
basado en la RAM

10.6 CALIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

La calificación cuantitativa de los impactos, denominada IMPORTANCIA DEL IMPACTO se obtiene al descomponer el impacto en sus factores característicos a saber: Magnitud, extensión, duración, reversibilidad, recuperabilidad y acumulación del impacto, como elementos que con su interacción determinan la calificación del impacto.

La cuantificación se realiza con el fin de transformar una opinión subjetiva, basada en la caracterización ambiental y la experiencia del consultor, en un número que permita interrelacionar factores como los descritos y obtener una medida relativa de la gravedad del impacto considerado.

Es importante mencionar que el principal objetivo de la calificación es jerarquizar y evaluar los impactos negativos para definir las prioridades en cuanto a manejo ambiental y social.

A continuación se describen cada uno de los factores necesarios para determinar el Índice de Importancia Ambiental:

MAGNITUD (Mg)

Se refiere al grado de incidencia del impacto sobre el medio ambiente. Trata sobre la gravedad de las consecuencias.

Tabla 5: Rangos de Magnitud

CALIFICACIÓN	ESCALA	SIGNIFICADO
BAJA	1	Efectos ambientales no significativos
MEDIA	2	El efecto no es suficiente para poner en grave riesgo los recursos naturales; pérdida ambiental o económica mínima (menos de 100 SMLMV)
ALTA	4	El impacto afecta gravemente los recursos naturales, o causa pérdidas económicas significativas. (más de 100 SMLMV)

Fuente: INSTRUCTIVO PARA USO DE LA MATRIZ RAM DE VALORACIÓN DE RIESGOS

EXTENSIÓN (Ext)

Corresponde al área de influencia del impacto, es decir, al área donde tienen manifestación las consecuencias del suceso.

Tabla 6: Rangos de Extensión

CALIFICACIÓN	ESCALA	SIGNIFICADO
PUNTUAL	1	El impacto se localiza en un espacio reducido, dentro de la instalación.
PARCIAL	2	El impacto se manifiesta dentro de la instalación, sin salir de ella pero en un área más amplia.
EXTENSO	4	El impacto tiene manifestaciones fuera de la instalación

Fuente: INSTRUCTIVO PARA USO DE LA MATRIZ RAM DE VALORACIÓN DE RIESGOS

DURACIÓN (Dur)

Corresponde al tiempo de permanencia del impacto.

Tabla 7: Rangos de Duración

CALIFICACIÓN	ESCALA	SIGNIFICADO
FUGAZ	1	Las manifestaciones tienen duración inferior a un (1) mes
TEMPORAL	2	Duración entre uno (1) y doce (12) meses
PROLONGADO	3	Duración entre uno (1) y cinco (5) años
PERMANENTE	4	Las consecuencias permanecen por más de cinco (5) años

Fuente: INSTRUCTIVO PARA USO DE LA MATRIZ RAM DE VALORACIÓN DE RIESGOS

REVERSIBILIDAD (Rv)

Medida del retorno a las condiciones originales, sin el uso de tecnología.

Tabla 8: Rangos de Reversibilidad

CALIFICACIÓN	ESCALA	SIGNIFICADO
CORTO PLAZO	1	El retorno a condiciones originales toma menos de un (1) año
MEDIANO PLAZO	2	Se requieren de uno (1) a cinco (5) años
LARGO PLAZO	4	El retorno a condiciones originales toma más de cinco años

Fuente: INSTRUCTIVO PARA USO DE LA MATRIZ RAM DE VALORACIÓN DE RIESGOS

RECUPERABILIDAD (Rc)

Medida del retorno a las condiciones originales, con el uso de tecnología.

Tabla 9: Rangos de Recuperabilidad

CALIFICACIÓN	ESCALA	SIGNIFICADO
CORTO PLAZO	1	La recuperación se da en un plazo menor a un (1) año
MEDIANO PLAZO	2	Entre uno (1) y cinco (5) años
LARGO PLAZO	3	La recuperación toma más de cinco (5) años
IRRECUPERABLE	4	No hay posibilidades de una recuperación

Fuente: INSTRUCTIVO PARA USO DE LA MATRIZ RAM DE VALORACIÓN DE RIESGOS

ACUMULACIÓN (Ac)

Trata sobre el incremento progresivo del efecto, o la inclusión de efectos sinérgicos.

Tabla 10: Rangos de Desarrollo

CALIFICACIÓN	ESCALA	SIGNIFICADO
SIMPLE	1	El impacto actúa por si sólo. La recuperación se da en un plazo menor a un (1) año
ACUMULATIVO	2	El impacto se suma a otros para incrementar el daño

Fuente: INSTRUCTIVO PARA USO DE LA MATRIZ RAM DE VALORACIÓN DE RIESGOS

IMPORTANCIA DEL IMPACTO

Para determinar la IMPORTANCIA DEL IMPACTO, se suman las calificaciones correspondientes a Magnitud, Extensión, Duración, Reversibilidad, Recuperabilidad y Acumulación. El resultado se consigna en la columna titulada IMPORTANCIA (I). La mínima calificación posible es 6 y la máxima es 22; por lo tanto se utilizará la siguiente tabla de equivalencia para evaluar en la matriz de evaluación de riesgos (RAM) la clasificación del riesgo:

Tabla 11: Equivalencia Importancia del Impacto

CALIFICACIÓN	ESCALA	SIGNIFICADO
6	1	Leve
7 – 10	2	Menor
11 – 14	3	Localizado
15 – 18	4	Mayor
19 – 22	5	Masivo

Fuente: INSTRUCTIVO PARA USO DE LA MATRIZ RAM DE VALORACIÓN DE RIESGOS

EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Con el valor obtenido en el literal anterior de calificación para cada impacto ambiental se entra a la matriz RAM, la cual se constituye en la herramienta que estandariza la evaluación de los riesgos y facilita la clasificación de todas las amenazas a la salud, seguridad, medio ambiente, bienes e imagen de C.I. BADILLO & GUERRERO E.U.

Tabla 12: Aplicación Matriz RAM para Impactos Ambientales

CONSECUENCIAS		AUMENTO DE LA PROBABILIDAD				
		A	B	C	D	E
Puntaje	Medio Ambiente	Nunca escuchado en la industria	Incidente escuchado en la industria	Incidente registrado en nuestra compañía	Se produce varias veces al año en la compañía	Se produce varias veces al año en el lugar
0	Sin efectos	DESPRECIABLE	DESPRECIABLE	DESPRECIABLE	DESPRECIABLE	DESPRECIABLE
1	Efectos leves	DESPRECIABLE	DESPRECIABLE	DESPRECIABLE	BAJO	BAJO
2	Efectos menores	DESPRECIABLE	DESPRECIABLE	BAJO	BAJO	MEDIO
3	Efectos localizados	DESPRECIABLE	BAJO	MEDIO	MEDIO	ALTO
4	Efectos mayores	BAJO	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO
5	Efectos masivos	MEDIO	MEDIO	ALTO	ALTO	MUY ALTO

Fuente: INSTRUCTIVO PARA USO DE LA MATRIZ RAM DE VALORACIÓN DE RIESGOS

Tabla 13: Matriz de Evaluación de Impactos para C.I. BADILLO & GUERRERO E.U.

