

**“ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA EMPRESAS
COLOMBIANAS, PRODUCTORAS Y COMERCIALIZADORAS DE
MATERIALES DIDÁCTICOS CON INSUMOS ECOLÓGICOS”**



**MARGARITA IVONNE NIETO PULGARIN
DIANA MARIA CASTAÑO
TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
NEGOCIADORAS INTERNACIONALES**

**ANDRES FELIPE HINCAPIE RODRIGUEZ
JEFE DE PLANEACIÓN Y PROYECTOS
FENALCO ANTIOQUIA**



**INSTITUCION UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
MEDELLIN – COLOMBIA**

2013

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo principalmente a Dios, por habernos dado la vida y permitirnos el haber llegado hasta este momento tan importante de nuestra formación personal. A nuestras madres, por ser el pilar más importante y por demostrarnos siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A nuestro asesor, a quien agradecemos su instrucción incondicional en cada momento de esta tesis en que requerimos de él.

Porque sin el equipo que formamos, no hubiéramos logrado esta meta.

Resumen

La industria y el comercio en Colombia están atravesando actualmente por un cambio muy importante debido a la globalización dentro de un marco de economía a gran escala. La agresión con la que actúan países desarrollados para adelantarse a este cambio y extender sus fronteras, hace que se incrementen los riesgos para las empresas locales, las cuales no se han preocupado por diversificar sus clientes e investigar nuevos posibles mercados para ingresar sus productos; permitiendo así la saturación del mercado nacional en importaciones, a causa de la falta de innovación en nuestras manufacturas. Las actuales negociaciones de libre comercio de Colombia con otros países como lo son: Estados Unidos, Japón, Corea, entre otros, se han convertido en una gran oportunidad para las empresas colombianas, pero también las induce a crear planes de contingencia que les garantice la permanencia ante la inminente competencia internacional. La innovación en producción de materiales didácticos con materias primas ecológicas de fácil recuperación es una forma de diversificar las empresas productoras de dichos materiales, una estrategia conveniente para acercarse a la posibilidad de exportar más manufacturas y menos commodities. Es un mercado nuevo y por explorarse pero con buenas perspectivas cuando se habla de protección para el medio ambiente minimizando los impactos actuales y que son de gran relevancia en el momento para todo el planeta. En este orden de ideas, escoger el mercado objetivo es de suma importancia para alcanzar el éxito de las nuevas estrategias, las cuales ayudaran a disminuir dichos riesgos. El sector siempre ha estado marcado por una gran influencia de productos extranjeros, los cuales han gozado hasta el momento de gran posicionamiento, sin embargo teniendo en cuenta los requerimientos actuales respecto a los impactos ambientales, la reducción de costos en la producción, la salida indiscriminada de commodities; se podría pensar en estrategias que faciliten la llegada de materiales didácticos en materias primas ecológicas que lleguen por primera vez a los mercados extranjeros. En términos generales, el comportamiento de la industria en cuanto a materiales didácticos hechos en materia prima ecológica tiene un bajo índice de explotación y al contrario una amplia matiz tendiente a desarrollar técnicas de producción y comercialización con apertura en el mercado nacional e internacional.

Palabras claves: Internacionalización, comercialización, materias primas ecológicas, didácticos, innovación y tecnología.

Abstract

The industry and commerce in Colombia are currently undergoing a major change due to globalization within a large-scale economy. The aggression with which developed countries act to anticipate this change and extend its borders, makes increasing risks for local businesses, which have not bothered to diversify its customers and explore new potential markets to enter their products, allowing and market saturation in imports, because of the lack of innovation in our manufacturing. The current negotiations Colombia free trade with other countries such as: United States, Japan, Korea, among others, have become a great opportunity for Colombian companies, but also induces create contingency plans that will ensure the permanence to the imminent international competition. Innovation in materials production with eco-friendly materials recovery is a way to diversify the companies producing these materials, a strategy appropriate to approach the possibility of exporting more manufactured and less commodities. It is a new market to be explored but with good prospects when it comes to protecting the environment and minimizing the current impacts that are of great importance at the time for the entire planet. In this vein, choose the target market is critical to success of the new strategies, which help reduce these risks. The sector has always been marked by a strong influence of foreign products, which have enjoyed great until positioning, however taking into account the current requirements regarding environmental impacts, reducing production costs, output indiscriminate commodities, one could think of strategies to facilitate the arrival of raw materials in ecological arriving for the first time to foreign markets. Overall, the performance of the industry in terms of teaching materials made organic material has a low rate of exploitation and a wide hue unlike aimed at developing production and marketing techniques with opening in the domestic and international market

Contenido

Resumen	3
Lista de Tablas	7
Introducción	8
1. Formulación del Proyecto	9
1.1. Antecedentes.....	9
1.2. Estado del Arte.....	10
1.3. Planteamiento del problema	11
1.3.1. Planteamientos que problematizan el objeto de estudio.....	11
Efectos	13
Foco	13
Causas	13
1.4. Justificación	14
1.4.1. Justificación Teórica	14
1.4.2. Justificación Social	14
1.4.3. Justificación Personal.....	15
1.5. Objetivos	17
1.5.1. Objetivo general.....	17
1.5.2. Objetivos específicos	17
1.6. Marco metodológico	18
1.6.1. Método	18
1.6.2. Metodología.....	18
1.6.2.1. Fuentes y técnicas de recolección de la información	19
1.7. Alcances	20
2. Ejecución del Proyecto	21
2.1. Marco Teórico	21
2.1.1. Procesos de comercialización de productos en el exterior y acuerdos:.....	21
2.1.2. Materias Primas de fácil Recuperación Producidas en Colombia.....	24
2.2 Analisis de la informacion	30
2.2.1. Identificación del mercado internacional para la exportación de productos didácticos producidos con materia prima ecológica de fácil recuperación.	30
2.2.2. Tecnología y apoyos institucionales para la producción de materiales ecológicos. ..	33
2.2.3. Analizar Catálogos de Marketing y publicidad.	40

ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACION PARA EMPRESAS COLOMBIANAS	6
3. Hallazgos	49
4. Conclusiones y Recomendaciones	50
4.1. Conclusiones	50
4.2. Recomendaciones	51
Referencias bibliográficas	53
Anexo 1.	56

Lista de Tablas

<i>Tabla 1: Matriz de involucrados</i>	<i>12</i>
<i>Tabla 2: Costos PCC Cilindros Encajables</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 3: % en Materia Prima</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 4: Costo Exportación Marítima Proyectada</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 5: Costo Exportación Aérea Proyectada</i>	<i>38</i>

Introducción

Las estrategias de Internacionalización para empresas colombianas productoras y comercializadoras de materiales didácticos en materias primas ecológicas de fácil recuperación relaciona dos temas: la innovación de productos didácticos que induzcan a la preservación del medio ambiente como fórmula que minimiza los impactos y reduce los deterioros causados al planeta, la innovación de los nuevos materiales didácticos elaborados con materia prima ecológica que se regenere fácilmente hará una relación entre protección y mantenimiento del hábitat que llegara a todas partes del mundo, que servirá para abrir nuevos mercados impensables hasta hace poco tiempo y permitir el intercambio en lugares lejanos y culturas diferentes. Por otro lado la característica más resaltante de los materiales didácticos es formar parte de una cultura, sus contenidos estéticos son atractivos al igual que las maneras tradicionales de comercializarlos, teniendo claro que la globalización hace que este método requiera cambio. Su contenido cultural responde al deseo de las entidades públicas y privadas relacionadas con la educación de crear conciencia ecológica. Para analizar la problemática es necesario mencionar sus causas. Una de ellas es la falta de conocimiento en el uso de medios tecnológicos para la comercialización y exportación de los materiales didácticos, si lo han hecho pero de manera empírica e indirecta a través de terceros. La investigación de esta problemática surgió por el interés de conocer por qué no se logra comercializar y exportar de manera eficaz o que represente un porcentaje significativo para las firmas productoras y comercializadoras de los materiales didácticos elaborados a base de materia prima ecológica de fácil recuperación, siendo sus productos llamativos e interesantes para un público muy amplio que gira en torno de todas las edades, razas y géneros. En el marco de la teoría según el método descriptivo, deductivo, de análisis y de síntesis; para la investigación se aplicó la técnica de análisis documental. Se desarrolló una propuesta que se orienta al uso de estrategias de internacionalización como alternativa de comercio y exportación de los materiales didácticos hechos en materia prima ecológica de fácil recuperación que se allega a esta investigación.

1. Formulación del Proyecto

1.1. Antecedentes

A nivel internacional las empresas dedicadas al ámbito del medio ambiente componen un sector pujante y en crecimiento dentro de la economía mundial, pues es considerado un sector innovador. Es por lo anterior que pensando en la educación y en el cuidado del medio ambiente se decidió emplear materia prima ecológica para la fabricación de didácticos. La Guadua es una planta de la familia del bambú también llamado acero vegetal, que aporta grandes beneficios a la tierra, al medio ambiente y a las personas, pues con ella se puede construir desde elementos de una casa hasta edificaciones, además sus productos pueden ser empleados como reguladores térmico y de acústica.

Por otro lado su rápido crecimiento y desarrollo le permite aportar al suelo entre 2 y 4 toneladas de biomasa al año que constituye entre 10 y el 14 % de la totalidad de materia vegetal que se genera en un guadual y que es importante ya que contribuye a enriquecer y mejorar la estructura de los suelos pues los guaduales a través de la selvicultura propician la existencia y sostenibilidad de la flora, microflora, entomofauna y fauna, además que tienen efectos protectores sobre los recursos y las aguas de las cuencas hidrográficas por su acción reguladora de la calidad y cantidad de agua, que por efectos de concentración, devuelve al caudal en épocas normales y secas (el anterior es un aspecto de gran importancia en el desarrollo del protocolo de Kyoto). La guadua es una de las materias primas que se puede aprovechar en la industria de los materiales didácticos hechos en materia ecológica ya que se reproduce y prospera fácilmente con un mínimo de cuidados y a bajos costos, las plantaciones de esta son perdurables, si se les trabaja adecuadamente, ya que los tallos se reproducen repetidas veces a partir del mismo rizoma durante docenas de años, es un material con altos índices de resistencia mecánica y al mismo tiempo muy ligero y fácilmente manipulable, las instalaciones, herramientas y equipos necesarios para su manejo y procesamiento son sencillos y de bajos precios.

En la Zona Cafetera y, en general, en la región Andina Colombiana la guadua es un producto significativo en la construcción de viviendas, puentes, canales, acueductos, y en la elaboración de artesanías. Además, ha recibido un importante apoyo de las corporaciones autónomas regionales dadas sus características ecológicas que le permiten ser una fuente importante de agua y purificación del medio ambiente. Colombia ocupa el segundo lugar en Latinoamérica en diversidad de guadua y los departamentos con mayor diversidad de bosques de bambú son Norte de Santander, Cundinamarca, Cauca, Valle del Cauca, Antioquia, Huila, Nariño y Quindío.

1.2. Estado del Arte

El poco desarrollo e incorporación de tecnologías y técnicas especializadas para el procesamiento industrial de semillas y plantas de fácil reparación en el medio ambiente hace que los términos sean más lentos, además la falta de fortalecimiento de los sistemas institucionales, científicos y financieros en las transferencias tecnológicas tendiente a crear conciencia sobre métodos adecuados de manejo y aprovechamiento de este recurso.

Las necesidades de fortalecimiento de las organizaciones productivas y de las relaciones entre los actores institucionales que participan en la cadena productiva.

No existen programas de crédito e incentivos para realizar labores de establecimiento, manejo y transformación de estas materias.

Hay un escaso desarrollo de microempresas asociativas de transformación y comercialización de la guadua y de las semillas.

Se presenta una escasa normatividad en el tema de establecimiento de programas de reforestación con las especies que son de fácil recuperación,

considerándoles algunas veces como plagas; esto debido al desconocimiento de su silvicultura, provocando así su deterioro y minimización de las áreas existentes.

Falta capacitar, divulgar y transferir tecnología con el propósito de evaluar el valor ecológico, económico y de conservación de las especies por parte de los agricultores y entidades que hacen presencia en las regiones.

El mercado de Didácticos hechos con materiales de fácil recuperación es un producto nuevo para explorar porque actualmente no hay exportación de esta clase de materiales.

1.3. Planteamiento del problema

El mayor problema que se puede presentar en el mercado de Didácticos hechos con materiales ecológicos de fácil recuperación es que como es un producto nuevo para explorar, no existe una previa investigación y no se ha realizado exportación de esta clase de materiales lo que implicaría un estudio cuantioso del mercado donde se esperaría llegar.

