

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA
SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL (C.I) DE PRODUCTOS
FLORICOLAS.

JUAN LUIS GIRALDO RÍOS

UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE INGENIERÍA
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA MECÁNICA
MEDELLÍN
2010

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA
SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL (C.I) DE PRODUCTOS
FLORICOLAS.

JUAN LUIS GIRALDO RIOS

Propuesta de proyecto de Grado para optar al
Título de Ingeniero Mecánico

Asesor: Elkin Gómez Salazar
Economista

UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE INGENIERÍA
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA MECÁNICA
MEDELLÍN
2010

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	7
1. DEFINICIÓN CLARA Y CONCRETA DEL PROBLEMA O MEJORA.....	8
2. JUSTIFICACION	11
3. RESEÑA HISTORICA	12
4. OBJETIVOS	14
4.1 OBJETIVO GENERAL.....	14
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
4.2.1 Objetivo especifico 1	14
4.2.2 Objetivo especifico 2	14
4.2.3 Objetivo especifico 3	14
4.2.4 Objetivo especifico 4	14
4.2.5 Objetivo especifico 5	14
5. ESTUDIO DE MERCADO	15
5.1 OBJETIVO DE ESTUDIO	15
5.1.1 Objetivos Específicos.....	15
5.2 PRESELECCIÓN DE MERCADOS OBJETIVOS	15
5.3 SELECCIÓN DE MERCADOS OBJETIVOS.....	19
5.4. ANALISIS DOFA.....	21
5.5. ANÁLISIS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	29
5.6 BARRERAS DE ENTRADA A LOS DIFERENTES MERCADOS.....	29
6. CONSTITUCION DE UNA SOCIEDAD DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL C.I.....	31
6.1 OBJETIVO DE ESTUDIO	31
6.1.1. Objetivos Específicos.....	31
7. PASOS PARA REALIZAR UNA EXPORTACION EXITOSA.....	51
7.1 OBJETIVO DE ESTUDIO	51
7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	51
7.2.1. Definición de exportación	51

7.2.2. Justificación de la exportación	51
7.2.3. Pasos para realizar una exportación exitosa.....	52
8. ESTUDIO FINANCIERO	55
8.1 OBJETIVO DE ESTUDIO	55
8.1.1 Objetivos específicos	55
8.2. INVERSIONES	55
8.2.1. Explicación flujo de inversiones.	57
8.3. ANALISIS FIANCIERO	60
8.3.1. Análisis punto de equilibrio.....	60
8.3.2. Análisis de sensibilidad frente a la TRM.....	60
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	62
BIBLIOGRAFÌA	64

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Flujo de inversiones	56
Tabla 2. Resumen análisis de sensibilidad.	61

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo “ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL (C.I) DE PRODUCTOS FLORICOLAS” tiene por objeto, como su titulo lo indica, realizar un estudio de pre-factibilidad técnica y económica para determinar la viabilidad de constituir una empresa de comercialización internacional, con el fin de exportar diversos tipos de flores, follajes, y arreglos florales a diferentes mercados.

Es de resaltar que las flores colombianas, poseen un lugar destacado dentro de las preferencias del consumidor internacional por su alta calidad, colorido, belleza, tamaño y variedad. Estas cualidades le han permitido ocupar el segundo lugar como exportador a nivel mundial después de Holanda (Proexpot Colombia e Instituto Alexander Humboldt, 2003).

La situación mencionada en el párrafo anterior, sumada a la experiencia del autor en el cultivo de flores, hacen advertir una interesante posibilidad de negocio en la comercialización directa de los productos florícolas en los mercados externos, pues no es secreto que una porción importante de las ganancias de este negocio se queda en las arcas de los comercializadores.

En conclusión, el fin último del presente trabajo es con base en investigaciones y consultas y mediante la evaluación: legal, sectorial, de costos, inteligencia de mercados, de mercado y financiera sentar las bases para la constitución y puesta en marcha de una empresa de comercialización internacional de productos florícolas.

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.

La producción y exportación de flores colombianas, tiene un rol protagónico en la economía del país, si se tiene en cuenta que desde hace varios años se mantiene en los tres primeros lugares de las exportaciones no tradicionales, llegando incluso a sobrepasar los 900 millones de dólares al año.

De la totalidad de tallos producidos el 75%, provienen de la Sabana de Bogotá, el 15%, del Oriente antioqueño (principalmente de Rionegro y La Ceja del Tambo), y el otro 10%, restante es producido en su mayoría por el eje cafetero (Asocolflores).

En la actualidad el Oriente Antioqueño y en especial los municipios de Rionegro y de La Ceja del Tambo son ampliamente reconocidos por la producción y exportación de flores, actividad que ha sido parte fundamental de su desarrollo económico y social.

La abundancia y fertilidad de los suelos, la alta luminosidad, la abundancia de agua y su gran biodiversidad, hacen de Colombia uno de los mejores países del mundo para cultivar flores.

Los aspectos más importantes a tener en cuenta al hablar sobre costos de producción en las flores son: la mano de obra que genera aproximadamente un 50%, de los costos totales de producción, el transporte significa un 25%, y el otro 25%, es la suma de los elementos restantes tales como: Insumos agrícolas, empaque, etiquetado, entre otros.

Las flores tienen básicamente dos unidades de negocio que son: el cultivo y la comercialización. Es importante resaltar que aunque es muy común que el comercializador sea cultivador no siempre es necesario. Además, es también

importante señalar que en este estudio el interés está centrado en la comercialización y no en la producción.

La comercialización de las flores tiene características y variables bastante complejas como lo son: mercados altamente competidos, alta estacionalidad en las ventas, dependencia directa de la tasa representativa del mercado, dólar estadounidense Vs peso colombiano y cotización internacional del barril de petróleo.

En la actualidad las exportaciones colombianas tienen dos destinos principales como lo son: Estados Unidos con más del 80% del total de las flores exportadas, y la Unión Europea con aproximadamente el 9%, el porcentaje restante, está en más de 38 destinos diferentes con mínimos envíos (Proexport Colombia e instituto Alexander Von Humboldt, 2003).

Es importante anotar que la participación colombiana en el mercado Norteamericano supera el 80%, lo cual sugiere que es un mercado prácticamente saturado y por lo tanto las posibilidades de crecer en él no son muy promisorias. Frente a estas realidades surge la pregunta ¿qué cambios deben implementarse en la producción florícola para que se aumente la competitividad y se expanda el mercado actual?

- ¿Qué acciones se están tomando para agregar valor a las flores?
- ¿Por qué el mercado norteamericano es el destino de aproximadamente el 80% del total de la producción florícola colombiana?
- ¿Qué es lo que hace falta para que se busquen mercados alternativos?
- ¿Existen mercados con potencial de expansión y menor nivel de saturación?
- ¿Es la venta a nivel nacional una alternativa viable?

- ¿Es posible ser competitivos con una tasa de cambio desfavorable? (Banco de la republica)
- ¿Cómo afectan los productos sustitutos la venta de las flores?
- ¿Debe la floricultura colombiana innovar con productos diferentes a los tradicionales?
- ¿Está el mercado estadounidense saturado?
- ¿La inversión en tecnología y capacitación es una opción válida para la reducción del costo de mano de obra?
- ¿Por qué es Holanda, de lejos el primer productor de flores del mundo si tiene las condiciones más adversas (poca luz, poco territorio, mano de obra excesivamente costosa) para su cultivo? (Bernal, 2000)

2. JUSTIFICACION

Este proyecto está orientado a determinar la viabilidad de constituir una empresa de comercialización internacional (C.I) cuyo objetivo sea ofrecer productos florícolas colombianos, específicamente del Oriente Antioqueño en el mercado internacional, que se caractericen y se reconozcan por su altísima calidad (belleza, tamaño, color, sanidad y frescura), entregas justo a tiempo, continuidad en el suministro y precio competitivo.

El potencial inexplorado de diversos mercados, adicional a los ya existentes, deja abierta la posibilidad de desarrollarlos, generando así, una excelente oportunidad de negocio.

Una vez que la empresa entre en funcionamiento, previa determinación de su viabilidad, contribuirá al desarrollo del sector florícola, y en consecuencia, al del departamento, y del país, generando nuevas fuentes de empleo estables con remuneración justa y todas las garantías de salud, seguridad social, riesgos profesionales, entre otras. Además, de generar dividendos para sus socios.

3. RESEÑA HISTORICA

Las primeras exportaciones de flores colombianas datan del año de 1965, por un valor de 20.000 dólares, con el transcurrir de los años, esta cifra ha alcanzado valores cercanos a los 700 millones de dólares, este rápido crecimiento en el sector, se le atribuye a las ventajas geográficas y climáticas, sumadas al esfuerzo de promoción de este producto en el exterior (Asocolflores).

Debido a su ubicación, Colombia está cercana a diversos mercados en los Estados Unidos, especialmente a Miami-Florida, que es la principal puerta de entrada en este mercado. Para su consolidación los exportadores de flores colombianas establecieron Colombia Flower Council en la ciudad de Miami en el año de 1987, otras entidades que han tenido un papel protagónico en el desarrollo de este sector son: Proexport (Agencia estatal de promoción de exportaciones) y Bancoldex (Banco exportador).

A nivel de inversiones en 1994 se creó el Fondo Florícola (FF) para el desarrollo de proyectos, estudios de marketing y desarrollo de nuevas tecnologías

Es importante resaltar que en la actualidad, Colombia tiene el primer lugar en la participación del mercado florícola norteamericano y el segundo en el mercado mundial con 50% y 10% respectivamente.

En cuanto a la organización gremial, desde 1973 existe Asocolflores (asociación colombiana de exportadores de flores) entidad sin ánimo de lucro cuyo objetivo es el de promover las exportaciones de flores colombianas, para beneficio de la economía del país, el bien de sus trabajadores y socios. Esta entidad representa los intereses de más de 270 empresas que significan aproximadamente el 80% del total de exportaciones de flores colombianas.

En la actualidad los principales importadores de flores a nivel mundial son: Estados Unidos con 700 millones de dólares, la Unión Europea con 553, Japón con 163 y Suiza con 130.

Estadísticas basadas en los 17 principales países productores, permiten estimar que la superficie mundial destinada al cultivo de flores es de aproximadamente 190.000 hectáreas.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Hacer el estudio de factibilidad para la constitución de una empresa de comercialización internacional de flores (C.I).