ACTIVIDAD		RAM	Probabilidad RAM	EVALUACIÓN FINAL	
ASPECTO	IMPACTOS				
GESTIÓN PREOPERATIVA					
Procesos de información y concertación con la comunidad en general	Generación de falsas expectativas	1	Leve	E	Bajo
	Generación de empleo	1	Leve	E	Bajo
TRANSFORMACIÓN EN COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL					
Contratación de personal temporal para asesorar a la empresa	Generación de empleo	3	Localizado	B	Bajo
Gestión ante las entidades	Generación de falsas expectativas	1	Leve	D	Bajo
	Generación de empleo	1	Leve	D	Bajo
Estudio de mercados	Generación de empleo	1	Leve	E	Bajo
MONTAJE DE LA COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL					
Requerimientos de mano de obra para el montaje	Conflictos con la comunidad	1	Leve	B	Despreciable
	Generación de empleo	3	Localizado	B	Bajo
Requerimiento de productos a comercializar	Generación de empleo	4	Mayor	B	Medio
	Incremento actividades económicas	4	Mayor	B	Medio
Demanda de servicios	Generación de empleo	4	Mayor	C	Medio
	Incremento de las actividades económicas	4	Mayor	B	Medio
Montaje de la planta - Instalación de equipos	Generación de empleo	2	Menor	C	Bajo
Generación de residuos sólidos de las actividades	Contaminación del suelo	1	Leve	A	Despreciable
OPERACIÓN					
Requerimientos de mano de obra para la operación de la comercializadora	Conflictos con la comunidad	1	Leve	A	Despreciable
	Generación de Empleo	5	Masivo	C	Alto
Demanda de servicios e insumos	Incremento actividades económicas	5	Masivo	B	Medio
Generación de residuos propios de la operación	Contaminación del suelo	1	Leve	A	Despreciable
	Generación de ruido	1	Leve	A	Despreciable
Emisión de vapor, elementos como CO, CO ₂	Deterioro de la calidad del aire	5	Masivo	C	Alto
	Generación de ruido	5	Masivo	C	Alto

Fuente: C.I. BADILLO GUERRERO E.U. basado en RAM

10.7 CONCLUSIONES DEL E.I.A.S.

Una vez analizada la matriz RAM, se puede concluir que la actividad comercial de la sociedad generará, de forma directa, impacto positivo en el ambiente, de manera especial el socioeconómico.

Adicional a lo anterior, el compromiso de la sociedad, con el medio ambiente, estará representado en la creación de políticas internas que exijan el manejo óptimo y comprometido de los recursos disponibles del medio ambiente, al igual que de los residuos generados. Estas políticas incluirán no solo el manejo de la sociedad en su actividad comercial, sino el acompañamiento de las empresas proveedoras, intermediarias y clientes con el propósito de generarles alternativas de producción y manejo comercial sostenible y comprometido con el medio ambiente.

Dichas propuestas tendrán un valor agregado adicional al buen impacto ambiental de cada uno de los actores de la cadena de producción – distribución de los bienes, traducido en un compromiso mayor de la sociedad con aquellos que demuestren mayor interés en el impacto positivo del medio ambiente. Este compromiso de la sociedad, se traducirá en negociaciones que involucren mayores rentabilidades.

11. ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO

La Evaluación Financiera del Proyecto se realiza mediante el cálculo de tres medidas de rentabilidad que se aplican a los flujos de efectivo relevantes:

Valor Presente Neto

Para este cálculo, que es la suma del "valor presente" de todos los flujos de efectivo del proyecto, se aplica una "Tasa de Oportunidad", que para nuestro caso es la equivalente a la tasa bancaria para los CDT a 90 días (popular instrumento de captación de ahorro). Algunas entidades financieras escasamente pagan un punto por encima de la meta de inflación prevista para este año, que es de 4,5%. Una mirada a diferentes entidades financieras deja ver que la tasa de interés que pagan en una cuenta de ahorro tradicional es del 4 por ciento efectivo anual, es decir, más de tres puntos por debajo de la inflación, que para el 2.008 se ubicó en 7,67%.

Entonces, para el proyecto tomaremos una Tasa de Oportunidad del 8% efectivo anual.

Tasa Interna de Retorno

Cuando se hace una inversión, siempre espera tener ganancias respecto a lo que está invirtiendo. Lo más común es comparar esa ganancia contra la que se pudiera obtener en bonos o CDT bancarios, que en Colombia es de, digamos 8% anual.

El gobierno colombiano exige para los proyectos una TIR no menor a 12%. En los negocios normales debemos de esperar una TIR superior a esta, ya que se supone que el gobierno no invierte con fines de lucro, y en un negocio esa es precisamente la finalidad de invertir: lucrar.

Tiempo de Recuperación

El tiempo de recuperación simple es cuando los flujos de efectivo acumulados son iguales a CERO; indica el momento de la vida económica en el cual la inversión inicial es recuperada totalmente, sin considerar el valor del dinero en el tiempo.

11.1 METODOLOGÍA GENERAL APLICADA

Se organizaron tablas de Excel prediseñadas y archivos de Word que siguen una metodología profesional, que incluye los estudios y capítulos descritos en el proyecto, incorporando al análisis financiero, económico y social todas las cifras que componen el resultado económico.

11.2 ORGANIZACIÓN Y GASTOS GENERALES

Una vez concluidas las gestiones y definida la puesta en marcha de la Comercializadora Internacional, se inician las operaciones del proyecto, con la información detallan a continuación.

- **Indicadores**

Tabla 14. Indicadores

PERIODO	1	2	3	4	5
INDICADORES					
INFLACIÓN	5.5%	5.9%	5.4%	4.7%	4.5%
TASA DE INTERES	25%	25%	25%	25%	25%
IMPUESTOS	33.0%	33.0%	33.0%	33.0%	33.0%
BOLIVAR/PESO	1.19	1.19	1.19	1.19	1.19
DEPRECIACION TIPO I (5 Años)	20%	20%	20%	20%	20%
AMORTIZACION (5 Años)	20%	20%	20%	20%	20%

Fuente: BANCO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA 2009

- **Inversión**

Tabla 15. Inversión

INVERSION TOTAL (FLUJO 1)		1	2	3	4	5
Terrenos	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Activos Tipo I	5,700,000	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Pre operativos	5,161,027	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total activos fijos acumulados >>>	10,861,027	10,861,027	10,861,027	10,861,027	10,861,027	10,861,027
Capital de trabajo inicial	60,511					
Total Inversión	10,921,53					

Fuente: PROPIA

Los Activos Tipo I corresponden a inversiones en equipos de comunicación, computación y de oficina. Los pre-operativos corresponden a Estudios de Preinversión, Estudio de Mercados, Trámites – Permisología y Asesorías profesionales.

- **Depreciaciones y Amortizaciones**

Tabla 16: Depreciaciones y Amortizaciones

DEPRECIACIONES AMORTIZACIONES:	Y	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS TIPO I (5 años)		5,700,000	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Periodo anterior indexado			6,013,500	6,368,297	6,712,185	7,027,657	7,343,902
Activos Corregidos Acum.		5,700,000	6,013,500	6,368,297	6,712,185	7,027,657	7,343,902
Depreciación del periodo			1,202,700	1,273,659	1,342,437	1,405,531	1,468,780
Depreciación periodo anterior indexada				1,273,659	2,684,874	4,216,594	5,875,121
Depreciación Acum. fin de periodo			1,202,700	2,547,319	4,027,311	5,622,126	7,343,902
ACTIVOS AMORTIZABLES		5,161,027	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Periodo anterior indexado			5,444,883	5,766,132	6,077,503	6,363,145	6,649,487
Acum. Activos		5,161,027	5,444,883	5,766,132	6,077,503	6,363,145	6,649,487
Depreciación del periodo			1,088,977	1,153,226	1,215,501	1,272,629	1,329,897
Depreciación periodo anterior indexada			0	1,153,226	2,431,001	3,817,887	5,319,590
Depreciación Acum. fin de periodo			1,088,977	2,306,453	3,646,502	5,090,516	6,649,487
Activos Acumulados		10,861,027	11,458,383	12,134,428	12,789,687	13,390,803	13,993,389
Depreciación del Periodo			2,291,677	2,426,886	2,557,937	2,678,161	2,798,678
Depreciación Acumulada			2,291,677	4,718,562	7,276,500	9,954,660	12,753,338

Fuente: PROPIA

El cálculo de la depreciación se realizó por el método de línea recta, el cual supone que los activos se usan más o menos con la misma intensidad año por año, a lo largo de su vida útil.