1.3.1. Planteamientos que problematizan el objeto de estudio

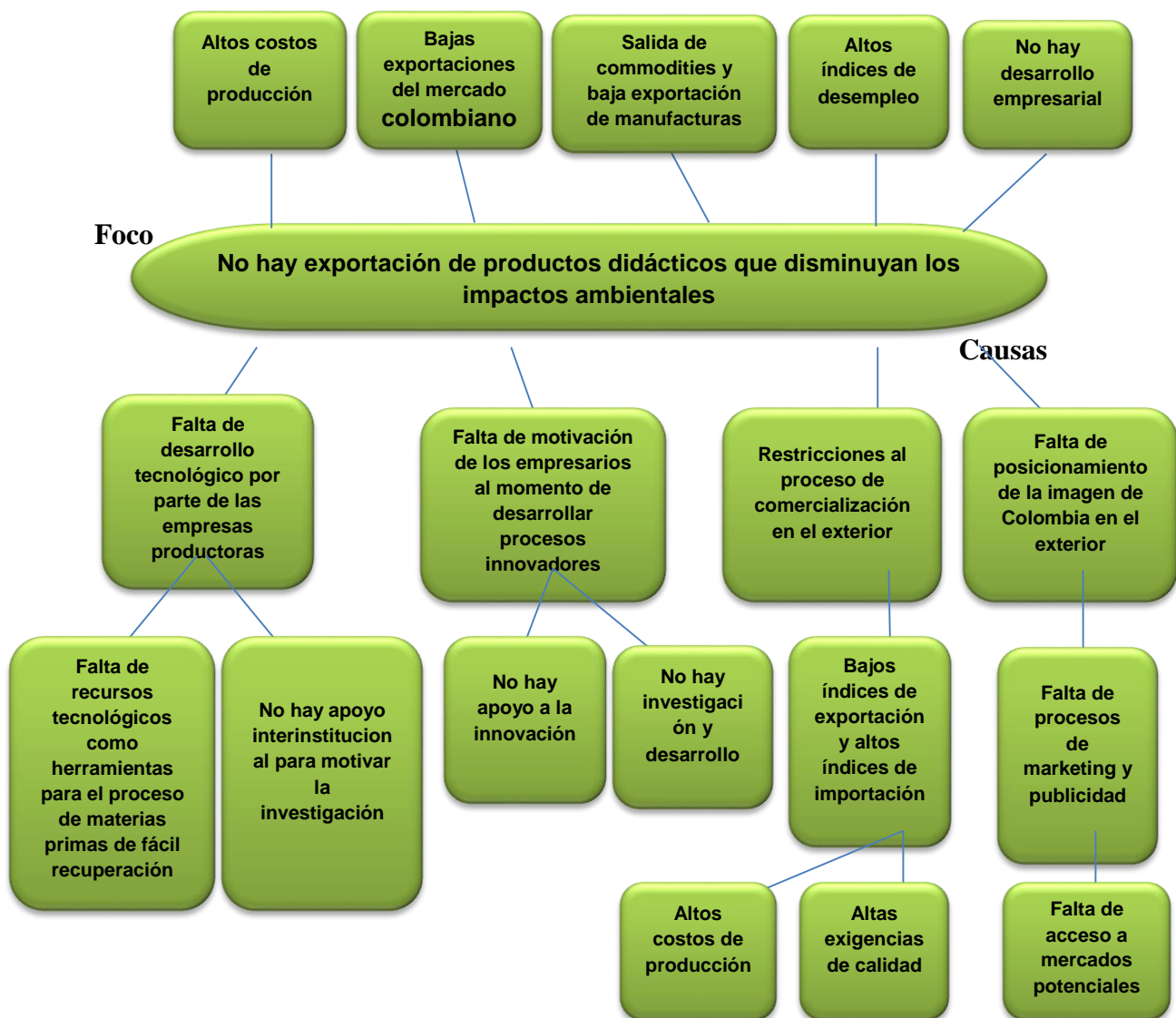
Después de desarrollar la matriz de involucrados realizamos un análisis de alternativas donde se definió trabajar los intereses en común, los cuales destacan la exportación de productos didácticos con disminución de los impactos ambientales (Grafica1).

Matriz de Involucrados				
Grupos de Interes	Intereses Individuales	Intereses en Común	Problemas Individuales	Problemas en Común
Empresarios Exportadores	Exportación de productos	Exportación de productos didacticos con disminución de los impactos ambientales	Margenes de error en la producción	Baja capacidad de producción y calidad ademas de la desestimulacion de procesos de innovación para la exportación de productos didacticos que generan bajos impactos ambientales
	Incrementar ingresos		Restricciones al proceso de comercialización en el exterior	
	Colocación de Productos en el mercado Europeo		Desconocimiento de marcas y patentes	
Estado	Potencializar negociaciones internacionales		No tener acuerdos consulares	
	Generación de empleo		Falta de posicionamiento de la imagen de Colombia en el extranjero	
	Incentivar incremento de divisas			
Sector Financiero	Colocación de creditos para las Pymes		Altas exigencias para la legalización de divisas	
	Ingresos de divisas		Lavado de activos	
	Utilización de cuentas de compensación			
Gremios	Generación de cluster		Falta de unión por parte de los empresarios	
	Formalización de los empresarios		Falta de motivación de los empresarios al momento de desarrollo de procesos	
			Discriminación	
Cientes	Mayor oferta	Falta de capacidad de producción de proveedores		
	Obtener calidad	Falta de asociatividad		
	Productos que minimicen el impacto ambiental	Baja calidad del producto		
		Desarrollo tecnologico por parte de los oferentes		

Tabla 1: *Matriz de involucrados*Fuente: *Elaboración Propia*

A partir del desarrollo de la matriz de involucrados realizamos un análisis de alternativas lo cual se desarrolló un árbol de ideas o problemas (Grafica 1) donde se identificó un foco, unas causas y unos efectos.

Efectos



Grafica 1: Árbol de Ideas

Fuente: Elaboración Propia

1.4. Justificación

A partir de la gran importancia que tiene la educación en la primera infancia y el cuidado del medio ambiente a nivel mundial decidimos implementar productos didácticos hechos con materias primas ecológicas de fácil recuperación, que apalanquen dos aspectos importantes: que nos permita entrar fácilmente a cualquier mercado a nivel nacional e internacional teniendo en cuenta que cubrimos necesidades de entretenimiento para niños en educación preescolar, tenemos diseños que ayudan a desarrollar la psicomotricidad fina, corrección de la dislexia, entre otros. La durabilidad de las materias primas de fácil recuperación que comparada con el desgaste de la madera y los deterioros comunes del plástico y el metal, es lo que ha marcado la diferencia relacionada con el mercado convencional.

1.4.1. Justificación Teórica

La educación y el cuidado del medio ambiente son uno de los principales fundamentos que a nivel mundial se han venido desarrollando para el crecimiento de los países a nivel mundial. Es por lo anterior que el presente proyecto busca el fortalecimiento y el desarrollo de materias primas de fácil recuperación en la producción de didácticos que permitirá bajos costos de producción incrementando las exportaciones del mercado Colombiano a otros países a nivel mundial minimizando la salida de commodities y favoreciendo al medio ambiente, por lo tanto se incentivara el desarrollo empresarial y se disminuirá el índice de desempleo (Grafico 3).

1.4.2. Justificación Social

El presente proceso de investigación se está desarrollando con el fin de incentivar la exportación de productos didácticos que disminuyan los impactos ambientales y favorezca a su vez los estándares económicos del país, dando un poco de protección al patrimonio colombiano, controlando la salida indiscriminada de commodities e incentivando la exportación de manufacturas.

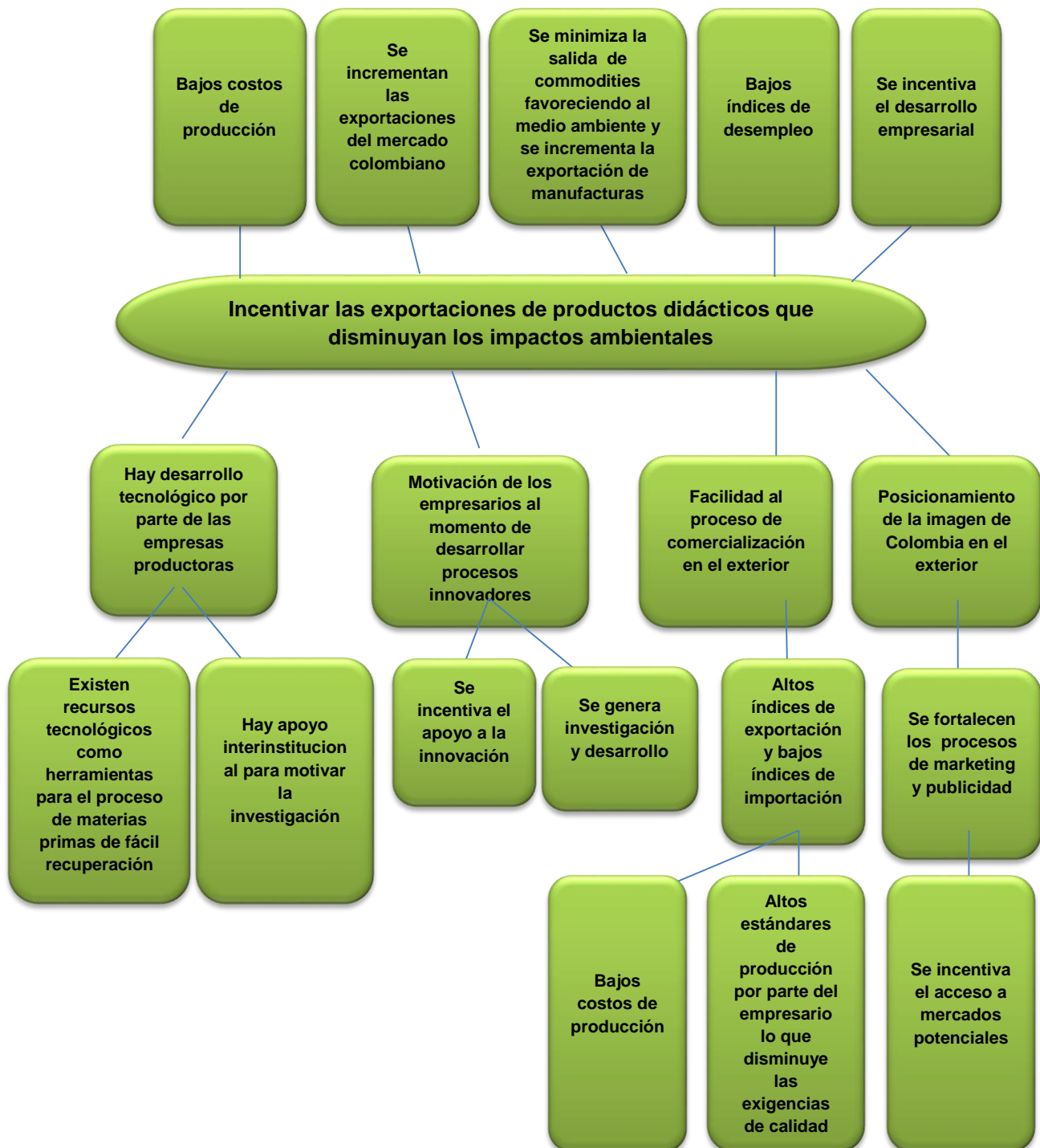
Dado el aspecto de ser un proyecto de innovación, abrirá muchos caminos de desarrollo en el área laboral, cultural, económica, empresarial y social, generando múltiples beneficios para la población.

Como parte de la cultura, se establecen valores que incentiven el ámbito laboral: honestidad, profesionalismo, responsabilidad e integridad lo que facilitará los procesos de comercialización en el exterior. Las personas u empresas que trabajen directa o indirectamente en las exportaciones de materiales didácticos en materia prima ecológica de fácil recuperación contribuirán a dar posicionamiento de la buena imagen de Colombia en el exterior. (Grafica 2: Árbol de Objetivos).

1.4.3. Justificación Personal

Con el fin de crear estrategias para la exportación de materiales didácticos en materias primas ecológicas de fácil recuperación hemos analizado la posibilidad de hacer alianzas con empresas de otros países teniendo en cuenta el planteamiento hecho por Adam Smith (primer teórico que comenzó a analizar la internacionalización con el comportamiento de las naciones), quien nos habla de la “ventaja Absoluta”, en la que manifiesta: “para que las naciones puedan decidir qué clase de productos van a exportar deberían analizar la clase de productos que tienen actualmente” (tierra, trabajo y capital); para Adam Smith, las naciones deberían especializarse en aquellos productos que necesitaran para una mayor cantidad de su recurso abundante para su producción, debido a que estos productos serían menos costosos y darían una ventaja en cuanto a precios a la nación. Acercando este planteamiento de Smith al proyecto en mención usando como estrategia la utilización de recursos naturales de fácil recuperación en la producción de material didáctico, se pueden minimizar costos de fabricación, comercialización y exportación, con tendencia a la internacionalización de las empresas ocupadas en la industria de materiales didácticos con materia prima ecológica de fácil recuperación. Retomando lo de las alianzas con empresas extranjeras hemos hecho algunos contactos con empresas europeas las cuales han expresado el interés de introducir sus productos a Colombia y también tuvimos la oportunidad de saber que en estos países existen medidas preventivas, es decir, herramientas de protección a sus

mercados que son poco detectables al público, solo se ven cuando hay interés específico de incursionar en estos.