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

4.2.1 Objetivo específico 1

Hacer un estudio de mercado con el fin de determinar el panorama actual y futuro del sector florícola

4.2.2 Objetivo específico 2

Definir según la normatividad vigente los pasos necesarios para constituir una sociedad de comercialización internacional (C.I)

4.2.3 Objetivo específico 3

Definir de acuerdo a la normatividad vigente (legal, fitosanitaria, aduanera, tributaria, cambiaria) los requerimientos básicos para realizar una exportación.

4.2.4 Objetivo específico 4

Analizar la viabilidad económica mediante un estudio de costos y financiero.

4.2.5 Objetivo específico 5

Obtener las principales conclusiones del estudio realizado

5. ESTUDIO DE MERCADO

5.1 OBJETIVO DE ESTUDIO

Determinar el potencial que existe en diversos mercados internacionales para la comercialización de flores frescas colombianas.

5.1.1 Objetivos Específicos.

- Preselección de mercados objetivos.
- Selección de mercados objetivos.
- Análisis DOFA.
- Análisis de las 4 P's del mercado.
- Análisis de productos sustitutos.
- Barreras de entrada a los diferentes mercados.
- Estimación de la demanda.

5.2 PRESELECCIÓN DE MERCADOS OBJETIVOS

En la actualidad, las ciudades y los países están profundizando sus relaciones comerciales con los mercados internacionales, con el propósito de alcanzar niveles mayores de crecimiento económico y extender los beneficios de los acuerdos y tratados de libre comercio a las comunidades, y de esta manera mejorar la calidad de vida de la población. En este trabajo inicialmente se escogieron los siguientes países como posibles importadores de flores (Proexport):

Holanda, Estados Unidos, Italia, Francia, Alemania, España, Ecuador, Kenya, Israel, Chile, Japón, Brasil, Suiza, Tailandia y Malasia.

Se descartan como posibles importadores los siguientes, por las siguientes razones expuestas:

HOLANDA: Se abastece principalmente de flores de países cercanos como Israel, Kenya, España y Zimbabwe. Las principales importaciones corresponden a rosas grandes y claveles estándar y el crisantemo. En el año 2000 importó 368 millones de dólares.

ITALIA: Por sus favorables condiciones climáticas es un importante productor y exportador de flores. Produce principalmente rosas, gerberas y crisantemos. Junto con España, Italia es el país de la Unión Europea con más superficie dedicada a la flor de corte.

FRANCIA: Francia no produce tantas flores como sus vecinos Italia y España, y su consumo está cercano al promedio de la Unión Europea, con características muy similares a las de sus vecinos, de alta calidad y fresca, el motivo más común de compra es para regalo.

ESPAÑA: A pesar de que a la mujer española se la conoce en todo el mundo con el clavel en el pelo y en las corridas de toros le tiran flores al matador, España es uno de los países de la Unión Europea que menos flores consume.

La producción se destina principalmente a la exportación al mercado Europeo. Se producen claveles, rosas y flores de verano.

ISRAEL: Es catalogado como el décimo exportador de productos florícolas a nivel mundial durante 1999. La experiencia de los floricultores ha influido en lograr una

alta calidad y producción de gran variedad de flores (más de 1000), como rosas, gypsophila, claveles, solidago, limonium y plantas de interior.

TAILANDIA Y MALASIA: Tradicionales exportadores de flores del sudeste asiático, orientan su producción a mercados como Japón y Europa, especialmente con productos de alto valor, como las orquídeas.

CHILE: El comercio exterior ha sido un elemento importante en el desarrollo reciente de la floricultura de este país. A partir del año 1978, Chile se inicia como tímido país exportador de flores frescas, con envíos de claveles a Paraguay y Gran Bretaña.

ESTADO UNIDOS: ES el principal mercado destino de las flores colombianas, en el cual se goza de un alto posicionamiento, preferencias arancelarias, cortas distancias, excelentes canales de envío y logística; no obstante es un mercado altamente competido y por ende con bajos precios.

SUIZA: Si bien es uno de los países en Europa con menor número de habitantes, presenta un alto ingreso cápita, a su vez es el principal consumidor de flores per cápita del viejo continente, incluso superando a países como Alemania y Francia.

Es un mercado difícil de penetrar con fuertes regulaciones en materia fitosanitaria diferentes a la mayoría de países de Europa debido a que Suiza no es miembro de la U.E, pero ofrece el gran atractivo de tener hábitos de consumo regulares que son guiados por la calidad, razón por la cual están dispuestos a pagar precios altos, característica muy ventajosa para las flores colombianas que son reconocidas en el mundo entero por sus altísimos estándares de calidad, situación que es respaldada por los múltiples premios internacionales que se han ganado superando incluso a países como Holanda, Ecuador e Israel que son reconocidos productores de flores Premium.

JAPÓN: Es un destino sumamente atractivo para productos florícolas del segmento Premium, es un mercado muy exigente en cuanto a los métodos de producción inclinándose por productos orgánicos principalmente, a la calidad y frescura, los consumidores son altamente selectivos y están dispuestos a pagar altos precios con respecto al promedio, el principal motivo de compra es para decoración y regalos en fechas especiales (Embajada de Colombia en Tokio Japón, 2006).

RUSIA: Después de la transición al régimen capitalista se perfila como uno de los países que más demanda bienes y servicios de alto perfil económico, además es un mercado con un volumen enorme, y si bien es un destino poco convencional para las exportaciones colombianas nuestros productos florícolas gozan de gran prestigio.

EMIRATOS ÁRABES UNIDOS: En los últimos años debido al auge del turismo las importaciones de flores han crecido sustancialmente, principalmente para decoración de hoteles y venta al detal en almacenes de cadena, las flores predilectas son las coloridas con fuertes contraste y sumamente adornadas, presenta un gran inconveniente en materia de transporte debido a las enormes distancias lo que dificulta mantener la frescura del producto, y además son escasos los canales de distribución desde Colombia hacia estos destinos situación que conlleva a un gran desafío logístico.

BRASIL: En los últimos años este país ha presentado un importante crecimiento económico, convirtiéndose en la potencia por naturaleza de América latina, en materia de flores es un mercado casi virgen, poco competido y con un enorme potencial, gran cercanía, situación que reduciría drásticamente costos logísticos y de envió, además de acortar tiempos de entrega, preferencias arancelarias y una fluida relación comercial.

ISLAS DEL CARIBE: Por ser países en los cuales su economía depende fundamentalmente del turismo, en general no son productores sino consumidores, su principal y casi único motivo de compra es para decoración en cadenas hoteleras, sus pedidos son regulares y periódicos en pequeñas cantidades y de precio promedio, por estas razones si bien son mercados atractivos se requieren mucha logística y manejo para ventas que no son tan significativas (Proexport) (Portafolio).

5.3 SELECCIÓN DE MERCADOS OBJETIVOS

La selección de los mercados que se detallan en este numeral tiene como fundamento los siguientes criterios de selección:

- Posicionamiento de productos florícolas colombianos.
- Adecuados canales de comercialización con costos razonables.
- Preferencias arancelarias y acuerdos comerciales.
- Alto consumo per cápita.
- Alto ingreso per cápita.
- Potencial futuro del mercado.
- Precio de los productos en los mercados.
- Regulaciones fitosanitarias compatibles.
- Conocimiento de los hábitos de consumo.

ALEMANIA: Se destaca por ser uno de los principales consumidores a nivel mundial (hasta el año 1999 era el país con mayor consumo de flores frescas) y además presenta una tendencia a seguir creciendo. El mercado se abastece de producción nacional e importaciones principalmente desde Holanda, pero las flores colombianas gozan de excelente reputación y acogida en este destino, por

lo que se perfila como un mercado sumamente atractivo para los productos florícolas colombianos.

Es el cuarto mercado más importante dentro de la U.E., para Colombia, compra 1% del total de las flores que Colombia exporta al mundo y 10% de las que se destinan a la Unión Europea.

SUIZA: Suiza es, geográfica y demográficamente, un mercado de pequeñas dimensiones, poco más de 7,5 millones de habitantes. No obstante, es un país muy desarrollado, con un alto nivel de renta per cápita y, por lo tanto, con un gran poder adquisitivo y de consumo: mercados muy maduros en la mayor parte de los sectores

A esas características que son parecidas a las que el exportador encuentra en los mercados de la UE, se añaden, en el caso de Suiza, algunas particularidades que dificultan su labor de penetración pero actúan a su favor cuando, una vez introducido en el mercado, se transforman en ventajas respecto de eventuales competidores. Entre estas particularidades podemos mencionar el hecho de que la cultura suiza tiende al acuerdo y al compromiso y, por lo tanto, a la restricción de la competencia y el que la preocupación medioambiental en sentido amplio esté muy engranada en la sociedad suiza y haya penetrado por muchos puntos en el sistema regulatorio con repercusiones directas en la producción y comercialización de los productos.

ESTADOS UNIDOS: Es el mayor país importador de flores cortadas a partir del año 2000. Su consumo per cápita se estima en 30 US\$/hab/año, el que es bastante inferior a los países europeos, pero con una tendencia a crecer.

Estados Unidos es el principal destino para la exportación de flores procedentes de América Central y de Sudamérica. Colombia, principal exportador de flor cortada a Estados Unidos, compite con Ecuador, México, Guatemala y Costa Rica.

El mercado de productos florícolas de Estados Unidos es el más importante a nivel mundial.

JAPÓN: Es uno de los principales países consumidores de flores cortadas. El consumo total de flores y el promedio per cápita son altos.

El 70 % del consumo total corresponde a empresas que manejan las ocasiones ceremoniales, tales como las bodas, entierros, regalos corporativos o decoraciones florales en hoteles. El consumo de flores para ser utilizadas en el hogar es más bajo que en otros países industrializados. Además el precio minorista unitario de las flores es muy alto, lo que no estimula su consumo en el hogar. En los últimos años ha cambiado la conducta del consumidor japonés, pues ha aumentado la compra de flores para uso doméstico, copiando el modelo de conducta europeo.

5.4. ANALISIS DOFA

ALEMANIA:

Debilidades:

- Alta oferta y mercado muy competido
- La cooperación y el comercio entre Latinoamérica y Europa aun son relativamente débiles
- Fuerte competencia con flores holandesas.
- Exigentes regulaciones sanitarias.
- Altos costos de envío
- Países de la Unión Europea, sobre todo Italia, Alemania y Francia, también son grandes productores usando las tecnologías más avanzadas.