11.3 COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES

Se estiman los siguientes Costos y Gastos de gestiones de negociación nacional e internacional.

Tabla 17: Costos y Gastos Operacionales

COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES (F 2)	1	2	3	4	5
Costos:					
Materia Prima 605,039	181,511,700	768,883,561	1,215,604,910	2,121,230,568	2,216,685,944
Empaque 300	150,000	158,850	167,428	175,297	183,185
Total Costos	181.661.700	769.042.411	1.215.772.338	2.121.405.865	2.216.869.129
Gastos :					
Exportacion (Sia)	250,000	-	-	-	-
Tasa aduanera 1%	117,000	117,000	117,000	117,000	117,000
Agenciamiento aduanal	210,000	222,390	234,399	245,416	256,460
Almacenaje	240,000	254,160	267,885	280,475	293,097
Timbres fiscales	3,450	3,654	3,851	4,032	4,213
Transporte	1,200,000	1,270,800	1,339,423	1,402,376	1,465,483
Administrativos	19,900,000	21,074,100	22,212,101	23,256,070	24,302,593
Total Gastos no distribuidos	21,920,450	22,942,104	24,174,659	25,305,369	26,438,846
COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES (F 2)	203,582,150	791,984,515	1,239,946,997	2,146,711,235	2,243,307,975

Fuente: PROPIA

11.4 INGRESOS

Los ingresos que se generan por la operación del proyecto son los correspondientes a la exportación del cereal.

Tabla 18: Ingresos 71

INGRESOS NETOS POR VENTAS (FLUJO 3)	1	2	3	4	5
Numero de Mulas por Año	12	48	72	120	120
Toneladas por Mula	25	25	25	25	25
Tarifa por Tonelada	761,860	806,810	850,377	890,345	930,411
INGRESOS NETOS POR VENTAS (FLUJO 3)	228,558,000.00	968,171,688.00	1,530,679,438.73	2,671,035,620.58	2,791,232,223.51

Fuente: PROPIA

11.5 ESTRUCTURA FINANCIERA

ESTRUCTURA FINANCIERA (FLUJO 4)		1	2	3	4	5
Prestamos	4,000,000	6,000,000		0.00	0.00	0.00
Socios	6,921,538	0	10,000,000	0.00	0.00	0.00
Total	10,921,538	6,000,000	10,000,000	0.00	0.00	0.00

Financiera

Tabla 19:
Estructura

SERVICIO DE LA DEUDA (FLUJO 5)		1	2	3	4	5
Préstamo	4,000,000	6,000,000	0	0	0	0
Abonos a capital		1,333,333	3,333,333	3,333,333	2,000,000	0
Saldo insoluto	4,000,000	8,666,667	5,333,333	2,000,000	0	0
Intereses		1,000,000	2,166,667	1,333,333	500,000	0

IA

Fuente: PROPIA

11.6 SERVICIO A LA DEUDA

Tabla 20: Servicio de la deuda

Fuente: PROPIA

Para iniciar el proyecto el 70% de los recursos son aportados por los socios y el 30% con créditos a través de las Entidades Financieras.

La tasa de financiación promedio utilizada para este ejercicio es del 25% EA.

Las amortizaciones se realizan en cuotas iguales durante la vigencia del crédito.

11.7 ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 21: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS	0	1	2	3	4	5
Ventas		228,558,000	968,171,688	1,530,679,439	2,671,035,621	2,791,232,224
Costo de la operación		203,582,150	791,984,515	1,239,946,997	2,146,711,235	2,243,307,975
Depreciacion		2,291,677	2,426,886	2,557,937	2,678,161	2,798,678
RESULTADO OPERACIONAL (UAI.I)		22,684,173	173,760,288	288,174,504	521,646,226	545,125,571
Gastos financieros		1,000,000	2,166,667	1,333,333	500,000	0
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS		21,684,173	171,593,621	286,841,171	521,146,226	545,125,571
Impuesto a la renta		7,155,777	56,625,895	94,657,586	171,978,254	179,891,438
RESULTADO (Utilidad Neta)		14,528,396	114,967,726	192,183,584	349,167,971	365,234,132
Dividendos		0	0	0	0	0
Utilidad Retenida		14,528,396	114,967,726	192,183,584	349,167,971	365,234,132

Fuente: PROPIA

El estado de resultados muestra que se genera una rentabilidad para la empresa.

11.8 CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 22: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		0	1	2	3	4	5
Efectivo minimo		510,511	1,701,704	1,949,282	2,061,333	2,164,124	2,267,168
Pasivo Corriente		450,000	1,500,000	1,588,500	1,674,279	1,752,970	1,831,854
Capital de trabajo Neto	30%	60,511	201,704	360,782	387,054	411,154	435,314
Incremento del Kde T		60,511	141,193	159,078	26,272	24,101	24,160

Fuente: PROPIA

El resultado del cálculo del capital de trabajo muestra la capacidad que tiene la empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

11.9 FLUJO DE FONDOS

Tabla 23: Flujo de Fondos

FLUJO DE FONDOS	0	1	2	3	4	5
FUENTES						
Resultado operacional (UAI)		22.684.173	173.760.288	288.174.504	521.646.226	545.125.571
Depreciación		2.291.677	2.426.886	2.557.937	2.678.161	2.798.678
Incremento en préstamos	4.000.000	6.000.000	0	0	0	0
Incremento en Capital Social	6.921.538	0	10.000.000	0	0	0
Disminución activos		0	0	0	0	0
TOTAL FUENTES	10.921.538	30.975.850	186.187.173	290.732.441	524.324.386	547.924.248
USOS						
Incremento de activos	10.861.027	597.356	676.045	655.259	601.115	602.586
Incremento en capital de trabajo in	60.511	141.193	159.078	26.272	24.101	24.160
Amortización de préstamos		1.333.333	3.333.333	3.333.333	2.000.000	0
Gastos financieros		1.000.000	2.166.667	1.333.333	500.000	0
Impuesto a la renta		7.155.777	56.625.895	94.657.586	171.978.254	179.891.438
Dividendos		0	0	0	0	0
TOTAL USOS	10.921.538	10.227.660	62.961.018	100.005.784	175.103.470	180.518.184
Exceso/Déficit	0	20.748.190	123.226.156	190.726.658	349.220.916	367.406.064
Acum. Exceso/Déficit	0	20.748.190	143.974.346	334.701.004	683.921.919	1.051.327.984

Fuente: PROPIA

En la tabla anterior se muestra el efectivo generado y como será utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación del proyecto.