Grafica 2: Árbol de Objetivos

Fuente: Elaboración Propia

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Identificar procesos que faciliten la comercialización en el exterior de productos didácticos fabricados con materias primas ecológicas de fácil recuperación, minimizando la salida indiscriminada de commodities y favoreciendo el medio ambiente; lo que dará como resultado altos índices de exportación y bajos costos en la producción.

1.5.2. Objetivos específicos

1. Identificar mercado internacional para realizar exportaciones de productos didácticos producidos con materia prima ecológica de fácil recuperación siendo responsables socialmente con la mitigación de los impactos ambientales.
2. Evaluar tecnologías que les permitan a las empresas productoras de materiales didácticos producidos con materia prima ecológica de fácil recuperación la disminución de costos en la producción y así buscar apoyo institucional para motivar la investigación.
3. Analizar catálogos de marketing y publicidad que proporcione al empresario condiciones e incentivos para el acceso a mercados potenciales

1.6. Marco metodológico

1.6.1. Método

La industria colombiana muestra un interesante crecimiento en la elaboración de manufacturas, dando estándares de desarrollo al país, en un porcentaje aproximado del 80% lo que demuestra su gran potencial de desarrollo, sin embargo sus exportaciones son muy bajas, corresponden a menos del 20% aproximadamente del total de las exportaciones.

El método que se utilizará para abordar el objeto de estudio es la investigación, interpretación y análisis de datos que permitan conocer los factores que accedan a realizar exportaciones de productos didácticos con disminución de los impactos ambientales y así estimular las empresas productoras y comercializadoras de los mismos. El Gobierno elaboró el Plan Estratégico Exportador, Sin embargo, Colombia sigue representando bajos niveles en las exportaciones de mercancías en el sector industrial y manufacturero, “con un ingreso per cápita de exportaciones de US\$ 395 en el año 2012” (Banco de la república de Colombia, 2012).

La globalización obliga a todos los países y a sus empresas a transformarse y Colombia no ha sido la excepción, por lo que uno de los impactos más importantes para los próximos años será en los empresarios, directivos y ejecutivos que necesitarán renovarse y recalificarse para ajustarse al nuevo entorno, además utilizar procedimientos para administrar las relaciones de la empresa frente a la globalización y profesionalizar su gestión.

1.6.2. Metodología

La investigación es de naturaleza exploratoria, en cuanto pretendemos buscar información y ampliar el conocimiento que tenemos de la situación de las empresas colombianas dedicadas a la producción y comercialización de materiales didácticos en materias primas ecológicas de fácil recuperación, en el proceso de internacionalización.

Se realizará una descripción general del tema propuesto, tanto como los factores que inciden en el éxito o fracaso de su aplicabilidad, basándonos en datos actuales arrojados por los indicadores económicos de comercio exterior, de la economía en general y de los diferentes estudios realizados por expertos.

Haremos algunos cambios en la tabla de contenido y en la introducción a medida que avancemos en la redacción del trabajo.

1.6.2.1. Fuentes y técnicas de recolección de la información

1.6.2.1.1. Recolección de información Primaria: Teniendo en cuenta que actualmente hemos venido implementado un modelo de desarrollo donde nos ha permitido tener contacto con el exterior acerca de nuestros productos didácticos, utilizaremos:

Fuentes Primarias

- ❖ Estudios y análisis por personas expertas e involucradas con el tema.
- ❖ Asesoría del Profesor (Tutor)
- ❖ Entrevista de prensa presentadas por los diferentes representantes del estado y de las asociaciones.
- ❖ Entrevistas de prensa a empresarios en Colombia.

1.6.2.1.2. Recolección de información Secundaria: Debido a que este trabajo es netamente investigativo e interpretativo esencialmente se recurrirá a fuentes secundarias de información relacionadas con la producción de materias primas de fácil recuperación como:

Fuentes Secundarias

Recursos bibliográficos.

- ❖ Libros referentes al tema de internacionalización de las empresas y acuerdos de TLC con Colombia.

- ❖ Estudios previos sobre el tema.
- ❖ Internet.

1.7. Alcances

Este trabajo tiene su desarrollo industrial y productivo en las afueras del departamento de Antioquia, en lugares aptos para los cultivos y con posibilidades de espacios en los que se realice su fabricación y exposición, además sus áreas administrativa y comercial se están efectuando en el municipio de Medellín.

Con el presente proyecto las empresas dedicadas a la producción y comercialización de materiales didácticos en materias primas de fácil recuperación obtendrán resultados en exportaciones y reconocimiento de su marca a nivel internacional.

Se llevara a cabo la implementación de diseños en productos que renueven la educación y aceptación de los niños, jóvenes y adultos respecto a la preservación del medio ambiente.

Se utilizaran técnicas que favorezcan el posicionamiento de un buen nombre de Colombia en el exterior

2. Ejecución del Proyecto

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Procesos de comercialización de productos en el exterior y acuerdos:

Las exportaciones son importantes para el crecimiento y desarrollo económico de los países, es por esto que la internacionalización de empresas productoras y comercializadoras de materiales didácticos en materia prima ecológica de fácil recuperación deben tener en cuenta los incentivos, preferencias arancelarias, las exenciones, los pasos requeridos para una exportación, entre otros cosas que nos permitan mejorar nuestros procesos de comercialización de productos en los diferentes estados. (Ver Anexo 1 Guía Exportadora).

Es trascendental saber que los incentivos que tienen nuestras exportaciones son muchos, pero el desconocimiento y la tramitología que se requiere para una exportación hace que la mayor parte de empresas desista a la hora de cumplir con este objetivo, es por este motivo que se deben realizar campañas de acompañamiento, paso a paso para los fabricantes de materiales didácticos en materias primas ecológicas de fácil recuperación; teniendo en cuenta que es una innovación que favorece a las empresas y al país aumentando los índices de exportaciones en productos manufacturados con materias primas nacionales abundantes y que no perjudican al medio ambiente por la característica que se contempla de ser de fácil recuperación, dándole protección al medio ambiente.

También es importante conocer cuáles son los acuerdos comerciales que actualmente cuenta Colombia con otros países, por tanto conociendo dichos acuerdos podemos disminuir costos a la hora de comercializar nuestros productos en otros mercados internacionales.

“Los acuerdos Vigentes que tiene Colombia son: **TLC Colombia – México**, entro en vigencia en Junio de 2004, este tratado incluye un programa de eliminación arancelaria para productos industriales y agrícolas, cuyo principio general se desgravara de manera gradual y automática en un periodo de 10 años, **TLC Colombia – Can** (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú), entro en vigencia el 7 de julio de 2005, **TLC Colombia – Mercosur** (Colombia, Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay y Venezuela), entro en vigencia en el 2005, este tratado crea para Colombia oportunidades de exportación en sectores importantes de la economía y permite al país importar bienes de capital y materias primas e insumos a menores costos , generando incrementos de competitividad de la producción Nacional , **TLC Colombia – Chile**, entro en vigencia en Mayo de 2009 , Chile es uno de los países más estables política y económicamente en América Latina, ofrece un atractivo mercado para la explotación de oportunidades de negocios Colombianos, **TLC Colombia – Canadá**, entro en vigencia el 15 de agosto de 2011, el 98% de los productos Colombianos pueden ingresar con arancel cero, Canadá es considerada la décima del mundo, con un mercado de 34 millones de consumidores de alto poder adquisitivo, **TLC Colombia –Estados Unidos**, entro en vigencia el 15 de mayo de 2012, este tratado permite a los empresarios Colombianos colocar sus productos en condiciones preferenciales, permanentes, en el mercado más grande del mundo, con más de 310 millones de habitantes, Los acuerdos suscritos **Colombia – Unión Europea** , con este tratado se abre y se consolidan así importantes oportunidades para sectores propios de las PYMES colombianas, en especial, de aquellos que se han especializado en productos de la industria liviana, tales como, confecciones, artes gráficas, muebles, cestería, artesanías, bisutería, manufacturas de plástico, de cuero, calzado y metalmecánica”. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2013).

Con respecto al **Acuerdo Comercial Colombia – Unión Europea** según las opiniones de María Wilhemina Josepha Antonia Van Gool Embajadora – Jefe Delegada de la Unión Europea en Colombia y Sergio Díaz – Granados Ministro de Comercio Industria y Turismo de Colombia: La Unión Europea y Colombia pueden ser socios estratégicos en el acelerado cambio global que se está presentando, por lo cual se finiquita en este trabajo que La unión Europea es un mercado apto para llevar allí las exportaciones de materiales didácticos elaborados en materias primas ecológicas de fácil recuperación.

“Según la Sra. María Wilhemina Josepha Antonia Van Gol, Colombia es un socio estratégico para la Unión Europea en América Latina con el que compartimos valores y vínculos muy estrechos. Nuestras relaciones comerciales se fundamentan en un marco más amplio de diálogo político y de cooperación. Con este documento tengo el placer de presentar el Acuerdo Comercial entre Colombia y la Unión Europea.

Este Acuerdo inaugurará un nuevo marco de relaciones bilaterales comerciales y de inversión entre la Unión Europea y los países andinos signatarios, al ser un acuerdo ambicioso que cubre distintos aspectos relacionados con el comercio e incluye compromisos que van más allá del marco multilateral de relaciones comerciales.

Un elemento esencial del Acuerdo es el compromiso de las partes al respeto de derechos humanos y al desarrollo de economías sostenibles basadas en la protección y la promoción del trabajo y de los derechos ambientales.

Estamos convencidos de que este Acuerdo abrirá nuevas oportunidades de mercado para Colombia, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. La Unión Europea considera que la liberalización del comercio no es un fin en sí mismo, sino una herramienta eficaz para estimular el crecimiento y crear puestos de trabajo, y esperamos trabajar de la mano de Colombia para lograr este objetivo. El Acuerdo también permitirá que el mercado colombiano sea más atractivo para los inversores extranjeros y así estimular la economía colombiana.

Espero que la lectura de esta presentación del Acuerdo Comercial contribuya a un mejor conocimiento de las oportunidades que para Colombia ofrece la Unión Europea.

Y según el Sr Sergio Díaz Granados El mundo está cambiando aceleradamente en las últimas décadas y hay una fuerte tendencia internacional a la integración económica, mientras que en 1990 existían 70 acuerdos comerciales vigentes, en el 2010 aproximadamente se reportan 300 acuerdos comerciales vigentes. Colombia también se ha transformado en la última década convirtiéndose en una de las economías más atractivas de Latinoamérica. Es por esto que el Gobierno Colombiano ha tomado la decisión de integrar a Colombia con el mundo, a través de la implementación de una

política de internacionalización que permita tener acceso preferencial a los mercados de mayor interés entre los que se encuentra el mercado de la Unión Europea.

Tradicionalmente Colombia ha mantenido una buena relación comercial con los países de la Unión Europea siendo uno de los principales destinos de sus exportaciones no minero-energéticas. Y es en este escenario en donde cobra gran relevancia la celebración de un acuerdo comercial con la Unión Europea.

El acuerdo comercial entre Colombia y la Unión Europea busca crear un marco legal que aumente la estabilidad en las relaciones comerciales, otorgue mayores beneficios para los sectores industriales y ayude a la generación de empleos”. (Acuerdo Comercial Colombia Unión Europea, 2012)

2.1.2. Materias Primas de fácil Recuperación Producidas en Colombia

TEMAS DE INTERÉS DE MEDIO AMBIENTE

Medio ambiente es un conjunto de componentes físicos, químicos, biológicos y sociales capaces de causar en un plazo corto o largo efectos adversos, directos o indirectos sobre los seres vivos y las actividades humanas.

En la actualidad existen altos niveles de contaminación causados por el hombre. Pero no sólo éste contamina, sino que también existen factores naturales que, así como benefician, también pueden perjudicar al entorno.

El 5 de junio de cada año, se celebra el Día Mundial del Medio Ambiente. Éste fue establecido por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1972.

Calentamiento Global

La mayor parte del aumento de la temperatura media mundial desde mediados del siglo XX es, con alta probabilidad, consecuencia de cambios inducidos por el hombre en las concentraciones de gas de efecto invernadero.

Componentes Medio Ambiente

La atmósfera, que protege a la Tierra del exceso de radiación ultravioleta y permite la existencia de vida es una mezcla gaseosa de nitrógeno, oxígeno, hidrógeno, dióxido de carbono, vapor de agua, otros elementos y compuestos, y partículas de polvo.

Ecología y Medio Ambiente

Ecología es el estudio científico de los procesos que influyen la distribución y abundancia de los organismos, así como las interacciones entre los organismos y la transformación de los flujos de energía y materia.