Oportunidades:

- Bajos aranceles para flores.
- Posicionarse en un excelente mercado como lo es el alemán.
- Aprender de los mercados europeos.
- Ganarle algunos puntos de participación del mercado a Holanda.
- Altos precios de compra de flores.
- Mercado con altos consumos per cápita.

Fortalezas:

- Gran posicionamiento de las flores colombianas en los mercados internacionales.
- El hecho de ser un país sin estaciones permite producir de forma continua, lo que es una gran ventaja frente a los productores europeos especialmente con respecto a Holanda.
- Mano de obra de bajo costo.
- Al estar situado sobre la línea ecuatorial Colombia goza de un gran porcentaje de luz situación fundamental para la producción de flores y que incide de manera directa en el color y el tamaño.
- Los diversos pisos térmicos de Colombia permiten producir una gran variedad de flores con excelentes características, de manera continua y con un tiempo de cosecha muy bajo.
- La alta tecnificación de gran parte de los cultivos permite asegurar un abastecimiento continuo y una producción eficiente.

Amenazas

- Importante posicionamiento de productos sustitutos de las flores.
- El gremio afirma que hay una sobreoferta mundial de flores y nuevos competidores con ventajas logísticas.
- Reducciones en la tasa representativa del mercado tanto de euros como de dólares
- Las preferencias unilaterales tienen una vigencia temporal limitada y no hay seguridad sobre su renovación y los términos en que ella se pueda dar

SUIZA:

Debilidades:

- Alta oferta y mercado muy competido
- La cooperación y el comercio entre Latinoamérica y Europa aun son relativamente débiles
- Se requieren grandes esfuerzos para desplazar los productos florícolas holandeses, debido a que es su principal fuente de abastecimiento.
- Exigentes regulaciones sanitarias.
- Altos costos de envío
- Países de la Unión Europea, sobre todo Italia, Alemania y Francia, también son grandes productores usando las tecnologías más avanzadas.

Oportunidades:

- Las nuevas tendencias en el mercado de flores están motivadas por el cambio de preferencias en colores, tamaños y tipo de flores, lo cual genera una oportunidad para ofrecer productos innovadores con cierto valor agregado a través de tecnologías de avanzada.

- Bajos aranceles para flores.
- Posicionarse en un excelente mercado como lo es el alemán.
- Aprender de los mercados europeos.
- Ganarle algunos puntos de participación del mercado a Holanda.
- Capitalizar la gran reputación que tiene Colombia en materia de flores.
- Altos precios de compra de flores.
- Mercado con altos consumos per cápita.

Fortalezas:

- Gran posicionamiento de las flores colombianas en los mercados internacionales.
- El hecho de ser un país sin estaciones permite producir de forma continua, lo que es una gran ventaja frente a los productores europeos especialmente con respecto a Holanda.
- Mano de obra de bajo costo.
- Al estar situado sobre la línea ecuatorial Colombia goza de un gran porcentaje de luz situación fundamental para la producción de flores y que incide de manera directa en el color y el tamaño.
- Los diversos pisos térmicos de Colombia permiten producir una gran variedad de flores con excelentes características, de manera continua y con un tiempo de cosecha muy bajo.
- La alta tecnificación de gran parte de los cultivos permite asegurar un abastecimiento continuo y una producción eficiente.

Amenazas:

- Importante posicionamiento de productos sustitutos de las flores.
- El gremio afirma que hay una sobreoferta mundial de flores y nuevos competidores con ventajas logísticas.
- Reducciones en la tasa representativa del mercado tanto de euros como de dólares
- Las preferencias unilaterales tienen una vigencia temporal limitada y no hay seguridad sobre su renovación y los términos en que ella se pueda dar.

ESTADOS UNIDOS:

Debilidades:

- El deterioro de la competitividad de los floricultores colombianos a causa de la revaluación del peso Vs dólar.
- Un mercado con escasas posibilidades de expansión
- Los productores usualmente son temerosos al cambio y presentan cierta aversión al riesgo que genera la innovación.
- Poco impulso en la conquista de nuevos mercados y lanzamiento de nuevos productos

Oportunidades:

- Aprovechar el enorme posicionamiento de las flores colombianas en el mercado norteamericano.
- Acuerdos comerciales de órdenes fijas.
- Utilizar los excelentes canales logísticos y de distribución a precios relativamente bajos.

- Dada la excelente reputación de los productos colombianos existe la oportunidad de posicionar flores exóticas como lo son las Heliconias de las cuales Colombia es el país con mayor variedad en el mundo.

Fortalezas:

- Amplio conocimiento del mercado estadounidense.
- Excelentes canales de distribución.
- Logística sin mayores contratiempos
- Gran posicionamiento de las flores colombianas en el mercado norteamericano.
- Liderazgo en este mercado con una participación cercana al 90%
- El hecho de ser un país sin estaciones permite producir de forma continua, lo que es una gran ventaja frente a los productores europeos especialmente con respecto a Holanda.
- Mano de obra de bajo costo.
- Al estar situado sobre la línea ecuatorial Colombia goza de un gran porcentaje de luz situación fundamental para la producción de flores y que incide de manera directa en el color y el tamaño.
- Los diversos pisos térmicos de Colombia permiten producir una gran variedad de flores con excelentes características, de manera continua y con un tiempo de cosecha muy bajo.
- La alta tecnificación de gran parte de los cultivos permite asegurar un abastecimiento continuo y una producción eficiente.
- Cero aranceles para flores colombianas.

Amenazas:

- Revaluación del peso.
- Importante posicionamiento de productos sustitutos de las flores.
- El gremio afirma que hay una sobreoferta mundial de flores y nuevos competidores con ventajas logísticas.
- Las preferencias unilaterales tienen una vigencia temporal limitada y no hay seguridad sobre su renovación y los términos en que ella se pueda dar.
- Mercado altamente competido.
- Bajos precios de venta.

JAPÓN.

Debilidades:

- Alta oferta y mercado muy competido
- La cooperación y el comercio entre Latinoamérica y Europa aun son relativamente débiles
- Se requieren grandes esfuerzos para desplazar los productos florícolas holandeses, debido a que es su principal fuente de abastecimiento.
- Exigentes regulaciones sanitarias.
- Altos costos de envío
- Países de la Unión Europea, sobre todo Italia, Alemania y Francia, también son grandes productores usando las tecnologías más avanzadas.

Oportunidades:

- Las nuevas tendencias en el mercado de flores están motivadas por el cambio de preferencias en colores, tamaños y tipo de flores, lo cual genera

una oportunidad para ofrecer productos innovadores con cierto valor agregado a través de tecnologías de avanzada.

- Bajos aranceles para flores.
- Posicionarse en un excelente mercado como lo es el alemán.
- Aprender de los mercados europeos.
- Ganarle algunos puntos de participación del mercado a Holanda.
- Capitalizar la gran reputación que tiene Colombia en materia de flores.
- Altos precios de compra de flores.
- Mercado con altos consumos per cápita.

Fortalezas:

- Gran posicionamiento de las flores colombianas en los mercados internacionales.
- El hecho de ser un país sin estaciones permite producir de forma continua, lo que es una gran ventaja frente a los productores europeos especialmente con respecto a Holanda.
- Mano de obra de bajo costo.
- Al estar situado sobre la línea ecuatorial Colombia goza de un gran porcentaje de luz situación fundamental para la producción de flores y que incide de manera directa en el color y el tamaño.
- Los diversos pisos térmicos de Colombia permiten producir una gran variedad de flores con excelentes características, de manera continua y con un tiempo de cosecha muy bajo.
- La alta tecnificación de gran parte de los cultivos permite asegurar un abastecimiento continuo y una producción eficiente.

Amenazas:

- Importante posicionamiento de productos sustitutos de las flores.
- El gremio afirma que hay una sobreoferta mundial de flores y nuevos competidores con ventajas logísticas.
- Reducciones en la tasa representativa del mercado tanto de euros como de dólares
- Las preferencias unilaterales tienen una vigencia temporal limitada y no hay seguridad sobre su renovación y los términos en que ella se pueda dar.

5.5. ANÁLISIS DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Un aspecto que ha golpeado a las flores, es la competencia con otros productos sustitutos que hacen las veces de regalos en fechas especiales.

Preocupa que los regalos que compiten con las flores pertenezcan a industrias con fuerte capacidad de mercadeo, las tarjetas y los vinos.

Una de las posibilidades para enfrentar los desafíos en cuanto a los productos sustitutos es agregar valor por medio del empaque, dedicatorias en formatos especiales y otros elementos que hagan más atractivas las flores a la hora de regalar.

5.6 BARRERAS DE ENTRADA A LOS DIFERENTES MERCADOS.

La imposición de restricciones de carácter ambiental y social por parte de los mercados internacionales. La imposición de estas barreras se origina en el impacto negativo sobre el medio ambiente por la utilización de ciertos insumos y, las condiciones de contratación de mano de obra.

Poca investigación y desarrollo de nuevas variedades y técnicas de producción a nivel nacional. Lo anterior lleva a que los requerimientos de innovación de la

producción nacional dependan de las importaciones de esquejes, que son desarrollados por competidores tales como Holanda e Israel, que realizan grandes inversiones en investigación y desarrollo.

Altos costos relacionados con el transporte especializado de flores y la introducción al mercado (sistemas de manejo en frío, contratación de inspectores de control fitosanitario y controles para prevenir el tráfico de drogas, entre otros). Dichos costos son asumidos por los exportadores.

Cualquier dificultad para las ventas de flores en los mercados internacionales se traduce en pérdidas de capital para el productor nacional ante la baja capacidad de absorción del producto en el mercado interno.

La dependencia al desarrollo de variedades por otros productores internacionales, hacen que las flores de Colombia no sean un producto diferenciado en el mercado, por lo cual compiten en el mercado de Estados Unidos con flores producidas en países como Holanda, Ecuador, México y Costa Rica. Adicionalmente, este hecho no permite obtener un mayor valor agregado.

Vulnerabilidad al incremento de los precios internacionales del petróleo, dado que los insumos químicos, urea, plásticos y fletes se elevan con los incrementos del hidrocarburo.

Desbalance entre los ingresos y gastos de las empresas del sector; en tanto que los ingresos dependen del comportamiento de los precios internacionales de las flores y de la tasa de cambio, y los costos fijos están dados en pesos, lo que genera un riesgo importante (Asocolflores) (Proexport) (Banco de la republica).