11.10 BALANCE

Tabla 24: Balance

BALANCE	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
Caja	510.511	1.701.704	1.949.282	2.061.333	2.164.124	2.267.168
Excedente de caja	0	20.748.190	143.974.346	334.701.004	683.921.919	1.051.327.984
Inventarios	0	0	0	0	0	0
Activo Fijo bruto	10.861.027	11.458.383	12.134.428	12.789.687	13.390.803	13.993.389
Depreciación acumulada	0	2.291.677	4.718.562	7.276.500	9.954.660	12.753.338
Activo fijo neto	10.861.027	9.166.707	7.415.866	5.513.187	3.436.142	1.240.051
TOTAL ACTIVOS	11.371.538	31.616.601	153.339.494	342.275.524	689.522.186	1.054.835.202
PASIVOS						
Pasivo corriente	450.000	1.500.000	1.588.500	1.674.279	1.752.970	1.831.854
Deuda L. Plazo	4.000.000	8.666.667	5.333.333	2.000.000	0	0
TOTAL PASIVOS	4.450.000	10.166.667	6.921.833	3.674.279	1.752.970	1.831.854
Capital Social	6.921.538	6.921.538	16.921.538	16.921.538	16.921.538	16.921.538
Resultado de ejercicios anteriores		0	14.528.396	129.496.122	321.679.706	670.847.678
Utilidades retenidas del ejercicio		14.528.396	114.967.726	192.183.584	349.167.971	365.234.132
PATRIMONIO	6.921.538	21.449.934	146.417.660	338.601.245	687.769.216	1.053.003.348
PASIVO+PATRIMONIO	11.371.538	31.616.601	153.339.494	342.275.524	689.522.186	1.054.835.202

Fuente: PROPIA

Es de destacar la participación del pasivo y el patrimonio al iniciar y finalizar el proyecto. Pues en el primer año el pasivo participa con el 32% y el patrimonio con el 68% y al finalizar la evaluación de este proyecto el pasivo representa el 0.2% y el patrimonio el 99.8%.

11.11 FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA

Tabla 25: Flujo de Caja del Inversionista

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA (con financiación)		1	2	3	4	5	
Exceso/Deficit	0	20,748,190	123,226,156	190,726,658	349,220,916	367,406,064	Oport socios= 8%
Dividendos	0	0	0	0	0	0	WACC= 11%
Socios	6,921,538	0	10,000,000	0	0	0	
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	-6,921,538	20,748,190	113,226,156	190,726,658	349,220,916	367,406,064	
TIR>>>	592.94%						

VALOR ACUM. FLUJO CAJA INVERSION TTL PAY BACK (A PARTIR DEL PERIODO)>>		1	2	3	4	5
	-6,921,538	13,826,652	127,052,808	317,779,465	667,000,381	1,034,406,445

Fuente: PROPIA

11.12 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO

El WACC (Promedio Ponderado del Costo de Capital) aportado para el desarrollo del proyecto será del 11%, la TIR (Tasa Interna de Retorno) del inversionista durante los 5 años (Periodo de evaluación del proyecto) será del 592.94% y el PAY-BACK (Plazo de Recuperación) de la inversión será de 1 año aproximadamente.

Por lo anterior, de acuerdo a los resultados obtenidos, a nivel financiero es viable la inversión. Así mismo, se deduce que los resultados económicos son favorables toda vez que el proyecto generará un impacto laboral positivo a la comunidad Santandereana y al ingreso de divisas al país.

12. CONCLUSIONES

El aumento de las importaciones agrícolas en Venezuela, se debe fundamentalmente a un extraordinario aumento del consumo doméstico y, en menor proporción, a la disminución de la producción nacional. Por ejemplo, el volumen de las importaciones anuales de maíz aumentó 1.38 millones de toneladas entre 1991 y 1996, mientras que para el año 2009 el incremento será de 42% frente a la demanda del 2008, cuando ésta se ubicó en unas 135.000 toneladas mensuales.

La Asociación de Fabricantes de Alimentos (Afac) en Venezuela, manifestó que para 2009 la industria de alimentos balanceados ABA requerirá 2.300.000 toneladas de cereales (maíz amarillo) para suplir la demanda de 150.000 toneladas mensuales y tener una reserva estratégica de 500.000 toneladas.

La expectativa de consumo significa que deberán importarse al menos un millón de toneladas de maíz amarillo durante el próximo año para abastecer a la industria nacional, pues la previsión oficial apunta a una cosecha 2008-2009 de 1.300.000 toneladas de maíz amarillo, insuficiente para el sector.

El maíz, ha subido más de 30% desde el 2005.

En ocho meses, la tonelada de maíz amarillo se incrementó en 87,7%, al pasar de 140 dólares a 260 dólares, según la Confederación Nacional de Asociaciones de Productores Agropecuarios (Fedeagro).

El aumento de los precios del azúcar y el maíz se inscriben en el fenómeno de los biocombustibles, esencialmente el etanol. En Estados Unidos, el maíz usado en las destilerías de etanol se ha triplicado y los precios subieron.

Esto afecta directamente a Venezuela, que en 2006 compró toda su importación de maíz amarillo (25 mil toneladas) del país norteamericano, pues la producción, aunque va en aumento, no es suficiente.

Sin duda alguna, la oportunidad de mercado que hay en Venezuela para exportar maíz es bien interesante, entre otras cosas por las características de fácil acceso al mercado venezolano que el gobierno presenta por medio de preferencias en el manejo de sus políticas de asignación de divisas y a la oferta sostenible de dicho bien por medio de una empresa nacional.

RECOMENDACIONES

C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. deberá mantenerse comprometido con el desarrollo de planes y políticas internas que permitan demostrar el interés que el medio ambiente y su entorno le representa. Este interés y compromiso le garantizará un crecimiento sostenible dentro de la sociedad local y nacional.

En la búsqueda de mantenerse al día en estudios que permitan el perfecto desempeño de la C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. dentro de su mercado, se hace necesario asignar recursos que hagan posible el análisis del comportamiento actual, por medio de datos de comportamientos históricos, permitiendo esto realizar una estructuración inicial que guíe la realización del estudio involucrado.

Al generar futuros planes de exportación, es necesario realizar un análisis estricto de las normas y medidas gubernamentales vigentes en el país importador que permita seleccionar, de manera efectiva, el bien a exportar.

Debe ser política de la empresa, mantener una permanente comunicación con el proveedor, que permita la fluidez de información que respalde las estrategias a manejar para vender los bienes colombianos en el exterior.

Se hace necesario mantener un plan de búsqueda de oportunidades de negocio basadas en la detección de bienes producidos por medianas empresas con ambiciosos planes de crecimiento.

Es adecuado mantener una continua evaluación de las cifras planteadas dentro del flujo de caja proyectado, con el fin de lograr las metas financieras que se planteen.

Se propone mantener un permanente estudio del cliente y el consumidor de cada plan exportador emprendido, con el propósito de mantener un análisis del alcance que la C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. pretende realizar dentro de la cadena productiva de cada bien.

Se hace necesario mantener una continua evaluación del producto definido por la C.I. BADILLO & GUERRERO E.U. con el propósito de mantenerse competitivo dentro de su mercado.

ANEXOS

Anexo A: Código arancelario del maíz

Tratamiento Arancelario - Microsoft Internet Explorer

Dirección: http://www.proexport.com.co/CondicionesDeAcceso/TratamientoArancel_3.aspx?SubpartidaNueva=100590&IdPais=850&Pais=VENEZUELA&IdZona=1&Zona=--Selec

www.proexport.com.co

Tratamiento Arancelario / Posiciones

País: VENEZUELA
Subpartida: 100590
Descripción Subpartida: MAIZ, EXCEPTO PARA SIEMBRA

Código Arancelario	Descripción
10059011	---Amarillo
1005901100	Amarillo
10059012	---Blanco
1005901200	Blanco
10059020	--Maíz reventón (Zea mays convar. microsperma o Zea mays var. everta)
1005902000	Maíz reventón (Zea mays convar Microsperma o Zea mays var everta)
10059090	--Los demás
1005909000	Los demás

Derechos Reservados de Autor Proexport Colombia © 2004
[Aviso Legal](#) - [Política de Privacidad](#) - [Créditos](#)

Anexo B: Exportación de maíz desde Colombia (repartición por Dptos.)