Efecto Invernadero

“Es el fenómeno por el cual determinados gases, que son componentes de la atmósfera planetaria, retienen parte de la energía que el suelo emite por haber sido calentado por la radiación solar”. (Encolombia.com, SF).

Tomando como base la información del medio ambiente nos detenemos a determinar algunas de las materias primas ecológicas de fácil recuperación que nos sirven para la industria de los materiales didácticos y minimizan los impactos ambientales, dando innovación a sus diseños, estas pueden ser, entre otras:

Totumos: Muchos de nosotros no tenemos acceso al material directamente del árbol, lo compramos en una plaza de mercado o a un almacén de materiales para artesanías, sin embargo la información anterior es muy útil para saber escoger el material a la hora de comprarlo. Resumiendo, es importante tener en cuenta: el color, el grosor de la pared del totumo, si está abierto por la mitad adquirir el totumo que la superficie sea lisa, si el totumo en el comercio es cerrado el sonido que hacen las

semillas por dentro nos dan una indicación de la calidad del material, entre más agudo (como una maraca) quiere decir que está más seco y en general es más fácil de trabajar y es menos probable que presente olores desagradables.



Figura 1: Totumos

Fuente: Imagen tomada de (Slideshare, S.F).

¿QUE DETERMINA EL COLOR NATURAL DEL TOTUMO?' “El asunto del color del material toma importancia al momento de aplicar color sobre el totumo, las pinturas traslucidas al aplicarse sobre un totumo muy oscuro, van a resultar en tonos igualmente oscuros, si buscamos tonos brillantes es necesario trabajar sobre material blanqueado.’ Para lograr un material claro y de color parejo es necesario retirar la pulpa del totumo antes de que empiece el proceso de secado, para eso se puede abrir un pequeño agujero (el tamaño depende de la herramienta que se use para vaciar la carne del totumo) en un extremo del totumo y se remueve la pulpa cuidadosamente raspando lo mejor posible las paredes del totumo tratando de no dejar marcas en el interior. Este proceso se puede hacer con una cuchara vieja con el borde afilado, o con una segueta usada que se dobla para tal uso.’ Después de desocupado se pone a hervir en agua durante 45 minutos a una hora, para luego dejarlo secar al ambiente.’ También se puede abrir el totumo completamente por la mitad y realizar el mismo proceso. Si se dejan marcas al raspar la pulpa estas pueden interferir con el acabado que le demos a nuestro producto, por eso es mejor ser cuidadoso en esta etapa y evitar mayor trabajo a la hora de pulir el totumo. MATERIALES PARA TRABAJOS CON TOTUMO •Totumos•

Lija, gruesa No 280 y suave No 400•Ecolines - Sellador ligable - Pinceles. Betún de Judea - Base protectora (spraytransparente)”. (Slideshare, S.F).

Guadua: Los trabajos en bambú se refieren más particularmente a la producción de objetos con estructura por armazón, cuyos procesos de realización demandan acciones de cortes y perforaciones hechos en puntos fijados sobre medidas para la ejecución de los empates o ensambles por presión, y ajustes con cuñas.



Figura 2: productos en Guadua

Fuente: Imagen tomada de (Artesanía de Colombia, 2012).

“Muchos de sus diseños se logran con procesos de encorvamiento del material, que se consiguen con base en la aplicación de calor o exposición controlada y directa al fuego. Algunas de sus texturas se obtienen mediante salpicados de sustancias y/o rypiado. El bambú se combina, en ocasiones, con guadua, material al que se da un tratamiento muy semejante cuando se trata de producción artesanal, razón por la que se encuentran asociados”. (Artesania de Colombia, 2012).

De las semillas más utilizadas en artesanías y que se pueden tener en cuenta para los materiales didácticos elaborados en materias primas ecológicas de fácil recuperación se mencionan:” Lágrimas de San Pedro, Pionía, Chochos, Chambimbe, Ojos de buey y Achirilla, siendo un factor fundamental en la priorización de las especies del presente estudio.

Hay que apuntar otras especies importantes con su respectiva ubicación como son:

Alto Putumayo: “Arón, Cedro Nogal, Cancho, Frijoles, Cauchílo, Palma Real y Palma Paja.

Bajo Putumayo: Cascabel, Bombona, Cerebro, Mini cerebro, Algarrobo, Congelo, Cabalonga, Ojo de Venado y Mate Gris. Ampliando y comparando estas semillas con la dinámica del mercado artesanal nacional basado en semillas, es importante señalar que varias de las especies aquí señaladas se encuentran consolidadas y muy demandadas.

Es de resaltar el trabajo artesanal con especies de frutas como Durazno, Reina Claudia, Frijoles, Chirimoya y Calabaza, entregando más oportunidades de aprovechamiento a residuos del consumo alimenticio humano.

Es importante decir también que hay especies de semillas artesanales muy promisorias (por su brillo, figuras, colores, entre otras), que van siendo introducidas en el mercado artesanal local como arón, cedro nogal, cara de mono y cara de pez.

Así mismo, es bueno decir que existen trabajos artesanales que utilizan partes de los árboles de la región como el eucalipto (flor y fruto) y cedro (cáscaras del fruto).

Por último, hacer la aclaración que existen semillas que aunque puedan tener buenas características externas de belleza, sus propiedades mecánicas y químicas no hacen fácil su trabajo, manipulación (perforado) y comercio como son Higuierilla y Maco.

En cuanto al lugar y zona de procedencia de las semillas utilizadas se tiene el Valle del Sibundoy (Alto Putumayo), Mocoa y Villagarzón (Piedemonte - Medio Putumayo) y Puerto Asís y Puerto Guzmán (Bajo Putumayo), Santanderes.

En su mayoría, las personas recolectan sus semillas del medio natural del Valle del Sibundoy, según la necesidad de elaborar artículos artesanales específicos o por encargo. En el caso de las procedencias alejadas (Mocoa y Puerto Asís), programan viajes multipropósitos (visita de familiares, negocios, trámites) para la búsqueda y recolección de semillas. Muchas veces la semilla del Medio y Bajo Putumayo es traída y enviada por familiares y amigos de los artesanos. Eventualmente, compran semillas en las plazas de mercados o a proveedores locales. Es importante decir que entre la comunidad artesanal local se presentan intercambios o préstamos de semillas". (Daniel, 2004).

A manera de innovación es muy amplio el tema de materias primas de fácil recuperación, por la transformación que se le puede hacer a semillas que hasta al momento solo son depositadas en los cestos de basura sin que se les de otra utilidad; a medida que el hombre lo va descubriendo permite que su imaginación trascienda a dar tratamiento a semillas como las de aguacate, mango, durazno, entre otros, sin requerir de afectaciones al medio ambiente, claro está que los usos indiscriminados o sin regulaciones de control, de cualquiera de las materias primas de fácil recuperación puede afectar las cadenas de consumo humano por lo cual su tratamiento y desarrollo siempre debe llevar un direccionamiento técnico y cultural para las poblaciones que gozan de estas riquezas desconocidas hasta el momento pero tan abundante en Colombia.

Es valioso resaltar que en el presente análisis se motiva a las empresas de materiales didácticos en materias primas de fácil recuperación, para que desarrollen sus procesos minimizando los impactos del medio ambiente, favoreciendo las poblaciones, aumentando con sus exportaciones la entrada de divisas y favoreciéndose en crecimiento tanto las compañías como el país, estableciendo un marco regulatorio en la salida indiscriminada de commodities.

2.2. Análisis de la Información

2.2.1. Identificación del mercado internacional para la exportación de productos didácticos producidos con materia prima ecológica de fácil recuperación.

La unión Europea como mercado potencial para los materiales didácticos elaborados en materia prima de fácil recuperación es atrayente ya que cuenta con una población de 739.000.000 de habitantes, “siendo la economía más grande del mundo según el Fondo Monetario Internacional” (recursostic.educacion.es, 2009, pag15). Los europeos tienen buen poder adquisitivo y un gusto especial por los productos ecológicos que preservan el medio ambiente.

Las empresas dedicadas al ámbito del medio ambiente componen un sector pujante y en desarrollo dentro de la economía Española, pues se define como un sector innovador, diferenciado y en proceso de internacionalización. Además que la salud, el gusto, la calidad y la conciencia medioambiental son los principales motivos de compra de los españoles, es por esta razón que identificamos este mercado para la comercialización de los productos didácticos producidos con materias primas ecológicas de fácil recuperación, lo que permitirá la fácil aceptación del mercado Español dado que es un producto que puede suplir necesidades importantes como es el tema de educación y el medio ambiente. Prueba de lo anterior la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) considera que pueden contribuir para una mejora duradera del futuro de España el mercado laboral, la innovación, el medio ambiente, el crecimiento verde y la educación.

Ahora bien si miramos la parte de” consumo de productos ecológicos en España aumentó en 2011 en 60 millones de euros, pasando de un gasto de 905 a 965 millones, según los últimos datos de que dispone Ecovalia, Asociación Valor Ecológico. Estas cifras suponen un incremento del 6,62%, un dato que adquiere más relevancia si se tiene en cuenta que el aumento del consumo se produjo en plena crisis. Además, la subida del consumo de productos ecológicos en España fue superior a la media de incremento en el mercado mundial, que en el mismo periodo creció un 6,26% (de 59.100 millones de dólares en 2010 a 62.800 en 2011)”. (Generalitat de Catalunya, 2013)

Los productos ecológicos de consumo preferidos por los españoles han sido la parte de alimentos y bebidas ecológicas, pero esta tendencia de consumo se ve frenada por factores como el precio elevado, el desconocimiento y la dificultad de encontrar productos ecológicos fuera de las tiendas especializadas. Es por esta razón que los beneficios que traerían los productos didácticos hechos en materia prima ecológica son muchos pues los materiales empleados para su producción son de mínimos cuidados y a bajos costos, y si se emplea una estructura de comercialización más potentes y eficaces permitiría promover un mercado más desarrollado y solido en España.

Aun en el mercado no se ha encontrado productos didácticos hechos con materia prima ecológica, pero si se han encontrado productos innovadores ecológicos como el desarrollado de detergentes de limpieza, los cuales están hechos con materiales renovables de plantas y animales, eso significa que están libres de fosfatos , no son tóxicos, no contaminan y protegen el medio ambiente; otro producto es la producción de alimentos orgánicos ya que no se utilizan pesticidas, fertilizantes para producirse y cuidan la salud de las personas pues son asimilados correctamente por el organismo sin alterar las funciones metabólicas, por otro lado los alimentos orgánicos son más nutritivos ya que contienen niveles más altos de vitaminas, minerales esenciales, antioxidantes, hidratos de carbono y proteínas.

Otro producto que ha dado de que hablar son las famosas velas hechas 100% de soya, sin ceras y parafina se destacan por su alta concentración de fragancias de aceite con larga duración de 80 horas además cuenta con una función adicional, ya que, una vez que se derrite se puede usar como un aceite humectante para dar masajes.

Un producto innovador ecológico es el papel higiénico hecho a base de fibra reciclada y libre de cloro, funciona para evitar la destrucción de bosques y disminuye la contaminación del agua, es un producto enfocado a cubrir las necesidades y cuidado como las reacciones químicas, ya que, están hechos a base de pigmentos minerales puros, sin recubrimientos y libre de conservantes.

Productos para el Cuidado Personal se diseñó un shampoo para cabello y piel biodegradable está hecho de sábila sin colorantes ni aromatizantes artificiales, por sus

propiedades naturales se ha vuelto un producto innovador ecológico, porque, no irrita los ojos ni altera el pH natural y no reseca.

Las empresas actualmente están tomando consciencia de la importancia que tiene cuidar el medio ambiente, y están implementando la responsabilidad social en la mitigación de impactos ambientales, un ejemplo claro es el de Almacenes Éxito que implemento el uso de las bolsas biodegradables, las cuales tuvieron un impacto positivo en la sociedad, ya que, hizo conciencia a los consumidores a reutilizarlas y evitar el uso innecesario del plástico, además obligo a los comercios en general a utilizar lo menos posible las bolsas plásticas, se considera producto innovador ecológico para los inventores que supieron cubrir un nicho de mercado.

Otro caso es el de la empresa Unilever la cual pretende garantizar que sus actividades, sus proveedores, clientes y consumidores alcancen un equilibrio sostenible entre proteger los ecosistemas y satisfacer las necesidades humanas, como forma de asegurar que las futuras generaciones sean capaces de tener acceso a cantidades suficientes de agua limpia, además esta empresa apoya una serie de iniciativas íntimamente ligadas con la conservación de los recursos de agua. Entre esas iniciativas se encuentra la colaboración con un gran número de organizaciones en proyectos de protección de los recursos naturales y la recuperación del medio natural, como es el caso de la Red Living Lakes, quizás, el mejor ejemplo de la preocupación de Unilever por el uso sostenible y la conservación de los recursos hídricos.