6. CONSTITUCION DE UNA SOCIEDAD DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL C.I

6.1 OBJETIVO DE ESTUDIO

Analizar y seleccionar entre los diferentes tipos de modelos asociativos el más conveniente, además de listar y describir los tramites y gestiones necesarios para constituir una sociedad de comercialización internacional C.I

6.1.1. Objetivos Específicos

- Definir el concepto de sociedad comercial.
- Definir los tipos de sociedades existentes y las principales diferencias entre ellas.
- Selección y justificación de tipo de sociedad.
- Reglamentación para sociedades anónimas simples.
- Definir el concepto de sociedad de comercialización internacional C.I
- Marco normativo para una C.I
- Trámites para constituirse como C.I.
- Derechos, obligaciones y sanciones de una C.I

6.1.1.1. Definición de sociedad comercial. Es un contrato por medio del cual dos o más personas se obligan a realizar un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas en la empresa (Camara de comercio de Medellín).

La sociedad una vez constituida legalmente, forma una persona jurídica distinta de los socios individualmente considerados.

6.1.1.2. Tipos de sociedades y diferencias entre ellas. Sociedad en Comandita (S en C): Esta sociedad tiene dos categorías de asociados: los gestores y los comanditarios. Los gestores o colectivos administran la sociedad, representan y tienen responsabilidad solidaria e ilimitada por las operaciones sociales, por cuanto no es necesario que den algún tipo de aporte. Los comanditarios son los que hacen los aportes no intervienen en la administración de la sociedad y responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus respectivos aportes. En las sociedades en comandita simple, como mínimo debe haber un socio gestor o colectivo y un socio comanditario, y el capital debe pagarse intelectualmente al construirse la sociedad e inmediatamente se haga cualquier reforma a dicho capital. La sociedad en comandita simple se integra con el aporte del capital de los socios comanditarios o con el de estos y de los socios gestores simultáneamente y se divide en cuotas de igual valor. El socio gestor por el solo hecho de serlo tiene derecho a un voto y los socios comanditarios tienen derecho a un voto por cada cuota de capital que posean. Si son varios socios gestores sus decisiones deben tomarse por unanimidad, y los comanditarios por mayoría. Debe haber por lo menos un socio gestor y cinco accionistas.

Sociedad de Responsabilidad Limitada (Ltda.): Se identifican con la denominación o razón social que determinen los socios, seguida de la palabra "limitada" o su abreviatura "Ltda.". En caso de no cumplir la regla antes descrita, los socios son responsables solidaria e ilimitadamente frente a terceros. En cuanto a la responsabilidad, cada socio responde, hasta por el valor de su aporte pero es posible pactar para todos o algunos de los socios una responsabilidad mayor, prestaciones, asesorías o garantías suplementarias, expresando su naturaleza, cuanta, duración y modalidades. El capital está dividido en cuotas o partes de igual valor que debe ser pagado en su totalidad al momento de constituir la

sociedad, así como al momento de solemnizar cualquier aumento del mismo. Este tipo de sociedades debe constituirse con dos o más socios y el número máximo es de 25.

La administración de los negocios y la representación de la sociedad corresponden a los socios quienes pueden disponer de que la representación recaiga solo en alguno o algunos o en un tercero. En reuniones de la junta de socios, cada socio tiene tantos votos como cuotas posea en la compañía, las decisiones deberán ser tomadas por un número plural de socios que represente la mayoría absoluta es decir, la mitad mas uno de las cuotas en que se halle dividido el capital de la compañía, aunque se puede pactar en los estatutos una mayoría superior a la absoluta para la toma de determinadas decisiones. Las reformas estatutarias deben aprobarse con el voto favorable de un número plural de socios que represente mínimo el setenta por ciento de las cuotas en que se divide el capital social salvo que se estipule una mayoría superior en los estatutos.

Sociedad Anónima (S.A.): Se identifica con la denominación que determinen los socios seguida de las palabras "sociedad anónima" o su abreviatura "S.A.". Se debe conformar mínimo con cinco accionista no tiene un tope máximo de accionistas y su responsabilidad es limitada al valor se sus aportes. La representación de la sociedad y administración de los negocios sociales, corresponden al representante legal y suplentes, quienes podrán ser nombrados indefinidamente y removidos en cualquier tiempo. Son elegidos por junta directiva aunque en los estatutos pueden delegarse esta designación a la asamblea de accionistas. El capital se divide en acciones de igual valor que se representan en títulos valores libremente negociables y se dividen en tres clases:

- Autorizado: Es la cuantía fija que determina el tope máximo de capitalización de la sociedad; este tope es fijado por los accionistas libremente.

- Suscrito: Es la parte del capital autorizado que los accionistas se comprometen a pagar a plazo, y debe ser al momento de su constitución no menos de la mitad del autorizado.
- Pagado: Es la parte del suscrito que los accionistas efectivamente han pagado y que ha ingresado a la sociedad el cual, al constituirse esta no puede ser menos de la tercera parte del capital suscrito.

Sociedad Anónima Simple (S.A.S): Se constituye mediante documento privado ante Cámara de Comercio o Escritura Pública ante Notario con uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad. Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse. La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas pero seguido de las siglas "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S (Camara de comercio de Bogotá.).

6.1.1.3. Selección y justificación de la sociedad anónima simple (S.A.S) como modelo óptimo de asociación. Se adopta el modelo de Sociedad Anónima Simple, como figura optima de asociación para la constitución de la empresa por sus múltiples ventajas, pues al ser lo que podría describirse como un “hibrido” entre la sociedad de Responsabilidad Limitada y la Anónima, combina las bondades de ambas, además, a causa del monto de capital suscrito inicial, presenta gran

facilidad para los tramites de constitución, además es una estructura ágil, con menos costos y con la responsabilidad claramente delimitada.

Sus principales características son:

- Unipersonalidad.
- Constitución por documento privado.
- Término de DURACIÓN indefinido.
- Objeto social indeterminado.
- Limitación de la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales.
- Voto múltiple.
- Libertad de organización.
- No es obligatoria la revisoría fiscal, ni la junta directiva
- Elimina límites sobre distribución de utilidades.

6.1.1.4. Reglamentación para una sociedad anónima simple (S.A.S). A continuación se transcribe de manera textual la ley 1258 de 2008 que regula las sociedades anónimas simples S.A.S:

ARTÍCULO 1o. CONSTITUCIÓN. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

ARTÍCULO 2o. PERSONALIDAD JURÍDICA. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

ARTÍCULO 3o. NATURALEZA. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

ARTÍCULO 4o. IMPOSIBILIDAD DE NEGOCIAR VALORES EN EL MERCADO PÚBLICO. Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

CAPITULO II.

CONSTITUCIÓN Y PRUEBA DE LA SOCIEDAD.

ARTÍCULO 5o. CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN. La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

- 1o. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- 2o. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S.;
- 3o. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- 4o. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- 5o. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- 6o. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- 7o. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

PARÁGRAFO 1o. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

PARÁGRAFO 2o. Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

ARTÍCULO 6o. CONTROL AL ACTO CONSTITUTIVO Y A SUS REFORMAS. Las Cámaras de Comercio verificarán la conformidad de las estipulaciones del acto constitutivo, de los actos de nombramiento y de cada una de sus reformas con lo previsto en la ley. Por lo tanto, se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituya, se haga un nombramiento o se

reformen los estatutos de la sociedad, cuando se omita alguno de los requisitos previstos en el artículo anterior o en la ley.

Efectuado en debida forma el registro de la escritura pública o privada de constitución, no podrá impugnarse el contrato o acto unilateral sino por la falta de elementos esenciales o por el incumplimiento de los requisitos de fondo, de acuerdo con los artículos 98 y 104 del Código de Comercio.

ARTÍCULO 7o. SOCIEDAD DE HECHO. Mientras no se efectúe la inscripción del documento privado o público de constitución en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, se entenderá para todos los efectos legales que la sociedad es de hecho si fueren varios los asociados. Si se tratare de una sola persona, responderá personalmente por las obligaciones que contraiga en desarrollo de la empresa.

ARTÍCULO 8o. PRUEBA DE EXISTENCIA DE LA SOCIEDAD. La existencia de la sociedad por acciones simplificada y las cláusulas estatutarias se probarán con certificación de la Cámara de Comercio, en donde conste no estar disuelta y liquidada la sociedad.

CAPITULO III.

REGLAS ESPECIALES SOBRE EL CAPITAL Y LAS ACCIONES.

ARTÍCULO 9o. SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL. La suscripción y pago del capital podrá hacerse en condiciones, proporciones y plazos distintos de los previstos en las normas contempladas en el Código de Comercio para las sociedades anónimas. Sin embargo, en ningún caso, el plazo para el pago de las acciones excederá de dos (2) años.

En los estatutos de las sociedades por acciones simplificadas podrán establecerse porcentajes o montos mínimos o máximos del capital social que podrán ser controlados por uno o más accionistas, en forma directa o indirecta. En caso de establecerse estas reglas de capital variable, los estatutos podrán contener disposiciones que regulen los efectos derivados del incumplimiento de dichos límites.

ARTÍCULO 10. CLASES DE ACCIONES. Podrán crearse diversas clases y series de acciones, incluidas las siguientes, según los términos y condiciones previstos en las normas legales respectivas: (i) acciones privilegiadas; (ii) acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto; (iii) acciones con dividendo fijo anual y (iv) acciones de pago.

Al dorso de los títulos de acciones, constarán los derechos inherentes a ellas.

PARÁGRAFO. En el caso en que las acciones de pago sean utilizadas frente a obligaciones laborales, se deberán cumplir los estrictos y precisos límites previstos en el Código Sustantivo del Trabajo para el pago en especie.

ARTÍCULO 11. VOTO SINGULAR O MÚLTIPLE. En los estatutos se expresarán los derechos de votación que le correspondan a cada clase de acciones, con indicación expresa sobre la atribución de voto singular o múltiple, si a ello hubiere lugar.

ARTÍCULO 12. TRANSFERENCIA DE ACCIONES A FIDUCIAS MERCANTILES. Las acciones en que se divide el capital de la sociedad por acciones simplificada podrán estar radicadas en una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Los derechos y obligaciones que por su condición de socio le asisten al fideicomitente serán ejercidos por la sociedad fiduciaria que lleva la representación del patrimonio autónomo, conforme a las instrucciones impartidas por el fideicomitente o beneficiario, según el caso.