Departamentos de Origen - Microsoft Internet Explorer

Dirección: <http://www.proexport.com.co/SIICE/externa/IntElExport/Producto/DeptoOrigen.aspx>

ABRIENDO PUERTAS, CERRANDO NEGOCIOS
Inteligencia de Mercados

Febrero 19 2009

Cambiar Producto: 1005901100 MAIZ DURO AMARILLO

Cifras de comercio Exterior > Exportaciones Colombianas > Departamentos de Origen

Departamentos	USD. 2007 FOB	Participación USD FOB
COLOMBIA	370.062,95	100,00 %
ATLANTICO	340.847,25	92,53 %
SANTANDER	45.709	12,45 %
RESERVALDA	4.945,2	1,31 %
ANTIOQUIA	4.297,46	1,13 %
BOGOTA	1.586,28	0,42 %
VALLE DEL CAUCA	864,6	0,23 %
CESAR	676	0,18 %
CUNDINAMARCA	268,26	0,07 %

Fuente: DANE-DIAN
Cálculos: Proexport Colombia

Exportaciones Colombianas Empresas Exportadoras

Derechos Reservados de Autor Proexport Colombia © 2002 - 2009 - [Créditos](#)

BIBLIOGRAFÍA

CONSEJO NACIONAL DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES. Cómo invertir [en línea]. <<http://www.conapri.org/articledetails.asp?articleid=217505>>

DEMEESTER, Erik. Venezuela: regulación de precios, escasez de alimentos, especulación y socialismo [en línea]. <<http://lahaine.org/index.php?blog=3&p=23034>> [citado en 16 de junio de 2007]

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA [en línea]. <http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=category§ionid=49&id=140&Itemid=334> [citado en 21 de abril 2008]

FISHER, Laura y ESPEJO Jorge. Mercadotecnia. Mc Graw Hill – Interamericana. p. 85 - 89.

FREELANCE COLOMBIA. Canal de distribución [en línea]. http://www.freelancecolombia.com/articulos/mercadeo-canal_de_distribucion.php>.

GÓMEZ LÓPEZ, Roberto. Una aproximación al concepto de economía [en línea]. <<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/rgl-evol/3.2.htm>>

HAMILTON WILSON, Martín. Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2005. p. 33 – 67, 107 – 115, 139 – 148.

MANKIW, Gregory. Principios de Economía. Mc. Graw Hill. p. 42,198.

PROEXPORT COLOMBIA. Información general de países [en línea]. <http://www.proexport.com.co/SIICExterno/IntelExport/Pais/Indicadores.aspx?Tipo=Bienes&Menu=IntelExport&seleccion=Indicadores_SocioEconomicos&Header=IntelExport>.

THOMPSON, Ivan. Concepto de empresa [en línea]. <<http://www.promonegocios.net/empresa/concepto-empresa.html>>

THOMPSON, Ivan. Concepto de mercado [en línea]. <<http://www.promonegocios.net/mercado/concepto-de-mercado.html>>

GLOSARIO

- A -

Aditivo Alimentario: cualquier sustancia que no se consume, normalmente, como alimento por si misma ni se usa como ingrediente típico del alimento, tenga o no valor nutritivo, cuya adición intencional al alimento para un fin tecnológico (inclusive organoléptico) en la fabricación, elaboración, tratamiento, envasado, empaquetado, transporte o almacenamiento provoque o pueda esperarse razonablemente que provoque (directa o indirectamente), el que ella misma o sus subproductos lleguen a ser un complemento del alimento o afecten a sus características.

Admisión Temporal: Ingreso al territorio nacional o al resto del país de ciertas mercancías provenientes del extranjero o de zonas de tratamiento aduanero especial, sin que estas pierdan su calidad de extranjeras, con un fin determinado y para ser posteriormente reexportadas, importadas, o entregadas a la Aduana.

Aforo: Operación única que consiste en practicar en una misma actuación el examen físico y la revisión documental, de tal manera que se compruebe la clasificación de las mercancías, su valuación, la determinación de su origen cuando proceda, y los demás datos necesarios para fines de tributación y fiscalización aduanera.

Agente de Aduana: Profesional auxiliar de la función pública aduanera, cuya licencia lo habilita ante la Aduana para prestar servicios a terceros como gestor en el despacho de mercancías.

Almacén Particular: Locales o recintos particulares habilitados por el Servicio de Aduanas, por un período determinado, para el depósito de mercancías, sin previo pago de los derechos e impuestos que causen en su importación.

Aprovisionamiento: El embarque de mercancías nacionales o nacionalizadas, de rancho, destinadas a las naves o aeronaves, nacionales o extranjeras, que no efectúen transporte internacional.

Arancel Aduanero: Norma legal, contenida en el D. F. L. N° 2 de 1989, del Ministerio de Hacienda, que ordena sistemáticamente conforme al Sistema Internacional Armonizado de Denominación y Codificación, las mercancías con los respectivos tributos que les son aplicables en las destinaciones de importación o de exportación.

Autorización de Uso y Consumo: corresponde al pronunciamiento de la Autoridad Sanitaria a través de una Resolución mediante la cual autoriza el uso y consumo de un alimento importado, el cual cumple con lo establecido en el Reglamento Sanitario de los Alimentos.

- B -

Bodega Destino: Recinto de depósito que cuenta con autorización sanitaria e individualizado en el certificado de destinación, donde las mercancías extranjeras permanecen almacenadas en espera de obtener la autorización de uso y consumo.

Bodega de productos cosméticos y artículos de uso médico: lugar autorizado por resolución sanitaria para el almacenamiento de cosméticos y artículos de uso médico.

- C -

Cabotaje: Transporte por mar de mercancías nacionales o nacionalizadas o la simple navegación entre dos puntos de la costa del país, aunque sea por fuera de sus aguas territoriales, pero sin tocar puerto extranjero.

Carta de Porte: Documento que las partes en un contrato de transporte otorgan, para acreditar la existencia y condiciones del contrato, y la entrega de las mercaderías al porteador.

CDA: ver Certificado de Destinación Aduanera.

Certificado de Destinación Aduanera (CDA): corresponde al documento, emitido por la Autoridad Sanitaria o por el Servicio Agrícola y Ganadero según corresponda, que autoriza para retirar las mercancías desde los recintos aduaneros y almacenarlos en una bodega destino, a través de medios y rutas de transporte definidos, hasta que se emita la autorización de uso y consumo.

Certificado de Origen: Documento que sirve para acreditar el origen de las mercancías, para efectos preferenciales arancelarios, no preferenciales, aplicación de cupos y para cualquier otra medida que la ley establezca.

Certificado Sanitario: Documento oficial del Gobierno de Chile, que avala condiciones sanitarias de las mercancías que en el se describen.

Conocimiento de Embarque: Documento que prueba la existencia de un contrato de transporte marítimo, y acredita que el transportador ha tomado a su cargo o ha cargado las mercancías y se ha obligado a entregarlas contra la presentación de ese documento a una persona determinada, a su orden o al portador.

Courier: ver Empresas de envíos de entrega rápida.

- D -

Declaración de Ingreso (DIN): Documento mediante el cual se formaliza una destinación aduanera, el que deberá indicar la clase o modalidad de la destinación de que se trate.

Depósito Aduanero: Lugar habilitado por la ley o por el Servicio donde se almacenan mercancías bajo su potestad hasta el momento del retiro para su importación, exportación u otra destinación aduanera, con exclusión de los almacenes particulares.

Depósito de Productos Farmacéuticos de Uso Humano es la bodega destinada a almacenamiento de productos farmacéuticos importados terminados, y que ha sido autorizada para distribuir directamente dichos productos a otros establecimientos autorizados sanitariamente, para su uso o expendio.