En el tiempo que nos está tocando vivir podemos decir que las producciones ecológicas no sólo surgen como recurso de protección al medio ambiente sino que también se está tomando como una alternativa económica. La promoción de la **bioeconomía**, las producciones naturales y artesanales están siendo una salida para muchas personas, aprovechando el cambio de concepto que poco a poco se va introduciendo en la sociedad en la que la producción industrial y las multinacionales copan el mercado, debido a sus múltiples beneficios tanto económicos como ambientales.

2.2.2. Tecnología y apoyos institucionales para la producción de materiales ecológicos.

Las empresas hoy en día están adoptando nuevas tecnologías con el fin de reducir costos y ser más competitivas en un mercado globalizado. Los avances tecnológicos más notables de los últimos años son: la biotecnología, la bioindustria y la agricultura de precisión.

Biotecnología

“Es el desarrollo de las técnicas de manipulación genética de organismos definida, en términos muy amplios, como una multidisciplina de carácter multisectorial cuya finalidad es producir bienes y servicios utilizando organismos (incluyendo al hombre), parte de esos organismos (genes, células, tejidos) o sus productos (proteínas, enzimas, metabolitos secundarios, bioactivos de uso farmacéutico, agro-alimentario e industrial) generados por procesos no convencionales.

La Biotecnología ha logrado desarrollar una capacidad impredecible para manipular la vida, usando procesos de ingeniería genética y biología molecular, pilares fundamentales de esta multidisciplina que cada día adquiere mayor relevancia, trayendo consigo asombro e incertidumbre.

Esta nueva tecnología será quizás la que más impactos tendrá sobre el futuro de la humanidad, debido a que en ella subyacen los grandes enigmas de la vida misma. Con los grandes avances del genoma humano, esta multidisciplina se transformó y dio origen a tres áreas emergentes: *Genómica* (mapeo, secuenciación y caracterización de genes), *Proteómica* (estudio de la interacción de las proteínas, mecanismos de control y expresión génica, entre otras) y *Bioinformática* (basado en supercomputadores con la capacidad de almacenar grandes bases de datos sobre secuencias genómicas del hombre y otros organismos vivos, desarrollo de algoritmos que permitan comparar bases e interacción de datos de librerías genómicas, librerías químicas, de proteínas, química combinatoria, entre otras) las cuales generarán grandes cambios filosóficos en la

concepción de la vida y la naturaleza y en los mercados bursátiles del mundo entero, debido, en gran parte, a los desarrollos y aplicaciones derivados de las investigaciones sobre el genoma humano”. (Atehortua S.F)

Bioindustria

“El crecimiento de la economía de un país depende en gran parte de su capacidad de desarrollar productos, procesos o servicios con mayor valor agregado. El uso de la bioindustria como tecnología emergente aplica de forma directa e indirecta en la mayoría de sectores productivos como: salud, agropecuario, cosmética y farmacéutica, sector agroalimentario, energía renovable, nanotecnología, entre otros, y contribuye de una manera importante a solucionar problemas de carácter transversal como en el caso de las tecnologías ambientales y la informática. La biotecnología ambiental permite desarrollar procesos industriales más limpios en todos los campos de la producción: combustibles ecológicos, disminución de cargas contaminantes al medio ambiente y sustitución de productos nocivos para la salud humana.

La producción de enzimas en los sectores de alimentos, detergentes, textiles, cuero y pulpa de papel entre otros, es necesaria para la generación de nuevos productos, procesos o servicios bioindustriales.

El desarrollo de la bioindustria en el país debe estar orientado hacia dos acciones: la primera, el fortalecimiento y creación de empresas del sector bioindustrial, es decir, aquellas que desarrollan o generan productos biotecnológicos como enzimas por ejemplo; y la segunda, la aplicación de la bioindustria para mejorar los procesos productivos de empresas de los diferentes sectores” (Colciencias, 2011).

Agricultura de precisión

“La agricultura de precisión es un concepto agronómico de gestión de parcelas agrícolas, basado en la existencia de variabilidad en campo. Requiere el uso de las tecnologías de Sistemas de Posicionamiento Global (GPS), sensores, satélites e imágenes aéreas junto con Sistemas de Información Geográfico (SIG) para estimar, evaluar y entender dichas variaciones. La información recolectada puede ser usada para

evaluar con mayor precisión la densidad óptima de siembra, estimar fertilizantes y otras entradas necesarias, y predecir con más exactitud la producción de los cultivos.

La agricultura de precisión tiene como objeto optimizar la gestión de una parcela desde el punto de vista.

Agronómica: ajuste de las prácticas de cultivo a las necesidades de la planta (ejm: satisfacción de las necesidades de nitrógeno).

Medioambiental: reducción del impacto vinculado a la actividad agrícola (ejm: limitaciones de la dispersión del nitrógeno).

Económico: aumento de la competitividad a través de una mayor eficacia de las prácticas (ejm: mejora de la gestión del coste del estiércol nitrogenado).

Además, la agricultura de precisión pone a disposición del agricultor numerosas informaciones que pueden:

- Constituir una memoria real del campo.
- Ayudar a la toma de decisiones.
- Ir en la dirección de las necesidades de trazabilidad.
- Mejorar la calidad intrínseca de los productos agrícolas

“Las empresas continuamente están realizando estudios para emplear nuevas tecnologías que ayuden a mejorar sus procesos productivos, una muestra de ellos es la innovadora tecnología utilizada por la empresa Applied Cleantech que permitirá convertir los desechos sólidos de los sistemas municipales de aguas residuales en materias primas para la industria del plástico en todo el mundo. Esta forma de pensar, junto a la investigación científica, ha llevado en los últimos años al desarrollo de esta tecnología, que permite que los sedimentos de las aguas residuales se usen como base para las materias primas que después de venderán a la industria. La tecnología se aplica por medio de unas instalaciones compactas, automáticas y eficaces que reciclan los sólidos de las aguas residuales en bruto y las convierten en productos de consumo de alta calidad mediante procesos continuados (SRS- Sewage Recycling System). Al final del proceso, los sólidos de las aguas residuales pasan a ser materias primas limpias, de alta calidad y respetuosas con el medio ambiente, consiguiendo que las instalaciones de purificación para el fabricante cuenten con puntos extra "verdes".

Aparte de las materias primas creadas al final del proceso, las nuevas centrales ayudan en la reducción de las tareas de las centrales regionales de purificación de aguas residuales en torno a un 35%. Como resultado, las centrales de purificación disfrutan de un consumo energético reducido y de unos costes operativos y de mantenimiento reducidos en los procesos de limpiado de aguas en favor de su reutilización. Además, el reciclado de las aguas residuales proporciona tres beneficios destacados. El primero, la reducción de los costes operativos regulares en torno a un 30%, además de conseguir un aumento de la capacidad. En segundo lugar, la fabricación y venta de artículos de consumo de alta calidad utilizando materias primas, y en tercer lugar, la reducción de gases de efecto invernadero, previniendo así problemas medioambientales. Gracias a la aplicación de este sistema se conseguirá que las instalaciones de purificación se conviertan en un auténtico activo - una fuente de ingresos y contribución medioambiental” (Quimica.es, 2013).

Los costos de producción para un juego de “**Cilindros encajables**” en guadua incluido en el portafolio de Materiales Didácticos en materias primas de fácil recuperación y que es producto de innovación en el mercado se concibe como se observa en las tablas 2 y 3 así:

Mano de obra	Tiempo	Personal	Valor
Proceso 1. Corte	2 días	2	78600
Proceso 2. Pulido y Pintura	4 días	2	157200
Proceso 3. Empacado	2 días	2	78600

Tabla 2: Costos PCC Cilindros Encajables

Fuente: Elaboración Propia

Materia prima	% participación en producto	Costo unidad de empaque
Guadua	80%	2500
Vinilos	5%	2000
Impermeabilizante	5%	1300
Fique	10%	1500
Total M.P. x UND		7300

Tabla 3: % en Materia Prima

Fuente: Elaboración Propia

Igualmente el costo de exportación aproximado para 3000 unidades tiene una proyección aproximada, como lo podemos observar en las tablas 4 y 5:

Puerto Origen	Puerto Destino	COSTOS DE EXPORTACION MARITIMA FOB
Cartagena(Col)	Bilbao(Esp)	USD \$170 Flete Internacional
		USD \$50 BL Fee
		USD \$50 Consolidación
		USD \$30 Document Fee
Total EXPORTACION MARITIMA FOB		USD \$300

Tabla 4: Costo Exportación Marítima Proyectada

Fuente: Elaboración Propia

Aeropuerto Origen	Aeropuerto Destino	COSTOS DE EXPORTACION AEREA FCA
Medellín(Col)	Bilbao(Esp)	USD \$120 Flete Internacional
		USD \$40 Due Agent
		USD \$25 Due Carrier
		USD \$20 Fuel Surcharge
		USD \$ 2 Hawb
Total EXPORTACION MARITIMA FOB		USD \$207

Tabla 5: Costo Exportación Aérea Proyectada

Fuente: Elaboración Propia

La capacidad de un país de dominar y apropiar estas nuevas tecnologías, en unión con sus recursos biológicos, constituyen las bases fundamentales para lograr un crecimiento económico y un desarrollo social, ya que facilitará nuevas posibilidades para acceder a un mercado globalizado, cada vez más competitivo y exigente.

Apoyos Institucionales en Colombia para la Investigación e Innovación

“Las empresas Colombianas que tengan propuestas innovadoras podrán contar con apoyos institucionales como:

El Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico Industrial y Calidad el cual está orientado a fortalecer el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCT) mediante el fomento de la investigación aplicada para la solución de problemas empresariales, la transferencia de conocimiento para la modernización y la transformación de la industria manufacturera (continua y discreta) a partir del desarrollo de proyectos de innovación y desarrollo tecnológico en el marco de la alianza universidad - empresa - estado.

Las razones fundamentales que inspiran el desarrollo del Programa, están enmarcadas en la transformación productiva a través de la incorporación de valor en el desarrollo de procesos, bienes, productos y servicios, generados a partir del uso y la aplicación del conocimiento en la solución y mejoramiento del quehacer empresarial y el fortalecimiento del capital humano entre los diferentes actores del SNCTI.

Líneas de Acción:

- Infraestructura para la industria, es decir, Diseño en: Ingeniería Civil, Ingeniería Mecánica, Ingeniería Naval, logística y transporte
- Transporte y logística
- Tecnologías limpias
- Agroindustria: Biotecnología, Alimentos y bebidas
- Aplicación de TIC 's para la industria
- Mecatrónica, robótica y automatización
- Uso racional y eficiente de la energía, uso de otras alternativas de energía para la industria
- Desarrollo y aplicación de nuevos materiales y productos para la industria con criterios de sostenibilidad
- Uso racional y eficiente de materias primas en la industria
- Nuevas fuentes y tecnologías con materiales renovables
- Bienes y Servicios Sector Eléctrico
- Fibras textiles y confecciones
- Servicios de TI & Software
- Cosméticos
- Autopartes

También el gobierno apoya a nuevas empresas de base científica o tecnológica que requieren de acciones de fomento apropiadas para sus características en temas como innovación, capital semilla y activos intangibles no realizables hasta lograr la protección de una patente (Cepal 2004). Estas iniciativas se ven apoyadas a través del Fondo Emprender del Sena (apoya capital semilla), la línea de riesgo tecnológico compartido que ofrece Colciencias, el Fondo de Capital de Riesgo Colombia que se impulsa desde el Fomipyme, el fortalecimiento de la red de incubadoras de empresas de base tecnológica y el desarrollo de *spin-off* 63 promovidos desde la academia, lo que permitirá avanzar en la cadena de conocimiento al integrar los proyectos precompetitivos en acciones de negocio”. (Colciencias, 2011).

“Otra entidad es Ruta N que es una corporación creada por la alcaldía de Medellín, UNE y EPM para promover el desarrollo de negocios innovadores basados en tecnología, que incrementen la competitividad de la ciudad y de la región” (RUTA N Medellín, 2012).

2.2.3. Analizar Catálogos de Marketing y publicidad.

La implementación de un plan de comercio electrónico desarrollando la página Web para las empresa productoras y comercializadoras de materiales didácticos con materias primas de fácil recuperación, relaciona dos temas: el internet como la forma de relación rápida y barata que llega a todas partes del mundo, que servirá para abrir nuevos mercados impensables hasta hace poco tiempo y permitir el intercambio en lugares lejanos y culturas diferentes. La característica principal del internet es el medio más rápido para hacer negocios, facilitando enormemente las transacciones de una persona a otra ya que se puede hacer desde la comodidad de su casa u oficina adquiriendo desde un simple libro hasta toneladas de acero. Por otro lado la característica más resaltante de los materiales didácticos es formar parte de una cultura, sus contenidos estéticos son atractivos al igual que las maneras tradicionales de comercializarlos. Su contenido cultural responde al deseo de las entidades públicas y privadas relacionadas con la educación. Se desarrollara una propuesta que se oriente al uso del internet como alternativa de comercio y exportación de los materiales didácticos elaborados en materias primas ecológicas de fácil recuperación, esto teniendo en cuenta

que la publicidad es el aviso que permite comunicar a los consumidores acerca de un producto que fue diseñado gracias a un proceso de Marketing.