ARTÍCULO 13. RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN DE ACCIONES. En los estatutos podrá estipularse la prohibición de negociar las acciones emitidas por la sociedad o alguna de sus clases, siempre que la vigencia de la restricción no exceda del término de diez (10) años, contados a partir de la emisión. Este término sólo podrá ser prorrogado por periodos adicionales no mayores de (10) años, por voluntad unánime de la totalidad de los accionistas.

Al dorso de los títulos deberá hacerse referencia expresa sobre la restricción a que alude este artículo.

ARTÍCULO 14. AUTORIZACIÓN PARA LA TRANSFERENCIA DE ACCIONES. Los estatutos podrán someter toda negociación de acciones o de alguna clase de ellas a la autorización previa de la asamblea.

ARTÍCULO 15. VIOLACIÓN DE LAS RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN. Toda negociación o transferencia de acciones efectuada en contravención a lo previsto en los estatutos será ineficaz de pleno derecho.

ARTÍCULO 16. CAMBIO DE CONTROL EN LA SOCIEDAD ACCIONISTA. En los estatutos podrá establecerse la obligación a cargo de las sociedades accionistas en el sentido de informarle al representante legal de la respectiva sociedad por acciones simplificada acerca de cualquier operación que implique un cambio de control respecto de aquellas, según lo previsto en el artículo 260 del Código de Comercio.

En estos casos de cambio de control, la asamblea estará facultada para excluir a las sociedades accionistas cuya situación de control fue modificada, mediante decisión adoptada por la asamblea.

El incumplimiento del deber de información a que alude el presente artículo por parte de cualquiera de las sociedades accionistas, además de la posibilidad de exclusión según el artículo 39 de esta ley, podrá dar lugar a una deducción del veinte por ciento (20%) en el valor del reembolso, a título de sanción.

PARÁGRAFO. En los casos a que se refiere este artículo, las determinaciones relativas a la exclusión y a la imposición de sanciones pecuniarias requerirán aprobación de la asamblea de accionistas, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión, excluido el voto del accionista que fuere objeto de estas medidas.

CAPITULO IV.

ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD.

ARTÍCULO 17. ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD. En los estatutos de la sociedad por acciones simplificada se determinará libremente la estructura orgánica de la sociedad y demás normas que rijan su funcionamiento. A falta de estipulación estatutaria, se entenderá que todas las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio serán ejercidas por la asamblea o el accionista único y que las de administración estarán a cargo del representante legal.

PARÁGRAFO. Durante el tiempo en que la sociedad cuente con un solo accionista, este podrá ejercer las atribuciones que la ley les confiere a los diversos órganos sociales, en cuanto sean compatibles, incluidas las del representante legal.

ARTÍCULO 18. REUNIONES DE LOS ÓRGANOS SOCIALES. La asamblea de accionistas podrá reunirse en el domicilio principal o fuera de él, aunque no esté presente un quórum universal, siempre y cuando que se cumplan los requisitos de quórum y convocatoria previstos en los artículos 20 y 22 de esta ley.

ARTÍCULO 19. REUNIONES POR COMUNICACIÓN SIMULTÁNEA Y POR CONSENTIMIENTO ESCRITO. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito. En caso de no establecerse mecanismos estatutarios para la realización de reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, se seguirán las reglas previstas en los artículos 19 a 21 de la Ley 222 de 1995. En ningún caso se requerirá delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

ARTÍCULO 20. CONVOCATORIA A LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS. Salvo estipulación estatutaria en contrario, la asamblea será convocada por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. En el aviso de convocatoria se insertará el orden del día correspondiente a la reunión.

Cuando hayan de aprobarse balances de fin de ejercicio u operaciones de transformación, fusión o escisión, el derecho de inspección de los accionistas podrá ser ejercido durante los cinco (5) días hábiles anteriores a la reunión, a menos que en los estatutos se convenga un término superior.

PARÁGRAFO. La primera convocatoria para una reunión de la asamblea de accionistas podrá incluir igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum. La segunda reunión no podrá ser fijada para una fecha anterior a los diez (10) días hábiles siguientes a la primera reunión, ni posterior a los treinta (30) días hábiles contados desde ese mismo momento.

ARTÍCULO 21. RENUNCIA A LA CONVOCATORIA. Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección respecto de los asuntos a que se refiere el inciso 2o del artículo 20 de esta ley, por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes de que la reunión se lleve a cabo.

ARTÍCULO 22. QUÓRUM Y MAYORÍAS EN LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS. Salvo estipulación en contrario, la asamblea deliberará con uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas.

Las determinaciones se adoptarán mediante el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente cuando menos la mitad más una de las acciones presentes, salvo que en los estatutos se prevea una mayoría decisoria superior para algunas o todas las decisiones.

PARÁGRAFO. En las sociedades con accionista único las determinaciones que le correspondan a la asamblea serán adoptadas por aquel. En estos casos, el accionista dejará constancia de tales determinaciones en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

ARTÍCULO 23. FRACCIONAMIENTO DEL VOTO. Cuando se trate de la elección de juntas directivas o de otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto.

ARTÍCULO 24. ACUERDOS DE ACCIONISTAS. Los acuerdos de accionistas sobre la compra o venta de acciones, la preferencia para adquirirlas, las restricciones para transferirlas, el ejercicio del derecho de voto, la persona que habrá de representar las acciones en la asamblea y cualquier otro asunto lícito, deberán ser acatados por la compañía cuando hubieren sido depositados en las oficinas donde funcione la administración de la sociedad, siempre que su término no fuere superior a diez (10) años, prorrogables por voluntad unánime de sus suscriptores por períodos que no superen los diez (10) años.

Los accionistas suscriptores del acuerdo deberán indicar, en el momento de depositarlo, la persona que habrá de representarlos para recibir información o para suministrarla cuando esta fuere solicitada. La compañía podrá requerir por escrito al representante aclaraciones sobre cualquiera de las cláusulas del acuerdo, en cuyo caso la respuesta deberá suministrarse, también por escrito, dentro de los cinco (5) días comunes siguientes al recibo de la solicitud.

PARÁGRAFO 1o. El Presidente de la asamblea o del órgano colegiado de deliberación de la compañía no computará el voto proferido en contravención a un acuerdo de accionistas debidamente depositado.

PARÁGRAFO 2o. En las condiciones previstas en el acuerdo, los accionistas podrán promover ante la Superintendencia de Sociedades, mediante el trámite del proceso verbal sumario, la ejecución específica de las obligaciones pactadas en los acuerdos.

ARTÍCULO 25. JUNTA DIRECTIVA. La sociedad por acciones simplificada no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.

PARÁGRAFO. En caso de pactarse en los estatutos la creación de una junta directiva, esta podrá integrarse con uno o varios miembros respecto de los cuales podrán establecerse suplencias. Los directores podrán ser designados mediante cuociente electoral, votación mayoritaria o por cualquier otro método previsto en los estatutos.

Las normas sobre su funcionamiento se determinarán libremente en los estatutos. A falta de previsión estatutaria, este órgano se regirá por lo previsto en las normas legales pertinentes.

ARTÍCULO 26. REPRESENTACIÓN LEGAL. La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, designada en la forma prevista en los estatutos. A falta de estipulaciones, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad. A falta de previsión estatutaria frente a la designación del representante legal, su elección le corresponderá a la asamblea o accionista único.

ARTÍCULO 27. RESPONSABILIDAD DE ADMINISTRADORES. Las reglas relativas a la responsabilidad de administradores contenidas en la Ley 222 de 1995, les serán aplicables tanto al representante legal de la sociedad por acciones simplificada como a su junta directiva y demás órganos de administración, si los hubiere.

PARÁGRAFO. Las personas naturales o jurídicas que, sin ser administradores de una sociedad por acciones simplificada, se inmiscuyan en una actividad positiva de gestión, administración o dirección de la sociedad, incurrirán en las mismas responsabilidades y sanciones aplicables a los administradores.

ARTÍCULO 28. REVISORÍA FISCAL. En caso de que por exigencia de la ley se tenga que proveer el cargo de revisor fiscal, la persona que ocupe dicho cargo deberá ser contador público titulado con tarjeta profesional vigente.

En todo caso las utilidades se justificarán en estados financieros elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y dictaminados por un contador público independiente.

CAPITULO V.

REFORMAS ESTATUTARIAS Y REORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD.

ARTÍCULO 29. REFORMAS ESTATUTARIAS. Las reformas estatutarias se aprobarán por la asamblea, con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. La determinación respectiva deberá constar en documento privado inscrito en el Registro Mercantil, a menos que la reforma implique la transferencia de bienes mediante escritura pública, caso en el cual se registrará por dicha formalidad.

ARTÍCULO 30. NORMAS APLICABLES A LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN Y ESCISIÓN. Sin perjuicio de las disposiciones especiales contenidas en la presente ley, las normas que regulan la transformación, fusión y escisión de sociedades le serán aplicables a la sociedad por acciones simplificadas, así como las disposiciones propias del derecho de retiro contenidas en la Ley 222 de 1995.

PARÁGRAFO. Los accionistas de las sociedades absorbidas o escindidas podrán recibir dinero en efectivo, acciones, cuotas sociales o títulos de participación en cualquier sociedad o cualquier otro activo, como única contraprestación en los procesos de fusión o escisión que adelanten las sociedades por acciones simplificadas.

ARTÍCULO 31. TRANSFORMACIÓN. Cualquier sociedad podrán transformarse en sociedad por acciones simplificada, antes de la disolución, siempre que así lo decida su asamblea o junta de socios, mediante determinación unánime de los asociados titulares de la totalidad de las acciones suscritas. La decisión correspondiente deberá constar en documento privado inscrito en el Registro Mercantil.

De igual forma, la sociedad por acciones simplificada podrá transformarse en una sociedad de cualquiera de los tipos previstos en el Libro Segundo del Código de Comercio, siempre que la determinación respectiva sea adoptada por la asamblea, mediante decisión unánime de los asociados titulares de la totalidad de las acciones suscritas.

PARÁGRAFO. El requisito de unanimidad de las acciones suscritas también se requerirá en aquellos casos en los que, por virtud de un proceso de fusión o de escisión o mediante cualquier otro negocio jurídico, se proponga el tránsito de una sociedad por acciones simplificada a otro tipo societario o viceversa.