Depósito de Productos Farmacéuticos Dentales es aquel que mantiene para su distribución o expendio, productos farmacéuticos de uso exclusivo dental. Podrá además, importar y distribuir dichos productos a otros establecimientos farmacéuticos autorizados o venderlos al público.

Derechos de Aduana: Derechos establecidos en el Arancel Aduanero y/o en la legislación nacional, que gravan a las mercancías que entran al territorio nacional o que salen de él. Estos pueden consistir en:

a) **Derecho Ad-Valorem:** Tributo que grava la importación de mercancías y que se fija en proporción a su valor aduanero.

b) **Derecho Específico:** Tributo que grava la importación de mercancías en una cantidad fija de dinero, que se determina en base a una unidad de medida, ya sea kilogramo, tonelada, litro, docena, metro, etc.

Desaduanamiento: Cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para exportar, importar o para realizar cualquier destinación aduanera.

Despachador de Aduana: Los Agentes de Aduana y los consignantes o consignatarios con licencia para despachar.

Despacho de Mercancías: Gestiones, trámites y demás operaciones que se efectúen ante el Servicio en relación con las destinaciones aduaneras.

Destinación Aduanera: Manifestación de voluntad del dueño, consignante o consignatario que indica el régimen aduanero que debe darse a las mercancías que ingresan o salen del territorio nacional.

DIN: ver Declaración de Ingreso.

Documento Único de Salida (DUS): es el documento mediante el cual se presentan las mercancías, ante el Servicio Nacional de Aduanas, para su posterior embarque al exterior.

Droguería: es el establecimiento autorizado por resolución sanitaria, destinado a la importación, fraccionamiento, distribución y venta de drogas a granel, sustancias químicas, reactivos, colorantes permitidos, aparatos de física y química y accesorios médicos y quirúrgicos.

DUS: ver Documento Único de Salida

- E -

Empresas de correo rápido: ver Empresas de envíos de entrega rápida.

Empresas de envíos de entrega rápida: Denominadas normalmente empresas de correo rápido, courier o de transportes expresos, son aquellas personas naturales o jurídicas, legalmente establecidas en el país, cuyo giro o actividad principal es la prestación de los servicios a terceros, para la expedita recolección, transporte, entrega, localización y mantenimiento del control de los documentos, material impreso, paquetes u otras mercancías durante todo el suministro del servicio.

Envíos Postales: Envíos de documentos y mercancías por intermedio de la Empresa de Correos de Chile, efectuados de acuerdo a las convenciones postales internacionales.

Equipaje de Viajeros: Artículos nuevos o usados que porte un viajero para su uso personal o para obsequios, con exclusión de mercancías que por su cantidad o valor hagan presumir su comercialización; objetos de uso exclusivo para el ejercicio de profesiones u oficios, usados, y; hasta una cantidad que no exceda, por persona adulta, de 400 unidades de cigarrillos, 500 gramos de tabaco de pipa; 50 unidades de puros y 2.500 centímetros cúbicos de bebidas alcohólicas.

Examen Físico: Reconocimiento material de las mercancías efectuado por el Servicio.

Exportación: Salida legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el exterior.

- F -

Ficha técnica o monografía: descripción o tratado sobre un alimento en particular, que incluye a lo menos la composición química y nutricional del producto, la descripción de procesos, los estándares de calidad y las condiciones de almacenamiento que requiere.

- G -

Guía Aérea Carta de Porte Aérea: Documento que acredita en el transporte aéreo de mercancías, la celebración de un contrato, las condiciones de transporte, la recepción de la mercancía por el transportador, su peso, volumen, embalaje, así como el número de bultos.

Guía Courier: Documento que acredita la consignación de la mercancía que llega o sale por este tipo de despacho, permitiendo a las empresas courier y a los Agentes de Aduana en su caso, la confección y presentación de los documentos de destinación aduanera.

Guía de Correos: Lista de los efectos postales entregados o recibidos por Empresa de Correos.

- I -

Importación: Introducción legal de mercancía extranjera para su uso o consumo en el país.

Importador: persona natural o jurídica que realiza o solicita, personalmente o a través de terceros, el trámite de importación.

Internación: proceso de obtención de autorización para distribución, uso y consumo del alimento importado.

- L -

Legalización: Acto por el cual el Director Regional, el Administrador o los funcionarios en quienes éstos deleguen esta facultad, constatan que el respectivo documento ha cumplido todos los trámites legales y reglamentarios, otorgándole su aprobación y verificando además, la conformidad de la garantía rendida, en aquellas declaraciones en que sea exigible.

Lote: cantidad de un alimento, producto farmacéutico, cosmético o pesticida de uso sanitario y doméstico, producida en condiciones esencialmente iguales.

Loteo: Es la operación que realiza la Aduana consistente el reconocimiento físico, pesaje, medición, conteo, descripción, valoración y clasificación arancelaria de las mercancías en condiciones de ser subastadas en remate aduanero.

- M -

Manifiesto de Carga: Documento suscrito por el conductor o por los representantes de la empresa de carga, que contiene la relación completa de los bultos de cualquier clase a bordo del vehículo con exclusión de los efectos postales y de los efectos de tripulantes y pasajeros.

Manifiesto Courier: Documento que debe contener la individualización de cada una de las Guías Courier que transporta un vehículo o un mensajero internacional, sea por vía aérea o terrestre, mediante el cual las mercancías se presentan y entregan a la Aduana a fin de acceder al sistema de despacho courier.

Materia prima alimentaria: sustancia que para ser utilizada como alimento precisa de algún tratamiento o transformación de naturaleza química, física o biológica.

Mercancía: Todos los bienes corporales muebles, sin excepción alguna.

Mercancía Extranjera: La que proviene del exterior y cuya importación no se ha consumado legalmente, aunque sea de producción o manufactura nacional; o que habiéndose importado bajo condición, ésta deje de cumplirse.

Mercancía Nacional: Es la producida o manufacturada en el país con materias primas nacionales o nacionalizadas.

Mercancía Nacionalizada: Es la mercancía extranjera cuya importación se ha consumado legalmente, esto es cuando terminada la tramitación fiscal, queda a la libre disposición de los interesados.

Muestras sin valor comercial: alimentos y materias primas alimentarias destinadas a uso humano, cuyo destino es el consumo personal del importador, análisis, pruebas de laboratorio, evaluación de mercado entre otros. Estos alimentos no pueden ser comercializados o destinados a terceros.

Muestras sin valor comercial de producto farmacéutico, cosmético o pesticida de uso sanitario y doméstico o de las materias primas utilizadas en su elaboración: productos o materias primas cuyo destino es análisis, pruebas de laboratorio, evaluación de mercado, registro sanitario en el Instituto de Salud Pública de Chile, entre otros. Estos productos no pueden ser comercializados o destinados a terceros.

- N -

NEPPEX: Ver Notificación de Embarque de Productos Pesqueros de Exportación.
Notificación de Embarque de Productos Pesqueros de Exportación (NEPPEX): formulario mediante el cual se solicita, ante el Servicio Nacional de Pesca, la autorización para efectuar una exportación de productos pesqueros.

- P -

Partida de importación : conjunto de alimentos que ingresan al país mediante un trámite aduanero único.

Perímetro Fronterizo de Vigilancia Especial: Parte de la zona secundaria en la cual se establecen prohibiciones y restricciones especiales para las existencias y tráfico de mercancías.

Potestad Aduanera: Conjunto de atribuciones que tiene el Servicio para controlar el ingreso y salida de mercancías hacia y desde el territorio nacional y para hacer cumplir las disposiciones legales y reglamentarias que regulan las actuaciones aduaneras. Quedan también sujetas a la potestad aduanera las personas que pasen por las fronteras, puertos y aeropuertos, y la importación y exportación de servicios respecto de los cuales la ley disponga la intervención de la Aduana.