La publicidad es una forma muy útil para poder promocionar un producto, ya sea por televisión, radio, o en la vía pública. Por esta razón la propuesta de publicidad para este caso es el internet por los conceptos que van de la mano debido a que uno necesita del otro para poder lograr objetivos en el mercado.

Hoy en día el internet proporciona a las personas y empresas un mundo de posibilidades de acercamiento, en el caso de las empresas este hace referencia a la posibilidad de llegar a sus clientes finales, proveedores, competencia, e información, además de establecer relaciones comerciales, esto con solo acceder a la red.

En la actualidad las compañías enfocan sus esfuerzos hacia el uso de tecnologías como un instrumento para realizar transacciones y establecer una comunicación efectiva, lo cual genera efectos positivos sobre los indicadores de desempeño de los procesos de las empresas: costo, tiempo, servicio.

Las compañías que actualmente han incursionado o están incursionando en los negocios electrónicos evidencian cambios o buscan obtenerlos, actividades comerciales que mejoren sus indicadores y rentabilidad, algunos de ellos se reflejan en el rápido crecimiento de su cartera de clientes provenientes de diferentes lugares no necesariamente cercanos a la compañía (internacionalización), reducción de costos de distribución, almacenaje, telecomunicaciones y procesamiento de información, reducción de inventarios entre otros.

Respecto a los consumidores en la actualidad se evidencia la alta y creciente aceptación de la compra por internet y la búsqueda de información y comparación de la

misma, lo que ha generado que este sector crezca y lo que además obliga a las empresas a ser más competitivas e incursionar en los negocios electrónicos y así tener ventajas o diferenciadores en el sector.

Algunos catálogos de didácticos que utilizan otras materias primas:

Desde el enfoque de los catálogos en red puede destacarse el hecho de que la mayoría ofrecen sus productos por medio de su sitio web.

En este aspecto se analizarán los catálogos presentados en los diferentes sitios web de JORCAR y DIDACTICOS PINOCHO, reconocidos en el mercado por fabricar y distribuir la línea de productos didácticos.

“Ambas compañías cuentan con su propio sitio web, en donde dan a conocer al público los productos que cada una de ellas ofrece por medio de imágenes y descripciones, sus puntos de atención, su historia, razón social y posibilidad de contacto.

El diseño del sitio web de JORCAR es bastante llamativo, causa impacto visual debido al contraste de colores e imágenes que se utilizan, adicionalmente presenta un plano animado, sus letras cambian de color al dar clic sobre las mismas, refleja un orden que permite una fácil navegación y no se visualiza la página tan saturada de información, en cuanto a DIDACTICOS PINOCHO, cabe destacar también la utilización de colores pastel e imágenes de figuras infantiles”. Estas empresas han incursionado de una manera fácil y económica en el mercado internacional aunque se requiere de apoyo institucional y asesorías permanentes que informen a todas las empresas del sector de los materiales didácticos y sobre todo de los que son innovación como los nuevos diseños creados en materias primas de fácil recuperación.



Fuente: página de internet de Didácticos Pinocho S.A.



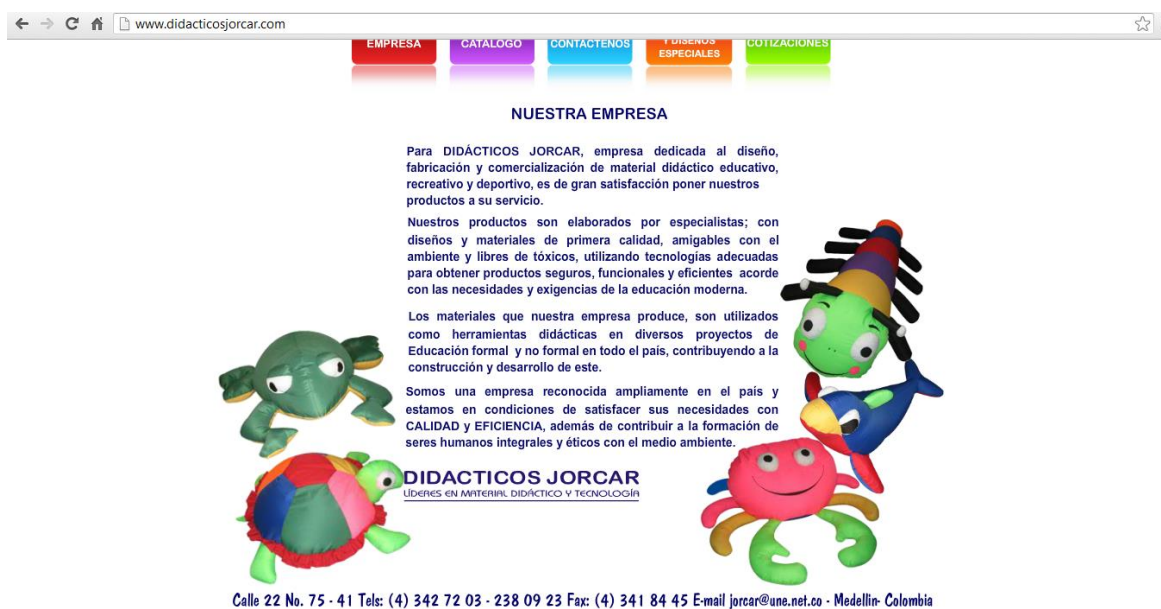
Fuente: página de internet de Didácticos Pinocho S.A.



Fuente: página de internet de Didácticos Pinocho S.A.



Fuente: página de internet de Didácticos Jorcar



Fuente: página de internet de Didácticos Jorcar

Ambas empresas manejan en sus sitios web diversidad de imágenes que corresponden al producto exhibido en sus catálogos virtuales. Estas páginas web son de

relevancia para el conocimiento de las empresas a nivel internacional, por esta razón es importante capacitar a las empresas productoras y comercializadoras de materiales didácticos en materias primas ecológicas de fácil recuperación en el empleo del internet, para la eficiencia y eficacia de los procesos de internacionalización y comercialización en el exterior de sus productos.

Canales de venta

“La **distribución** es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado por el consumidor final, y que tiene por objeto precisamente hacer llegar el producto (bien o servicio) hasta el consumidor. La distribución comercial es responsable de que aumente el valor tiempo y el valor lugar a un bien. Por ejemplo, una bebida refrescante tiene un valor por su marca, imagen etc., la distribución comercial aumenta el valor tiempo y valor lugar poniéndola a disposición del cliente en el momento y lugar en que la necesita o desea comprarla.

La distribución es uno de los aspectos o variables de la mezcla de mercadotecnia (**marketing mix**). Forma parte de las llamadas «**Cuatro P's**» del marketing clásico. Las otras tres partes originales son producto, precio y promoción; actualmente se agregan personas, procesos y evidencia física (Physical Evidence) en el caso del marketing de servicios.

Para que las ventas se produzcan no basta con tener un producto bueno, a un precio conveniente y que sea conocido por los consumidores, sino que es necesario además que sea accesible para los consumidores. En este sentido, es preciso situar el producto en los puntos de venta donde los consumidores adquieren los bienes.

Las decisiones sobre distribución tienen para la empresa un carácter estratégico, ya que no es tan fácil modificar un canal de distribución como pueda serlo actuar sobre otras variables. Son aspecto regulados por vínculos contractuales (cuando intervienen otras empresas) o que han exigido cuantiosas inversiones (desarrollo de una red propia) y, por ello, las modificaciones sólo se pueden contemplar en el largo plazo. Aunque la configuración del sistema es una decisión estructural, existen también cuestiones

tácticas que pueden modificarse en el corto plazo y que afectan a la distribución, como por ejemplo los márgenes en los distribuidores, acciones promocionales, etc.

La posición que la empresa ocupa en el proceso de distribución es un elemento crucial en los problemas a que se enfrenta. Así, una empresa de fabricación tendrá que decidir sobre los canales de distribución que utiliza, las funciones que asume, las condiciones y el grado de presencia que quiere que tengan sus productos en el mercado, mientras que para una empresa de distribución, las decisiones estribarán en la selección de proveedores, la negociación con ellos de las condiciones de las transacciones y la búsqueda de un mercado rentable donde actuar con sus establecimientos comerciales.

Esta diferenciación, en la medida en que se dan fenómenos de integración y de absorción de determinadas funciones por parte de los fabricantes o distribuidores, es cada vez más difícil de establecer.

La distribución desempeña también un importante papel social, en la medida en que tiene efectos sobre la economía de un país en su conjunto. Con cierta frecuencia se formula una crítica contra las estructuras de distribución, basada en la diferencia que existe entre el precio de venta del fabricante o productor y el precio final de venta al público.

Esta crítica es infundada, en la medida en que esa diferencia de precios o margen debe servir para retribuir el conjunto de funciones asumidas en el proceso de distribución y no constituye, salvo una pequeña parte, el beneficio del intermediario.

Por otra parte, cuanto mejor es el servicio ofrecido en la distribución, será más costoso dicho proceso. Así, por ejemplo, un sistema de distribución con un mayor número de puntos de venta, lo que supone al consumidor desplazamientos más cortos para adquirir el producto, implica un sistema de distribución más costoso.

En los procesos de desarrollo se observa una doble tendencia. De una parte, la distribución se racionaliza, reduciendo sus costes mediante establecimiento de mayor tamaño, mejor gestión de compras, reducción de inventarios, sistemas de transporte más eficientes, etc., lo que supone una posibilidad de reducir los márgenes comerciales.

Por otra parte, los consumidores exigen un mejor servicio en los establecimientos de distribución, y la respuesta a esta exigencia es incurrir en mayores costes de distribución. Estas tendencias coexisten en el mercado, en la medida en que los consumidores no son todos homogéneos y existen segmentos diferenciados.

Procesos de Marketing y Publicidad

“Al principio el esfuerzo publicitario es similar a la enorme energía que se requiere para lanzar una nave al espacio exterior, después es sólo cuestión de conservar la inercia y estar pendiente que no pierda el rumbo (enfoque).

Ya que cuando un producto se lanza al mercado cobra vida, se da a conocer, dicho de otra manera cuando un producto nace publicitariamente, crece y se reproduce.

El proceso publicitario más fundamental se resume en tres puntos.

El Marketing, hacer estudios de mercado, de marca, de cliente potencial y de medios publicitarios es vital para un buen nacimiento de su marca. Por pequeño que sea su producto es muy pero muy importante que por lo menos se reúna con su asesor publicitario para que juntos desarrollen las conclusiones mínimas del producto y publicidad.

La Estrategia, cuando no se tiene un plan, no se sabe a dónde se dirige, haga su estrategia publicitaria basándose en las conclusiones del estudio de mercado, esto es como una estrategia de guerra donde se debe tener muy claro el mercado por conquistar y el enemigo a vencer, después es vital conservar el territorio ganado.

La Campaña, determine desde el principio los objetivos de su campaña publicitaria, lo primero es escoger los medios de comunicación adecuados y el costo beneficio que se persigue, para que su presupuesto sea rentable.

Cuando el marketing, la estrategia y la campaña publicitaria son bien planeados las metas se cumplen.

Recuerde que si no hace publicidad su marca no existe.

Nunca cancele su publicidad, solo redúzcala, podría sufrir una muerte publicitaria, no podrá revivir su marca, para seguir en el mercado tendría que lanzar otro producto y empezar de nuevo.

En épocas de crisis es importante mantenerse vivo, que morir poco a poco. Cuando las cosas mejoren su marca habrá sobrevivido y saldrá fortalecida”.(Salop, S.F.)

3. Hallazgos

Los descubrimientos que esta investigación arroja es la dinámica en el proceso de fabricar y comercializar materiales didácticos que contribuyen a la cultura de preservación del medio ambiente, minimizando sus impactos a nivel global.

Es innovación porque descubrimos que no existe en el mercado nacional ni internacional empresas que actualmente se dediquen a esta industria, específicamente, fabricación y comercialización de materiales didácticos en materias primas ecológicas de fácil recuperación.

La internacionalización de este tipo de empresas sugiere un hallazgo en la educación con miras a dar prevención y solución a los impactos que han surgido a causa de la falta de conocimiento; además a crear con lúdica practicas amigables a nuestro medio, como lo propuesto por Adam Smith, respecto a la utilización de los productos abundantes en cada región minimizando el impacto.

4. Conclusiones y Recomendaciones

4.1. Conclusiones

La importancia de identificar y resaltar las empresas colombianas productoras de materiales didácticos en materias primas de fácil recuperación, favoreciendo la reducción de impactos al medio ambiente para el planeta y convirtiéndolas en empresas exitosas que logran su internacionalización por medio de la tecnología, el conocimiento y el análisis de los mercados externos.