ARTÍCULO 32. ENAJENACIÓN GLOBAL DE ACTIVOS. Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad por acciones simplificada se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta (50%) o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación.

La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

PARÁGRAFO. La enajenación global de activos estará sujeta a la inscripción en el Registro Mercantil.

ARTÍCULO 33. FUSIÓN ABREVIADA. En aquellos casos en que una sociedad detente más del noventa (90%) de las acciones de una sociedad por acciones simplificada, aquella podrá absorber a esta, mediante determinación adoptada por los representantes legales o por las juntas directivas de las sociedades participantes en el proceso de fusión.

El acuerdo de fusión podrá realizarse por documento privado inscrito en el Registro Mercantil, salvo que dentro de los activos transferidos se encuentren bienes cuya enajenación requiera escritura pública. La fusión podrá dar lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en los términos de la Ley 222 de 1995, así como a la acción de oposición judicial prevista en el artículo 175 del Código de Comercio.

El texto del acuerdo de fusión abreviada tendrá que ser publicado en un diario de amplia circulación según lo establece la Ley 222 de 1995, dentro de ese mismo término habrá lugar a la oposición por parte de terceros interesados quienes podrán exigir garantías necesarias y/o suficientes.

CAPITULO VI.

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.

ARTÍCULO 34. DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN. La sociedad por acciones simplificada se disolverá:

- 1o. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración.
- 2o. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
- 3o. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
- 4o. Por las causales previstas en los estatutos.
- 5o. Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
- 6o. Por orden de autoridad competente, y
- 7o. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

En el caso previsto en el ordinal 1o anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

ARTÍCULO 35. ENERVAMIENTO DE CAUSALES DE DISOLUCIÓN. Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis (6) meses siguientes a la fecha en que la

asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho (18) meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 7o del artículo anterior.

PARÁGRAFO. Las causales de disolución por unipersonalidad sobrevenida o reducción de las pluralidades mínimas en los demás tipos de sociedad previstos en el Código de Comercio también podrán enervarse mediante la transformación en sociedad por acciones simplificada, siempre que así lo decidan los asociados restantes de manera unánime o el asociado supérstite.

ARTÍCULO 36. LIQUIDACIÓN. La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador, el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

CAPITULO VI <sic; es VII>.

DISPOSICIONES FINALES.

ARTÍCULO 37. APROBACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS. Tanto los estados financieros de propósito general o especial, como los informes de gestión y demás cuentas sociales deberán ser presentadas por el representante legal a consideración de la asamblea de accionistas para su aprobación.

PARÁGRAFO. Cuando se trate de sociedades por acciones simplificadas con único accionista, este aprobará todas las cuentas sociales y dejará constancia de tal aprobación en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

ARTÍCULO 38. SUPRESIÓN DE PROHIBICIONES. Las prohibiciones contenidas en los artículos 155, 185, 202, 404, 435 y 454 del Código de Comercio no se les aplicarán a las sociedades por acciones simplificadas, a menos que en los estatutos se disponga lo contrario.

ARTÍCULO 39. EXCLUSIÓN DE ACCIONISTAS. Los estatutos podrán prever causales de exclusión de accionistas, en cuyo caso deberá cumplirse el procedimiento de reembolso previsto en los artículos 14 a 16 de la Ley 222 de 1995.

Si el reembolso implicare una reducción de capital deberá dársele cumplimiento, además, a lo previsto en el artículo 145 del Código de Comercio.

PARÁGRAFO. Salvo que se establezca un procedimiento diferente en los estatutos, la exclusión de accionistas requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión, sin contar el voto del accionista o accionistas que fueren objeto de esta medida.

ARTÍCULO 40. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS SOCIETARIOS. Las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con

fundamento en cualquiera de las causas legales, podrán someterse a decisión arbitral o de amigables componedores, si así se pacta en los estatutos.

Si no se pacta arbitramento o amigable composición, se entenderá que todos los conflictos antes mencionados serán resueltos por la Superintendencia de Sociedades, mediante el trámite del proceso verbal sumario.

ARTÍCULO 41. UNANIMIDAD PARA LA MODIFICACIÓN DE DISPOSICIONES ESTATUTARIAS. Las cláusulas consagradas en los estatutos conforme a lo previsto en los artículos 13, 14, 39 y 40 de esta ley sólo podrán ser incluidas o modificadas mediante la determinación de los titulares del ciento por ciento (100 %) de las acciones suscritas.

ARTÍCULO 42. DESESTIMACIÓN DE LA PERSONALIDAD JURÍDICA. Cuando se utilice la sociedad por acciones simplificada en fraude a la ley o en perjuicio de terceros, los accionistas y los administradores que hubieren realizado, participado o facilitado los actos defraudatorios, responderán solidariamente por las obligaciones nacidas de tales actos y por los perjuicios causados.

La declaratoria de nulidad de los actos defraudatorios se adelantará ante la Superintendencia de Sociedades, mediante el procedimiento verbal sumario.

La acción indemnizatoria a que haya lugar por los posibles perjuicios que se deriven de los actos defraudatorios será de competencia, a prevención, de la Superintendencia de Sociedades o de los jueces civiles del circuito especializados, y a falta de estos, por los civiles del circuito del domicilio del demandante, mediante el trámite del proceso verbal sumario.

ARTÍCULO 43. ABUSO DEL DERECHO. Los accionistas deberán ejercer el derecho de voto en el interés de la compañía. Se considerará abusivo el voto ejercido con el propósito de causar daño a la compañía o a otros accionistas o de obtener para sí o para una tercera ventaja injustificada, así como aquel voto del que pueda resultar un perjuicio para la compañía o para los otros accionistas. Quien abuse de sus derechos de accionista en las determinaciones adoptadas en la asamblea, responderá por los daños que ocasione, sin perjuicio que la Superintendencia de Sociedades pueda declarar la nulidad absoluta de la determinación adoptada, por la ilicitud del objeto.

La acción de nulidad absoluta y la de indemnización de perjuicios de la determinación respectiva podrán ejercerse tanto en los casos de abuso de mayoría, como en los de minoría y de paridad. El trámite correspondiente se adelantará ante la Superintendencia de Sociedades mediante el proceso verbal sumario.

ARTÍCULO 44. ATRIBUCIÓN DE FACULTADES JURISDICCIONALES. Las funciones jurisdiccionales a que se refieren los artículos 24, 40, 42 y 43, serán ejercidas por la Superintendencia de Sociedades, con fundamento en lo previsto en el artículo 116 de la Constitución Política.

ARTÍCULO 45. REMISIÓN. En lo no previsto en la presente ley, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las disposiciones contenidas en los estatutos sociales, por las normas legales que rigen a la sociedad anónima y,

en su defecto, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales que rigen a las sociedades previstas en el Código de Comercio. Así mismo, las sociedades por acciones simplificadas estarán sujetas a la inspección, vigilancia o control de la Superintendencia de Sociedades, según las normas legales pertinentes.

PARÁGRAFO. Los instrumentos de protección previstos en la Ley 986 de 2005, se aplicarán igualmente a favor del titular de una sociedad por acciones simplificada compuesta por una sola persona.

(Ministerio de comercio, industria y turismo)

6.1.1.5. Definición del concepto sociedad de comercialización internacional C.I. Las Sociedades de Comercialización Internacional son empresas jurídicas nacionales o mixtas que tienen por objeto principal la venta de productos colombianos en el exterior con beneficios tributarios en la compra nacional. (Dec. 093 de enero 20 de 2003).

6.1.1.6. Marco normativo para una C.I. Ley 67 del 28 de Diciembre de 1979. Para fomentar las exportaciones a través de las Sociedades de Comercialización Internacional.

Decreto 624 del 30 de Marzo de 1989 (Estatuto Tributario de los impuestos administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales). Es la normatividad que regula todo lo referente a impuestos.

Ley 49 del 28 de Diciembre de 1990: Saneamiento de patrimonios en el exterior.

- Fortalecimiento del mercado de capitales.
- Aspectos particulares del impuesto sobre la renta.
- Inversión extranjera.
- Ajustes por inflación a partir de 1992.
- Impuesto sobre la ventas.
- Administración tributaria y aduanera.

- Procedimiento tributario.
- Procedimiento aduanero.
- Sustitución del impuesto al cine.
- Financiación de las viviendas de interés social.
- Fiscos regionales.
- Varios.

Decreto 653 del 27 de Marzo de 1990: Reglamentación parcial del estatuto tributario (E.T) en materia de retención en la fuente, procedimiento, impuesto de timbre y se dictan normas para el adecuado control de los recaudos.

Decreto 1740 del 3 de Agosto de 1994: Este decreto dicta normas relativas a las sociedades de comercialización internacional.

Resolución 1448 del 19 de Agosto de 1994: Esta resolución reglamenta el decreto 1740 del 3 de agosto de 1994.

Carta Circular No. 2 del 24 de Agosto de 1994: Actualizada en Octubre 1 de 2001, contiene formato de certificado al proveedor (C.P), instrucciones para la elaboración, diligenciamiento y remisión de copias; además contiene un número de registro único, y la fecha de registro a partir de la cual podrá empezar a operar como sociedad de comercialización internacional (C.I).

Decreto 2553 del 23 de Diciembre de 1999: Modificación de la estructura del ministerio de comercio exterior y se dictan otras disposiciones.

Decreto 2681 del 28 de Diciembre de 1999: Se reglamenta el registro nacional de exportadores de bienes y servicios.

Decreto 587 Abril de 2001: Regula la distribución del certificado de reembolso tributado (CERT), para las sociedades de comercialización internacional y para las exportaciones de banano y se dictan otras disposiciones.

Decreto 093 del 20 de enero de 2003: Modificación parcial del decreto 1740 del 3 de Agosto de 1994, precisa los hechos o circunstancias que determinan la imposición de medidas administrativas por incumplimiento del régimen de las sociedades de comercialización internacional (C.I) (Ministerio de comercio, industria y turismo).

El Código de Comercio: Código que regula la actividad mercantil.