Precinto: Hilo, bramante, banda o artículos similares, destinados a ser utilizados en combinación con un sello.

- R -

Rancho: Los combustibles, lubricantes, aparejos y demás mercancías, incluyendo las provisiones destinadas al consumo de pasajeros y tripulantes que requieren las naves, aeronaves y vehículos destinados al transporte internacional y en estado de viajar para su propio mantenimiento, conservación y perfeccionamiento.

Reconocimiento: Operación por medio de la cual el despachador con mandato para despachar o el interesado, revisa o inspecciona las mercancías en los recintos de depósito aduanero antes de someterlas a una destinación aduanera. Como consecuencia de este reconocimiento se pueden realizar las operaciones materiales de reembalaje y división, como asimismo la extracción de muestras.

Rechazo de uso y consumo: pronunciamiento de la Seremi de Salud, en el sentido de negar, fundadamente, la autorización para la comercialización o uso de los alimentos importados, producto farmacéutico, cosmético o pesticida de uso sanitario y doméstico o de las materias primas utilizadas en su elaboración.

Redestinación: Envío de mercancías extranjeras desde una Aduana a otra del país, para los fines de su importación inmediata o para la continuación de su almacenamiento.

Reexpedición: Envío de mercancías extranjeras desde una zona franca a otra, al extranjero, a depósitos francos o a una zona primaria.

Reexportación: Retorno al exterior de mercancías traídas al país y no nacionalizadas.

Resolución de Uso y Disposición (UyD): Resolución, emitida por la autoridad competente, que permite que los productos que ingresan al país puedan ser usados o distribuidos en el territorio nacional.

- S -

Salida Temporal: Salida al extranjero de mercancías nacionales o nacionalizadas, sin perder su calidad de tales y sin pagar a su retorno los derechos e impuestos que cause la importación, bajo determinadas condiciones.

Sello: Pieza de metal o de otro material adecuado que sirve para unir los dos extremos de un precinto, que ofrecen seguridad de que cualquier violación pueda ser detectada.

- T -

Transbordo: Traslado directo o indirecto de mercancías, de un vehículo a otro, o al mismo en diverso viaje, incluso su descarga a tierra con el mismo fin de continuar a su destino, y aunque transcurra cierto plazo entre su llegada y su salida.

Tránsito: Paso de mercancías extranjeras a través del país cuando éste forma parte de un trayecto total comenzado en el extranjero y que debe ser terminado fuera de sus fronteras. Igualmente se considerará como tránsito el envío de mercancías extranjeras al exterior que se hubieren descargado por error u otras causas calificadas en las zonas primarias o lugares habilitados, con la condición de que no hayan salido de dichos recintos y que su llegada al país y su posterior envío al exterior se efectúe por vía marítima o aérea.

- U -

UyD: ver Resolución de Uso y Disposición.

- V -

Valor Aduanero: Es el valor de transacción, es decir, el precio realmente pagado o por pagar de las mercancías cuando éstas se venden para su exportación al país de importación, ajustado cuando corresponda.

Ventanilla Única de Comercio Exterior: Sistema que permite a los agentes de comercio exterior proporcionar en forma electrónica, información a un solo organismo público, para cumplir con todas las visaciones o exigencias que se requieren para la tramitación de las destinaciones aduaneras, de acuerdo a las normas legales y reglamentarias.

- Z -

Zona Franca: Área o porción unitaria de territorio perfectamente deslindado y próximo a un puerto o aeropuerto amparado por presunción de extraterritorialidad aduanera.

Zona Franca de Extensión: Ciudad o región situada adyacente a la Zona Franca delimitada por el Presidente de la República en uso de sus facultades.

Zona Primaria: Espacio de mar o tierra en el cual se efectúan las operaciones materiales, marítimas y terrestres de la movilización de las mercancías el que para los efectos de su jurisdicción es recinto aduanero y en cual han de cargarse, descargarse, recibirse o revisarse las mercancías, para su introducción o salida del territorio nacional.

APÉNDICE

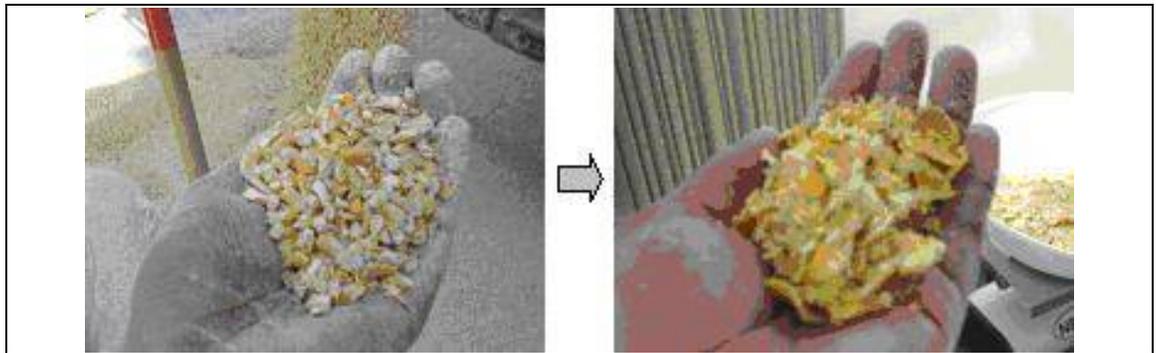
Información adicional

Hojuelas De Maíz Fortificadas Listas Para El Consumo.

La hojuela de maíz es un cereal al que no se le ha añadido edulcorantes y está listo para el consumo. El atractivo de este cereal es que es bajo en grasa y ha sido fortificado. Es una buena fuente de vitamina A, vitamina C y hierro. Puede usarse para sustituir cualquier tipo de cereal seco listo para el consumo.

Una onza (1 taza) de cereal de hojuela de maíz equivale a una porción del grupo de panes, cereales, arroz y pastas de la pirámide alimenticia. La materia prima principal de la hojuela de maíz, como su nombre lo indica, es el maíz.

Transformación de la materia prima de la hojuela de maíz



Maíz en grano duro

Hojuela de maíz

Datos de nutrición de la hojuela de maíz

Datos de nutrición	
Porción 1 taza (28 g) de cereal de hojuelas de maíz	
Cantidad por porción	
Calorías 106	Cal. de grasa 2
% Valor diario*	
Grasa total 0.2 g	0%
Grasa saturada 0.1 g	0%
Colesterol 0 mg	0%
Sodio 263 mg	10%
Carbohidratos totales 24 g	8%
Fibra dietética <1 g	2%
Azúcares 5 g	
Proteína 1 g	
Vitamina A 14%	Vitamina C 24%
Calcio 0%	Hierro 47%
*Los porcentajes de los valores diarios se basan en una dieta de 2,000 calorías al día.	

Fuente: Departamento de Agricultura de EE.UU.

6.3.1.2. Descripción técnica

Nombre técnico ----- Granos trabajados (por ejemplo: mondados, perlados, troceados o quebrantados), de maíz.

Nombre comercial ----- Cereales para el desayuno variedades hojuela de maíz.