Se pretende reflexionar en cuanto a la utilización de las materias primas más abundantes en Colombia, y muchas otras las ha reforzado como puntos angulares para llevar a cabo una buena implementación. Dentro de los puntos que consideramos tienen más importancia dentro de un proyecto de esta naturaleza son el detectar cuáles son las necesidades reales de las empresas que trabajan día a día con los sistemas ecológicos, que los procesos operativos de una empresa se apeguen a la realidad del trabajo diario y continuo sin ser un obstáculo burocrático, que se involucre a los usuarios en el proceso de implementación de los sistemas de manera que se sepa que es lo que ellos esperan y qué es lo que no esperan de él, definir de manera clara y lo más tangible posible los beneficios económicos, laborales, y de cualquier otra índole que se piensan alcanzar con los sistemas nuevos, de manera que las personas dentro de la empresa sepan cómo se van a ver beneficiados particularmente.

Como mencionamos a lo largo de este documento una de los problemas más frecuentes para la internacionalización de las empresas es que el sistema no cumpla con el objetivo de dar conocimiento y acompañamiento a las compañías directamente involucradas sin dejarlas de lado y sin perder de vista el objetivo general de generar procesos de comercialización en el exterior con apoyo e inversión que se refleje con éxito y no con pérdida.

De manera estricta si la implementación de estas estrategias permite que las empresas puedan dedicarse más a cumplir con las expectativas de servicio al cliente y a un estudio y análisis del mercado externo, podemos decir que entonces el proyecto ha sido exitoso.

Evitar el miedo a equivocarse pues esto es lo que provoca que no se sigamos con los procesos de internacionalización de las empresas, pero con el adecuado entrenamiento no debe existir tal miedo.

Es impórtate llevar a cabo un análisis detallado como el que se realizó en este proyecto pues incrementa en gran proporción las probabilidades de tener éxito ya que de ante mano se conoce lo que se quiere lograr y cómo se va a hacer para lograrlo.

4.2. Recomendaciones

Esta tesis tiene como finalidad motivar a las personas involucradas en los estudios de negocios internacionales, gerentes de marketing internacional, administradores, emprendedores, gerentes, entre otros, a que desarrollen proyectos amigables con el medio ambiente y así mismo recomendar que se estimule el proceso de investigación, fabricando y comercializando manufacturas entre las que se encuentran los materiales didácticos de materias primas de fácil recuperación con origen nacional que resten la salida de commodities indiscriminadamente.

Es indispensable que las empresas se preparen en los procesos de planeación antes de lanzarse a una internalización, sin antes prever los requerimientos que esta debe tener y los pasos que se deben seguir para lograr un apoyo por parte de las instituciones estatales y hacer más fácil y seguro el procedimiento.

La tecnología ha tenido un avance progresivo por lo cual recomendamos utilizar esta técnica para las negociaciones de carácter nacional e internacional permitiendo así la reducción de costos internos para las empresas. La misma es recomendable en las áreas de producción.

Conforme fuimos realizando este proyecto nos fuimos percatando de muchas cosas que antes no habíamos considerado, que ignorábamos. Pudimos percatarnos como lo hemos venido mencionando de la importancia de ampliar el conocimiento en exportaciones de manufacturas, pero también pudimos detectar algunos puntos clave para afianzar muchos procesos, detectar áreas de oportunidad para mejorar el servicio al cliente en distintos mercados de índole nacional e internacional, tener una visión más clara de la funcionalidad de las empresas, saber que existen gastos que se pueden disminuir, y

sobre todo del tiempo que la gente utiliza en encontrar información para poder resolver problemas o tomar cierto tipo de decisiones como es internacionalizar la empresa.

En el caso de este proyecto los sistemas ya habían sido adquiridos lo que hizo que solo se enfocará en una exitosa implementación, sin embargo de la experiencia adquirida podemos decir, que se recomienda llevar a cabo un análisis de las distintas posibilidades que se puedan presentar para reducir el riesgo de que las cosas no salgan de la manera que se desea.

Referencias bibliográficas

- Atehortua Lucia (S.F), Biodiversidad, biotecnología y bioindustria, Facultad de Ciencias Exactas y Naturales, Universidad de Antioquia. Medellín. Recuperado el (18 de mayo de 2013), de <http://www.reuna.unalmed.edu.co/temporales/memorias/especies/Magistrales/68%20Biodiversidad%20Lucia.htm>
- Banco de la Republica (2013), Estadísticas. Recuperado el (03 de junio de 2013), de <http://www.banrep.gov.co/es/taxonomy/term/2254>
- Blogspot (2012), Arquitectura de la Guadua. Recuperado el (18 de mayo de 2013), de <http://arquitecturadelaguadua.blogspot.com>
- Colciencias (Julio 2011), Innovación y desarrollo tecnológico, industrial y calidad. Recuperado el (18 de mayo de 2013), de http://www.colciencias.gov.co/programa_estrategia/desarrollo-tecnologico-e-innovacion-industrial
- Ecoproductos (S.F), Últimos productos detergentes. Recuperado el (21 de mayo de 2013), de <http://ecoproductos.cl/>
- Encolombia.com (S.F), Impacto ambiental. Recuperado el (16 de mayo de 2013) de <http://www.encolombia.com/medioambiente/Temasdeinteresmedioambiente.htm>
- Everis (Junio de 2012), El mercado de productos ecológicos crecerá en España el 12% anual hasta el 2020. Recuperado el (21 de mayo de 2013) de <http://www.everis.com/spain/es-ES/sala-de-prensa/noticias/Paginas/everis-mercado-ecologico.aspx>
- Fundación global nature (2013), La compañía Unilever. Recuperado el (18 de mayo de 2013) de <http://www.fundacionglobalnature.org/patrocinadores/unilever.htm>

Fundación Coomeva (S.F), Guía para exportar en Colombia. Recuperado el (05 de Junio de 2013) de fundacion.coomeva.com.co/archivos/red/guiadeexportacion.doc

Generalitat de Catalunya (Marzo de 2013), Producción agroalimentaria ecológica, Recuperado el (16 de mayo de 2013), de http://www20.gencat.cat/portal/site/DAR/menuitem.a74a6687483d92edc9877a10b0c0e1a0/?vgnextoid=db2f35f14ca34110VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=db2f35f14ca34110VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=detall&contentid=c176e15e02e6d310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&newLang=es_ES

Hermida Cruz Daniel (Octubre de 2004), Conservación y uso sostenible de la biodiversidad de los Andes Colombia, Instituto de investigaciones de recursos biológicos Alexander Von Humboldt. Bogotá D.C. Recuperado el (16 de mayo de 2013), de <http://www.humboldt.org.co/download/andes/IAVH-00659.pdf>

Mercados 21.es (Agosto de 2012), Guerra a lo convencional el mercado ecológico se consolida como tendencia. Recuperado el (25 de Mayo de 2013), de <http://www.mercados21.es/blog/2012/08/01/guerra-a-lo-convencional-el-mercado-ecologico-se-consolida-como-tendencia/>

Ministerio de Comercio, Industria y turismo (Mayo 2012), Acuerdo comercial Colombia Unión Europea. Recuperado el (16 de mayo de 2013), de http://eeas.europa.eu/delegations/colombia/documents/page_content/colombia_unio_n_europea_acuerdo_comercial_jul_11_heavy_es.pdf

Ministerio de agricultura, alimentación y medio ambiente (Septiembre 2012), Caracterización del sector de la producción ecológica Española en términos de valor, volumen y mercado. Recuperado el (18 de mayo de 2013), de http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/la-agricultura-ecologica/Actualizaci%C3%B3n_Caracterizaci%C3%B3n_Sector_P._Ecol%C3%B3gica-Sept.2012-Informe_Final_definitivo_-Web-.20.11.12_tcm7-232360.pdf_tcm7-232360.pdf

OECD 50 (Octubre 2011), España políticas para una recuperación sostenible.

Recuperado el (18 de marzo de 2013), de <http://www.oecd.org/spain/44660757.pdf>

Quimica.es (2013), Nueva tecnología las aguas residuales se convierten en plástico.

Recuperado el (18 de mayo de 2013), de <http://www.quimica.es/noticias/140071/nueva-tecnolog-a-las-aguas-residuales-se-convierten-en-pl-stico.html>

Ruta N Medellín (2012), Sobre ruta n. Recuperado el (18 de mayo de 2013), de

<http://www.rutanmedellin.org/info/Paginas/queesrutan.aspx>

Recursosic Educación (2009), Geografía de Europa, la Unión Europea. Recuperada el

(15 de junio de 2013), de

http://recursosic.educacion.es/secundaria/edad/3esohistoria/para_pdf/quincena8.pdf

Slideshare (S.F), Que determina el color natural del totumo. Recuperado el (18 de Mayo

de 2013), de http://www.slideshare.net/perro_15/2-caracteristicas-de-elaboracion-productos-en-totumo

Vélez Simón (S.F), El bambú Colombiano. Recuperado el (10 de abril de 2013), de

http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6130/06_ESD_Cos_pp_35_81.pdf;jsessionid=1FBA11C76208D56DC9AAAF3DA5D91F0B.tdx2?sequence=6

Wikipedia (Mayo 2013), Agricultura de precisión, Recuperado el (18 de mayo de 2013),

de http://es.wikipedia.org/wiki/Agricultura_de_precisi%C3%B3n

Wikipedia (Marzo 2013), Distribución. Recuperado el (21 de mayo de 2013), de

[http://es.wikipedia.org/wiki/Distribuci%C3%B3n_\(negocios\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Distribuci%C3%B3n_(negocios))

Anexo 1.

Los siguientes datos fueron tomados de la página de la Fundación Coomeva, guía para exportar en Colombia.

Para simplificar trámites: El registro de las exportaciones ante INCOMEX, actualmente es posterior y en su trámite no participa el exportador. Se unificó en el Documento de Exportación "DEX", el Registro de Exportación, la Modificación al Registro de Exportación y el Manifiesto de Exportación. Por lo tanto, en dicho documento quedan consignadas las operaciones de: Embarque, registro y sus modificaciones. El INCOMEX unificó los Formularios utilizados para el Registro de Productor Nacional y de Determinación de Origen.

Igualmente, se actualizaron y simplificaron los procedimientos relacionados con Los Sistemas Especiales de Importación y Exportación, creándose los programas de repuestos.

Para facilitar operaciones cambiarias:

Se facultó a los intermediarios Financieros para realizar operaciones cambiarias (Pueden, por tanto, transferir o negociar las divisas sujetas a control, es el caso de las divisas generadas por las exportaciones). Se han desarrollado una serie de medidas tendientes a estimular la inversión extranjera.

Igualmente, se confirmaron los Sistemas Especiales de Importación - Exportación y el CERT, como instrumentos de primera importancia para la promoción de las exportaciones. En este mismo sentido, se privatizaron las Zonas Francas.

INCENTIVOS A LAS EXPORTACIONES

Por la importancia que las exportaciones tienen para la actividad económica del país, se ha venido trabajando especialmente a partir de 1967, en la consolidación de mecanismos que las estimulen, con el propósito de fortalecer y modernizar el aparato

productivo, incrementando y diversificando las exportaciones y sus mercados de destino, para con ello aumentar el ingreso de divisas y lograr un desarrollo equilibrado. Los incentivos que mencionaremos brevemente a continuación, en combinación con las preferencias o exenciones arancelarias que conceden en el exterior a nuestros productos, son elementos que los exportadores deben aprovechar para promover la ampliación del mercado para sus productos.

1. INCENTIVOS FISCALES

1.1 Certificado de Reembolso Tributario (CERT)

Creado por la Ley 48 de 1983, como un instrumento de apoyo a las exportaciones y sus niveles los fija el Gobierno Nacional, de acuerdo con los productos y las condiciones de los mercados a los que se exporten.

El CERT es un título intangible, libremente negociable por el beneficiario en el mercado secundario o utilizable para el pago de impuestos sobre la Renta y Complementarios, Gravámenes Arancelarios, Impuestos sobre las Ventas (IVA) y otros impuestos, dentro de los dos años siguientes a su expedición.

El CERT se liquida sobre el valor FOB de las exportaciones ordinarias y sobre el valor del agregado nacional de las exportaciones realizadas bajo los regímenes de Sistemas Especiales de Importación - Exportación y de Zonas Francas.

1.2 Impuestos Indirectos

La exportación está exenta del impuesto sobre las ventas (I.V.A.) y de cualquier gravamen municipal o departamental.

2. INCENTIVOS ARANCELARIOS

2.1 Gravámenes a la Exportación

Las exportaciones no tradicionales están exentas de gravámenes arancelarios a la exportación.