6.1.1.7. Trámites para constituirse como una C.I.

- Estar inscrito ante Cámara de Comercio, en alguna de las formas jurídicas establecidas en el Código de Comercio (Anónima, Limitada, E.U., etc).
- La razón Social debe comenzar por la expresión: "Sociedad de Comercialización Internacional" o en su defecto la sigla "C.I."
- RUT actualizado.
- Diligenciar el Formulario de Solicitud de Inscripción como C.I. ante la DIAN
- Elaborar Estudio de Mercado y adjuntarlo al formulario, es de resaltar que la DIAN suministra una guía sugerida para la realización del mencionado estudio, no obstante es libre la decisión de acogerse a ella o no, en todo caso es indispensable que contenga el plan de negocios.
- Original del Certificado de Existencia y Representación Legal Vigente.
- Original del estudio de mercados
- Original del formulario de inscripción C.I.

- Oficio suscrito por el representante legal donde certifique que hasta la fecha de la solicitud de la inscripción en el registro de C.I, no han sido sancionados por infracciones tributarias, aduaneras, cambiarias o de comercio exterior dentro de los 5 años anteriores a la solicitud (DIAN).

6.1.1.8 Obligaciones, Beneficios y Sanciones para una C.I.

Obligaciones:

- Documento soporte que justifica la exención del pago de IVA y del descuento de la retención en la fuente, por compras locales de productos con destino a la exportación.
- Reporte anual de compras y exportaciones realizadas que incluya:
- Informe relacionando los “CP” expedidos durante el año anterior.
- Relación de facturas comerciales y las Declaraciones de Exportación Definitivas (DEX).

Beneficios:

- Exención de IVA
- Los bienes muebles que se compren en el país
- Servicios intermedios de la producción
- Exención de Retención en la fuente en las compras de productos con destino a la exportación (Seminario de formación exportadora, 2008).

Sanciones:

Causales de sanciones:

- Por incumplimiento a los regímenes cambiarios, de comercio exterior, aduanero o tributario durante los últimos 5 años.
- Por no efectuar exportaciones dentro de los plazos señalados para ello.

- Inexactitud o inconsistencias en los informes presentados.
- No desarrollar durante dos años consecutivos, el objeto social de la sociedad.
- No presentar C.P. en las operaciones de compra que lo requieran (Seminario de formación exportadora, 2008).

Sanciones:

- Las C.I. deberán pagar a favor del fisco nacional una suma igual al valor de los incentivos y exenciones que tanto ella como el productor se hubiera beneficiado, más el interés moratorio fiscal.
- La sanción de cancelación impide la inscripción de la sociedad sancionada o cualquier otra sociedad en la que tengan participación la sociedad a o alguno de sus socios durante los dos años siguientes a la fecha de la ejecutoria de la sanción (Seminario de formación exportadora, 2008).

7. PASOS PARA REALIZAR UNA EXPORTACION EXITOSA

7.1 OBJETIVO DE ESTUDIO

Enumerar, clasificar y explicar cada uno de los pasos que están involucrados en la cadena de la exportación de flores frescas colombianas.

7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definición de exportación.
- Justificación de la exportación.
- Pasos para realizar una exportación exitosa.

7.2.1. Definición de exportación

Se define como la salida de bienes o servicios del territorio aduanero nacional con destino a otro país o zona franca en el territorio nacional o extranjero o venta a sociedades de comercialización internacional (Proexport) (Seminario de formación exportadora, 2008).

7.2.2. Justificación de la exportación

Es de suma importancia que detrás de toda exportación existan razones de peso para decidir ingresar en un mercado determinado; estas razones deben tener como fundamento rigurosos análisis como lo son: estudio de mercado, costos, logística, transporte, tiempo de entrega, barreras de entrada, características del consumidor, características y potencial del mercado, capacidad exportable, poder de negociación, economías de escala, competencia, riesgo país, entre otros (Seminario de formación exportadora, 2008).

7.2.3. Pasos para realizar una exportación exitosa.

Determinación de la posición arancelaria: Para efectuar una exportación es necesario establecer la posición arancelaria del producto para poder diligenciar la “declaración de exportación” DEX, cabe anotar que la DIAN es el único Ente autorizado para determinar posiciones arancelarias; por lo que resulta conveniente solicitar ante esta entidad con la debida anticipación la fijación de la posición arancelaria en la cual se tenga dudas (Seminario de formación exportadora, 2008) (DIAN).

Registro de productores nacionales, oferta exportable y solicitud de determinación de origen: Si el comprador en el exterior exige el certificado de origen para obtener una preferencia arancelaria, se deberá bajar de la página del Ministerio de Comercio, la forma 02 ó 02A con su correspondiente instructivo.

Este certificado tiene vigencia de dos (2) años a partir de su aprobación. Debe Diligenciarse y presentarlo en original anexando una copia, junto con el Certificado de Cámara de Comercio, copia del nuevo RUT, en la ventanilla de correspondencia del MINCOMERCIO (Ministerio de comercio, industria y turismo) (Seminario de formación exportadora, 2008).

Solicitud de criterios de origen: Si el país destino de las mercancías requiere certificado de origen se debe:

- Tener aprobada la Solicitud del Criterio de Origen del producto (FORMA 02 ó 02A) y si se requiere Certificado de Origen se deben consignar \$10.000 pesos en la cuenta empresarial No. 01099215-4 de BANCAFE a nombre del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- De acuerdo al país al que se va a exportar existe un código, el cual debe ir incluido en el formato de consignación.

- Una vez se tenga la confirmación de pedido del exterior, se debe elaborar la factura comercial, la cual debe presentarse en la Dirección Territorial del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, acompañada de los documentos del certificado de origen (aprobación de la solicitud del criterio de origen acompañado de su respectiva consignación). Nota: Este trámite se debe hacer vía electrónica, a través de www.vuce.gov.co modulo FUCE.

Procedimientos aduaneros para despacho ante la Dian: Una vez se tenga lista la mercancía se verifican los términos de negociación (INCOTERMS) y si es el caso se utiliza un Agente de Carga (Vía Aérea) para la contratación del transporte internacional. Se debe comprar el formulario “declaración de Exportación”- DEX (Cód. 62.003.2000), que cuesta \$6.000 pesos, ante la DIAN, se diligencia y tramita directamente si la exportación tiene un valor inferior a USD\$1.000, pero si en cambio la exportación es superior a USD \$1.000 se debe realizar este procedimiento a través de una Sociedad de Intermediación Aduanera – SIA, que esté debidamente autorizada por la DIAN para hacerlo. La Declaración de Exportación debe presentarse ante la Administración de Aduanas por donde se va a despachar la mercancía, anexando los siguientes documentos:

- Factura Comercial
- Lista de Empaque.
- Registros Sanitarios del ICA
- Documento de Transporte (Constancia que la mercancía fue entregada con todos los requisitos correspondientes al agente de carga)
- Otros documentos exigidos para el producto a exportar

Una vez presentados los documentos e incorporados al sistema informático aduanero, este determina si se requiere inspección física o documental, la cual se hace en la sede de la aerolínea o en un lugar habilitado por la DIAN. Terminada esta diligencia y si todo está bien la mercancía puede ser embarcada y despachada al exterior.

Medios de pago: Es de suma importancia definir la forma en que el cliente pagará la exportación. Para esto existen diferentes instrumentos de pago internacional, como cartas de crédito, giros anticipados, garantías Standby, entre otras, que brindan seguridad a la transacción.

Procedimientos cambiarios de reintegro de divisas: Toda exportación genera la obligación de reintegrar las divisas a través de los intermediarios cambiarios (bancos Comerciales y demás entidades financieras) por tanto los exportadores deben efectuar la venta de las divisas a estos intermediarios, para lo cual se debe reclamar y diligenciar ante dicha entidad el formulario Declaración de Cambio No. 2 (Ministerio de comercio, industria y turismo) (Proexport) (Seminario de formación exportadora, 2008).

8. ESTUDIO FINANCIERO

8.1 OBJETIVO DE ESTUDIO

Analizar la viabilidad económica y financiera de una comercializadora internacional de flores.

8.1.1 Objetivos específicos

- Determinar las inversiones que se requieren para la puesta en marcha.
- Generar el flujo de fondos del proyecto.
- Hacer un análisis de inversión recuperada y valor agregado(IRVA)
- Hacer un análisis de sensibilidad con la TRM dólar - peso colombiano.

8.2. INVERSIONES

El proyecto tendrá un horizonte de evaluación de 5 años, empezando en el año 2011 y finalizando en el año 2016. El corto periodo de análisis obedece a la inestabilidad de la tasa de cambio USD-COP factor determinante para la viabilidad financiera de cualquier proyecto de esta naturaleza.

La inversión total requerida para el montaje del proyecto es de COP 328.925.890 la cual incluye una inversión en capital de trabajo y gastos fijos por un periodo de 6 meses calendario. A continuación, en las siguientes tablas se podrá apreciar el monto total de la inversión discriminado en cada uno de sus componentes.

Tabla 1. Flujo de inversiones

Flujo de inversiones	
Activos	
Estación de secado	COP 10.000.000
Cava para conservación	COP 35.000.000
Computadores	COP 5.600.000
Impresora	COP 200.000
Activos de menor cuantía	COP 1.000.000
Mesas de recepción, corte y empaque	COP 2.500.000
Mobiliario de oficina	COP 5.000.000
Subtotal	COP 59.300.000
Costos fijos	
Nomina	COP 67.525.890
Arrendamiento	COP 9.000.000
Servicios públicos	COP 4.200.000
Comunicaciones e internet	COP 2.400.000
Subtotal	COP 83.125.890
Capital de trabajo	
Flores	COP 150.000.000
Material de empaque	COP 4.500.000
Fletes y transporte	COP 15.000.000
Intermediación aduanera	COP 7.500.000
Logística	COP 3.000.000
Garantías de pago y seguros	COP 1.500.000
Subtotal	COP 181.500.000
Diferidos	
tramites, estudios y capacitaciones	COP 5.000.000
Subtotal	COP 5.000.000
Total	COP 328.925.890

(Currea, 2007)

8.2.1. Explicación flujo de inversiones.

A continuación se explican con detalle cuales rubros que componen cada ítem de inversión.

8.2.1.1. Activos.

- Estación de secado: la función de este equipo es la de remover excesos de agua de la superficie de la flor para evitar quemaduras en la cadena de frío.
- Cava para conservación: Posterior a la remoción de los excesos de agua las flores comienzan en este equipo la cadena de frío para su conservación y posterior despacho.
- Computadores: 4 equipos de cómputo.
- Impresora: equipo de impresión.
- Activos de menor cuantía: este ítem se refiere baldes, tijeras, cuchillas, guillotinas y demás elementos menores.
- Mesas de recepción, corte y empaque: como su nombre lo indica este rubro lo compone una mesa para recepción e inspección del producto, dos mesas de corte y dos mesas para empaque.
- Mobiliario de oficina: mobiliario para oficinas administrativas como lo son: cuatro escritorios, cuatro sillas y una mesa de reuniones con sus respectivas sillas (Chaín, 2007).