6.3.1.3. Proceso de elaboración

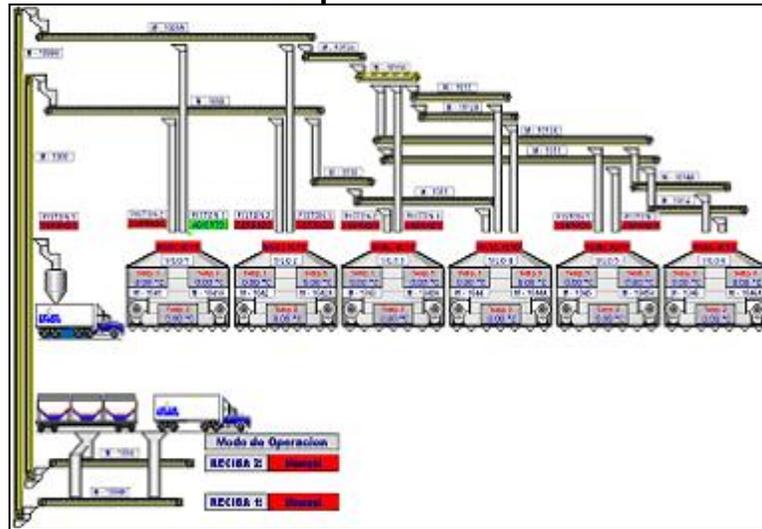
Las hojuelas de maíz se hace de maíz madurado por 140 días, el cual se muele quitándoles el núcleo y se le agrega cebada malteada para darles su característico sabor, esta mezcla se cocina a presión a temperaturas superiores de 100 grados centígrados, la mezcla resultante se seca para reducir el contenido de agua, esta "masa" pasa por unos rodillos de aproximadamente 40 toneladas para generar las hojuelas, las cuales se tuestan y se secan a mas de 600 grados centígrados, para finalmente rociarlos con las vitaminas y minerales que contienen.

El proceso de elaboración de la hojuela de maíz está subdividido en tres etapas recepción, elaboración y producto terminado.

Etapas I. Recepción

Es el proceso de recibir el maíz y transportarlo a los silos metálicos de almacenamiento.

Recepción del maíz



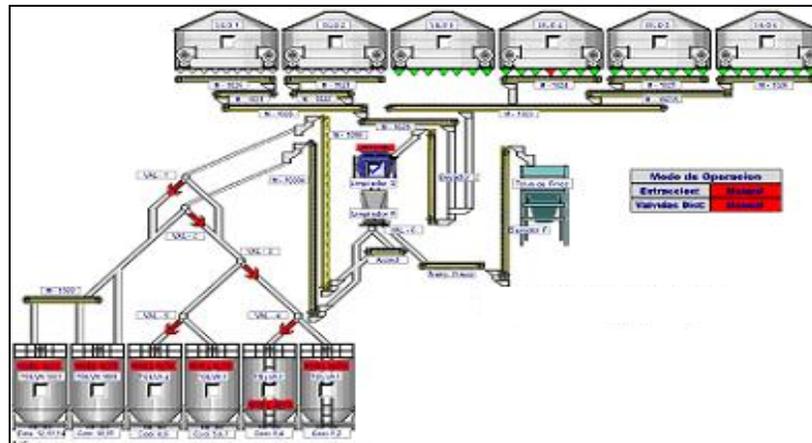
Fuente: INDUSTRIA SIGRAMA. Planta procesadora de alimentos.

Etapa II. Elaboración

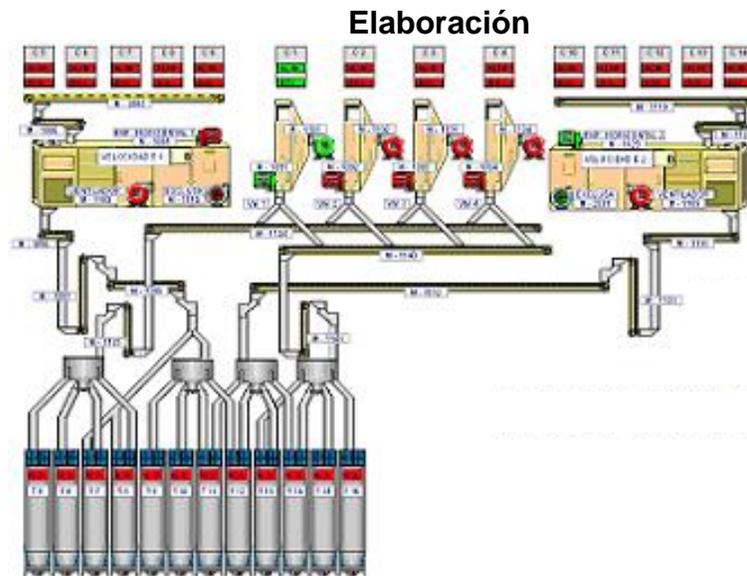
Proceso de transformación del grano a hojuela de maíz. Este proceso abarca el traslado desde los silos de almacenamiento hasta las tolvas de servicio, el proceso de cocción, lamiando, horneado y por último el traslado a las tolvas de producto terminado.

Se inicia con el proceso de extracción consistente en retirar del maíz una capa llamada salvado.

Extracción



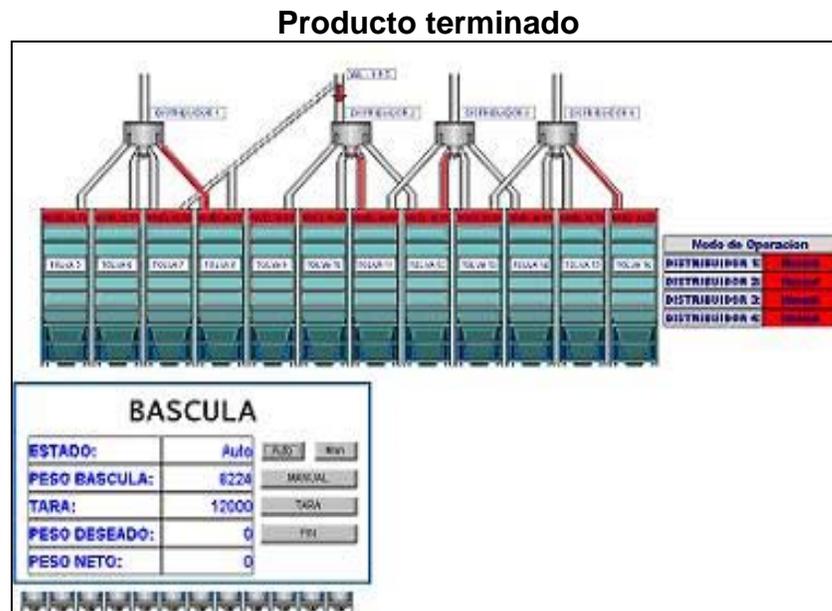
Fuente: INDUSTRIA SIGRAMA. Planta procesadora de alimentos.



Fuente: INDUSTRIA SIGRAMA. Planta procesadora de alimentos.

Etapa III. Producto terminado

Proceso de llenado de las tolvas de producto terminado, descarga y pesaje de los camiones que recogen el producto final (la hojuela) para ser trasladado a los clientes.



Fuente: INDUSTRIA SIGRAMA. Planta procesadora de alimentos.

La estrategia de comercialización del bien seleccionado se basará en la presentación de las características innovación y desarrollo del bien, como atractivo

principal para presentarlo al potencial cliente en el mercado venezolano. Esta característica se basa en la crocancia y la base nutricional que presenta gracias a su trabajo con grano entero, hecho que lo hace diferente con respecto a sus principales competidores. Adicional a esto, se buscará generar y promover ante dicho cliente, una fórmula que combine variables como precio (bastante competitivo con el del principal competidor), calidad y respuesta a la necesidad de abastecimiento presentadas por él. Ante el proveedor, la estrategia de comercialización se basará en la ampliación de mercados de sus productos, por medio de la presentación de una propuesta atractiva que le ofrezca aumento de ventas y difusión de su producto en mercados internacionales, generando un crecimiento que le garantice rentabilidad e imagen a su empresa.