8.2.1.2. Costos fijos.

- Nomina: este ítem se compone de 4 operarios para corte y empaque que cuestan COP 854.420 cada uno por mes todo incluido, un supervisor de calidad que se encarga de inspeccionar tanto al producto que entra como al que se despacha con un salario todo incluido mensual de COP 1.287.208, una persona que se encarga de realizar compras y dar soporte para llevar los registros contables con un salario todo incluido mensual de COP 1.287.208, un(a) vendedor(a) que tenga un excelente manejo del inglés y de comercio exterior con un salario todo incluido mensual de COP 2.277.208, y un gerente con excelente conocimiento en temas administrativos sobretodo en finanzas con mayor énfasis en el tema de las divisas (Gerencie.com) (empleo.com).
- Arrendamiento: este ítem simplemente es el costo de arrendamiento de un lugar apropiado para la instalación de la comercializadora.
- Servicios públicos: el concepto de servicios públicos incluye energía necesaria para la estación de secado, la cava de conservación y el resto de las instalaciones, el acueducto y saneamiento básico.
- Comunicaciones e internet: este rubro cubre la telefonía fija de la sede de la comercializadora, el internet para el personal de oficina el cual es indispensable para la comunicación con proveedores y compradores, y tres teléfonos celulares para la persona encargada de las compras, de ventas y para el gerente.

8.2.1.3. Capital de trabajo

- Flores: este monto está destinado a la compra de flores frescas cortadas, y es de lejos el ítem que mayor demanda de inversión requiere, si se considera que es la razón de ser del presente proyecto (Chaín, 2007).
- Material de empaque: este punto considera el empaque tanto de los ramos individuales como de las cajas que contienen estos que son las que finalmente se despachan, además también considera todo el material

impreso que deben llevar los empaques como rotulado, código de barras, certificados de sanidad entre otros.

- Fletes y transporte: para este ítem se considera el transporte al aeropuerto. Con respecto al flete internacional no aplica para todos los envíos, pues habrá unos que se negocien FOB Rionegro y otros FOB a otras ciudades en el país destino de la mercancía por lo cual hay una cantidad de dinero considerada en la inversión para aquellos envíos que no sean FOB Rionegro. La metodología para calcular el monto total para fletes y transporte es aplicar un porcentaje del 10% sobre el valor de compra de la mercancía que se despacha, es de resaltar que es un porcentaje alto pues se considera un escenario conservador (Seminario de formación exportadora, 2008).
- Intermediación aduanera: este valor corresponde al pago por los servicios que presta la SIA (sociedad de intermediación aduanera) y al igual que en el punto anterior se estima como un porcentaje que equivale al 5% sobre el valor de compra de la mercancía que se despacha, asimismo es de resaltar que es un porcentaje alto pues se considera un escenario conservador.
- Logística: en este ítem está considerado todo el soporte logístico necesario en el proceso que va desde la compra hasta la recepción a conformidad de la mercancía por parte del cliente, igualmente se estima como un porcentaje que equivale al 2% sobre el valor de compra de la mercancía que se despacha.
- Garantías de pago y seguros: en este punto se considera el costo financiero que acarrea el uso de un medio de pago internacional, más el valor del respectivo seguro para cada transacción y también se estima como el 2% sobre el valor de compra de la mercancía que se despacha (Seminario de formación exportadora, 2008).

8.2.1.4. Diferidos.

- Diferidos: este rubro cubre lo que son trámites, licencias, y estudios necesarios para llevar a cabo el proyecto.

8.3. ANALISIS FIANCIERO

8.3.1. Análisis punto de equilibrio

Debido a que el presente proyecto obtiene sus ingresos de la actividad exportadora, lo más conveniente es calcular el punto de equilibrio en función de la tasa de cambio peso colombiano – dólar estadounidense, pues esta variable es definitiva en el éxito o fracaso el proyecto, por ser la que mas impacta la tasa interna de retorno (TIR), el valor actual neto (VAN), y el periodo de recuperación de la inversión (PRI) (Chaín, 2007) (Currea, 2007).

La tasa a la cual el VAN =0, y la TIR = TIO=36%E.A es de 1092 COP/USD.

8.3.2. Análisis de sensibilidad frente a la TRM

Para el cálculo de los indicadores financieros, el proyecto tiene una tasa de interés de oportunidad de 36% E.A fijada por el autor con relación o otras inversiones que pueden tener la misma rentabilidad (Currea, 2007).

Es de resaltar que debido a la naturaleza del proyecto los ingresos por ventas provienen de las exportaciones que se realicen, por lo tanto es definitivo hacer un análisis de sensibilidad frente a la tasa de cambio TRM del peso colombiano frente al dólar estadounidense (COP Vs USD).

A continuación se presenta una tabla resumen de los indicadores financieros respecto de diferentes tasas de cambio.

Nota: los flujos de caja que dan origen a la tabla resumen que se presenta a continuación se encuentran en el anexo A y están hechos a pesos constantes..

Tabla 2. Resumen análisis de sensibilidad.

TRM	TIR	VPN	PRI
1600	71%	374.106.151	3
1700	78%	447.762.698	3
1800	84%	521.419.246	3
1900	90%	595.075.793	3
2000	96%	668.732.341	3
2100	102%	742.388.888	3
2200	109%	816.045.436	2
2300	115%	889.701.983	2
2400	121%	963.358.531	2
2500	127%	1.037.015.078	2
2600	133%	1.110.671.626	2

Como es apenas lógico los indicadores financieros más bajos se dan a la menor tasa de cambio.

Se tiene que para las tasas de cambio entre 1600 a 2000 el flujo de caja acumulado tiene saldo positivo para el tercer periodo, mientras que para las tasas de cambio entre 2100 a 2600 hay saldo positivo para el segundo periodo.

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El estudio de mercado realizado arroja que hay demanda suficiente para la comercialización de flores frescas colombianas en diversos mercados, no obstante debido al tamaño de este, se recomienda estudiar por separado cada uno de los que se identificaron como potenciales compradores, puesto que presentan diferentes preferencias por parte de los consumidores, además de que existen en cada uno de ellos regulaciones específicas para el producto en mención y diferentes acuerdos comerciales que pueden afectar, bien sea de manera positiva o negativa.
- Se considera que la sociedad anónima simple es en este caso, el modelo óptimo de asociación debido a la facilidad para su constitución la cual puede ser por notaría y presentación personal, por su flexibilidad como la eliminación del límite de distribución de utilidades, no es obligatoria ni la revisoría fiscal ni la junta directiva, tiene término de duración indefinida y limita la responsabilidad a las obligaciones fiscales y laborales.
- Una vez constituida la sociedad anónima simple, debe procederse con la elaboración de los documentos necesarios para matricular la C.I ante la DIAN y el ministerio de comercio, industria y turismo, trámites en los cuales no se vislumbran mayores complicaciones, puesto que se cumple con los requisitos legales vigentes, pues solo basta con diligenciar los formularios correspondientes y adjuntar los estudios requeridos, sin embargo es de resaltar que todo el trámite tiene una duración aproximada de entre 6 a 10 meses, tiempo que debe ser considerado para la correcta ejecución del proyecto.

- Para realizar una exportación exitosa es necesario partir de una serie de estudios y análisis rigurosos en los cuales estén contemplados los motivos para seleccionar un mercado específico, además de tener claridad sobre los requisitos que se requieren para entrar a este y de los acuerdos comerciales que estén vigentes, por lo que no se encuentra impedimento alguno para entrar a los mercados seleccionados como objetivos, no obstante se recomienda analizar de manera minuciosa la legislación de cada destino de exportación de manera independiente, para tener mayor claridad en los trámites y regulaciones sobre el producto, especificaciones de empaque, certificados de origen, filtros fitosanitarios, procedimientos antinarcóticos entre otros.
- Se concluye que el proyecto es viable financieramente, pues según el análisis de sensibilidad la TRM a la cual se tiene el punto de equilibrio es de 1092 COP/USD, escenario poco probable de acuerdo al comportamiento histórico del dólar estadounidense respecto del peso colombiano, además en todos los escenarios analizados los indicadores financieros como TIR, VNA y PRI son favorables, máxime si se tiene en cuenta que la tasa de oportunidad de interés que se fijó para el proyecto es relativamente alta.

BIBLIOGRAFIA

ASOCOLFLORES. [En línea] Disponible en: <<http://www.asocolflores.org>>.

BACA CURREA, Guillermo. Ingeniería económica. s.l.: Fondo educativo panamericano, 2007.

BANCO DE LA REPUBLICA. [En línea] Disponible en: <<http://www.banrep.gov.co>>.

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. [En línea] Disponible en: <<http://www.ccb.org.co>>.

CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN. [En línea] Disponible en: <<http://www.camaramedellin.com.co>>.

CHAÍN, Nassir Sapag. Proyectos de inversión, formulación y evaluación. s.l.: Prentice Hall, 2007.

DIAN. [En línea] Disponible en: <<http://www.dian.gov.co>>.

ELEMPLEO.COM. [En línea] Disponible en: <<http://www.elempleo.com>>.

EMBAJADA DE COLOMBIA (Tokio, Japón). Análisis del mercado de flores en Japón. Tokio: s.n., 2006.

GERENCIE.COM. [En línea] Disponible en: <<http://gerencie.com>>.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. [En línea] Disponible en: <<http://www.mincomercio.gov.co>>.

PORTAFOLIO. [En línea] Disponible en: <<http://www.portafolio.com.co>>.

PROEXPORT COLOMBIA E INSTITUTO ALEXANDER VON HUMBOLDT.
Estudio de mercado Heliconias y folljes en el estado de la florida - Estado Unidos.
Bogota : s.n., 2003.

PROEXPORT. [En línea] Disponible en: <<http://www.proexport.com.co>>.

PROEXPORT. Seminario de formación exportadora. Medellín: s.n., 2008.

TORRES BERNAL, Cesar Augusto. Metodología de la investigación para administración y economía. s.l. : Prentice Hall, 2000.