2.2 Sistemas Especiales de Importación – Exportación

Los Sistemas Especiales, permiten la introducción al país por parte de personas que tengan el carácter de empresarios; productores, exportadores o comercializadores, bajo un régimen especial, con exención total o parcial de gravamen arancelario y de IVA: materias primas, insumos, bienes de capital y repuestos, para ser utilizados en la producción de bienes prioritariamente destinados a su venta en el exterior.

2.3 Zonas Francas Industriales y Comerciales

Las zonas francas actualmente son de carácter privado y se definen como áreas extraterritoriales localizadas dentro del país con un régimen aduanero, cambiario y tributario especial, y se constituyen con el objeto de promover e incrementar las exportaciones, generar empleo, fomentar la inversión extranjera, estimular la transferencia de tecnología y en términos generales, el desarrollo económico y social de la región donde se establezcan.

El régimen especial para las zonas francas prevé principalmente:

- Exención del impuesto sobre la renta, proveniente de exportaciones.
- Exención del impuesto sobre la remesa de utilidades al exterior.

- Los materiales y equipos de construcción, las materias primas e insumos, así como la maquinaria para plantas manufactureras se pueden importar libres de aranceles.
- Total libertad cambiaria y para la inversión extranjera.
- Procedimientos aduaneros simplificados.

3. INCENTIVOS FINANCIEROS

El gobierno busca aportar recursos de inversión para financiar programas de reconversión industrial y de promoción tecnológica, así como facilitar procesos de colocación de nuestros productos en el exterior, a través de líneas de crédito que ofrecen las siguientes entidades:

3.1. Banco de Comercio Exterior – BANCOLDEX

El Banco de Comercio Exterior tiene como objeto fundamental la promoción de las exportaciones a través de l

a financiación de las operaciones productivas y comerciales que conducen a la venta de un producto nacional al exterior. Las líneas de crédito que ofrece el Banco, en dólares o en pesos, cubren entre otros: proyectos de asistencia técnica; operaciones de preembarque y postembarque de las exportaciones.

3.2. Banco de la República e Instituto de Fomento Industrial

El Banco de la República otorga créditos al sector privado a través de los intermediarios financieros, con base en líneas externas contratadas con organismos multilaterales. Estas líneas de crédito pueden ser en pesos o en dólares, con o sin seguro de riesgo cambiario y están dirigidas a promover el desarrollo de proyectos de modernización de la industria.

3.3. Leasing Internacional

El leasing se define como un servicio financiero, que busca suplir las necesidades de maquinaria y equipo de las empresas, por medio del arrendamiento de las mismas. Facilita sus procesos productivos, puesto que permite a las empresas que tengan problemas de liquidez o que no quieran afectar su potencial de crédito, contratar en arrendamiento, con o sin opción de compra, la maquinaria y el equipo que requieran.

4. INCENTIVOS CAMBIARIOS

El nuevo régimen cambiario establece mecanismos que facilitan las transacciones con el exterior. De igual manera, se establece en el estatuto de inversiones extranjeras un tratamiento igualitario en relación a la inversión de nacionales residentes.

5. SOCIEDADES DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL

Su objeto principal es la promoción y comercialización de productos de exportación y disponen de los siguientes beneficios.

- Están facultadas tanto para fabricar o producir mercancías destinadas al mercado externo, como para comprarlas al productor nacional para posteriormente ser exportadas, dentro de los seis meses siguientes.
- Las exportaciones por ellas realizadas tiene derecho al CERT, acordando con el productor su distribución.
- Se pueden beneficiar de los créditos de Fomento de Bancoldex.
- Pueden comprar bienes en el mercado nacional sin el pago de IVA, siempre y cuando sean exportados dentro de los seis (6) meses siguientes a la expedición del Certificado de Compra al productor.
- Pueden utilizar los Sistemas Especiales de Importación - Exportación para desarrollar su actividad exportadora.

- Pueden realizar actividades de exportación con las zonas francas.

6. SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Por la importancia para el desarrollo social y económico que tienen las exportaciones, se vienen implementando a través de las entidades del sector del comercio exterior: Ministerio de Comercio Exterior, Instituto Colombiano de Comercio Exterior y Proexport Colombia, canales de información y capacitación a los usuarios exportadores o con potencial de exportación., dirigida principalmente a los siguientes temas:

Trámites de exportación, estudios de mercado, Oportunidades comerciales, Oferta Exportable de bienes y servicios, Demanda potencial de los productos exportables, Acuerdos Comerciales, y Preferencias Arancelarias.

Además, Proexport Colombia ofrece servicios fundamentales para la comercialización de los productos colombianos, como son orientación, asesoría y financiación de la participación en ferias internacionales y misiones comerciales.

También el exportador puede encontrar información en las Cámaras de Comercio Nacionales y Binacionales.

INCENTIVOS A LAS EXPORTACIONES

FISCALES	ARANCELARIOS	FINANCIEROS	CAMBIARIOS	SOC.COMERCIALIZACION		
CERT	IMPUESTOS INDIRECTOS La exportación está exenta de IVA, gravámenes departamentales y municipales	SISTEMAS ESPECIALES IMPO - EXPON Exentos de: Arancel e IVA en importación de materias primas y bienes de capital	ZONAS FRANCAS Regímenes especiales de: Cambio Tributario Aduanero	LINEAS DE CREDITO IFI y Banco de la República, para proyectos industriales Bancoldex para pre y post embarque e inversión en tecnología.	FACILITACION OPERACIONES DE CAMBIO PROMOCION DE LA INVERSION EXTRANJERA	PROMOCION Y COMERCIALIZACION DE LAS EXPORTACIONES - Distribución del Cert con productores -Compras nacionales sin IVA

En complementación a las consideraciones sobre las posibilidades de aprovechamiento de los incentivos, el exportador debe conocer las preferencias, sean estas totales o parciales, que se obtienen para sus productos en el mercado de destino. Lo que será de gran utilidad en las negociaciones con el comprador potencial, puesto que se pueden ofrecer como ventajas comparativas con productos originarios de otros países.

En general, los productos colombianos obtienen preferencias totales o parciales en los siguientes esquemas:

MERCADOS CON EXENCIONES O PREFERENCIAS ARANCELARIAS

	ALADI ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN ACUERDOS DE ALCANCE PARCIAL CON: Brasil, Panamá, Paraguay, Cuba y Uruguay ACUERDOS DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA CON: Argentina y Chile TRATADO DE LIBRE COMERCIO G3 CON: Venezuela y México	SGP SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS Otorgan preferencias: AELI-ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO Noruega, Suiza, Suecia, Austria, Portugal e Islandia EUROPA ORIENTAL: Bulgaria, Hungría, Checoslovaquia y Polonia UNIÓN EUROPEA: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Inglaterra e Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal, Suecia OTROS PAISES: Japón, Canadá, CEI Comunidad de Estados Independientes (Ex URSS)	ATPA LEY DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS ANDINAS Ley del Congreso de los Estados Unidos que otorga preferencias a los productos colombianos, con exclusión de: Atún en lata, azúcar, Petróleo y sus derivados, Cubiertas de piso, Textiles y prendas de vestir (no todas), calzado, mechas y tejidos de vidrio, ropa de cama	PEC PROGRAMA ESPECIAL DE COOPERACION La Unión Europea otorga preferencias a los productos colombianos, con una cobertura mucho más amplia que la del SGP, entre los productos excluidos están: Banano fresco, Fresas, Limones, Caballos vivos, Mulas vivas, Burros vivos Carnes procesadas, Productos lácteos, Vainilla, Clavo (especies), Semilla de arroz
COMUNIDAD ANDINA PROGRAMAS DE LIBRE COMERCIO CON : Venezuela Ecuador Bolivia Perú				

REGIMENES ADUANEROS DE EXPORTACION

EXPORTACION: Operación que supone la salida legal de mercancías de un territorio aduanero hacia una Zona Franca Industrial o a otro país, y que produce como contrapartida un ingreso de divisas . En Colombia se consideran cuatro Regímenes aduaneros: la exportación definitiva, la exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo, la exportación temporal para reimportación en el mismo estado y el reembarque.

EXPORTACION DEFINITIVA: Es el régimen aduanero aplicable a las mercancías nacionales o de libre disposición que salen legalmente del territorio aduanero colombiano a una zona franca industrial o a otro país, para su uso o consumo definitivo. Las exportaciones definitivas presentan dos modalidades: con o sin reintegro.

EXPORTACION TEMPORAL PARA EL PERFECCIONAMIENTO PASIVO: Es el régimen aduanero que permite exportar temporalmente mercancía de libre circulación en el territorio aduanero colombiano con el propósito de que sean sometidas a transformación, elaboración o reparación, para importarlas dentro del plazo que se autorice.

EXPORTACION TEMPORAL PARA REIMPORTACION EN EL MISMO

ESTADO: Es el régimen que permite la salida transitoria del país de mercancías nacionales con fines diferentes a transformación, elaboración o reparación, para ser reimportadas dentro del plazo que se autorice.

REEMBARQUE: Es el régimen que permite el embarque de mercancías importadas antes de la presentación de la declaración o antes de la expiración del término legal de abandono, siempre y cuando se reúnan los requisitos exigidos para el régimen aduanero a que iba destinada la mercancía

Está prohibida la exportación de bienes que formen parte del patrimonio artístico, histórico y arqueológico de la Nación. Igualmente está prohibida la exportación de drogas o narcóticos y ejemplares de la fauna y la flora silvestre en vías de extinción.

REGISTRO NACIONAL DE EXPORTADORES

Por medio del Artículo 69 de la Ley 6 del 30 de junio de 1.992, se adicionó el Artículo 507 del ESTATUTO TRIBUTARIO, con el objeto de crear un REGISTRO ESPECIAL PARA LOS EXPORTADORES:

"Artículo 1º : A partir del 1o. de enero de 1.993, constituirá requisito indispensable para los exportadores, solicitantes de devoluciones o compensaciones por los saldos del impuesto sobre las ventas generados por operaciones efectuadas desde tal fecha, la inscripción en el REGISTRO NACIONAL DE EXPORTADORES **previo** a la realización de las operaciones que dan derecho a devolución".

Por medio de la Resolución 437 del 1o. de abril de 1.993 del INCOMEX se estableció el siguiente procedimiento para la inscripción:

- Solicitud del formulario de inscripción

Se solicita en las Oficinas Seccionales o Regionales del INCOMEX el formulario denominado "**REGISTRO NACIONAL DE EXPORTADORES**".

- Inscripción en el Registro Nacional de Exportadores

Ante la Oficinas mencionadas, se presenta el formulario diligenciado en todas sus partes, adjuntando:

- Fotocopia autenticada del NIT O C.C, y
- Original del Certificado de Existencia y Representación Legal o Registro Mercantil, expedido por la Cámara de Comercio del lugar donde se encuentra domiciliada la sede principal de actividades de la sociedad o persona natural, con fecha de expedición no mayor a tres meses a la fecha en que se presente el formulario.

El INCOMEX procede a efectuar la inscripción de conformidad con los requisitos exigidos, devolviendo al usuario dos copias del registro, una para su archivo y la otra para remitirla a la Administración de Impuestos **antes de efectuar la exportación**, con el objeto de solicitar luego de la exportación la devolución del impuesto sobre las ventas.

De acuerdo al Artículo 3o. de la Resolución 437 de 1993, el registro tiene validez por un año contado a partir de la fecha de su inscripción.

El Artículo 43o. del Decreto 2076 del 23 de diciembre de 1992 establece que "la renovación del registro será anual y deberá efectuarse en las fechas que para el efecto señale el Gobierno Nacional".

PASOS PARA EFECTUAR UNA EXPORTACION

Los trámites que se mencionan a continuación se siguen en toda exportación con la excepción de:

- Las exportaciones sin reintegro
- Las exportaciones temporales, y
- La mercancía que fuera importada en forma temporal o definitiva y que sea reexportada.

Por cuanto estas exportaciones requieren la autorización previa del INCOMEX, que se da con base en el cumplimiento de unos requisitos adicionales.

1. Estudio de Mercado y de la Demanda Potencial

La exportación supone inicialmente un estudio del mercado internacional, tanto para la determinación del precio adecuado, como para el conocimiento de la demanda de nuestros productos. En este estudio le colaboran al exportador el BANCO DE COMERCIO EXTERIOR - BANCOLDEX Y PROEXPORT, pues brindan información sobre la demanda internacional, la mejor manera de posicionar nuestros productos en el exterior y asesoría sobre las posibilidades de financiación de nuestras exportaciones.

Solo un adecuado estudio de mercado brindará un conocimiento al exportador sobre las oportunidades que ofrecen los mercados del exterior. Para un buen estudio de mercado se deberá:

- Determinar el alcance y los objetivos del estudio.
- Tener una idea general sobre el comercio internacional del producto, tanto cuantitativa, como cualitativamente. Para ello deberá realizar una recolección de datos sobre la oferta y demanda internacional del producto y valorar la producción, la exportación y las importaciones del mismo.
- Identificar y evaluar los posibles demandantes del producto. Así mismo, investigar los usos alternativos del producto y los requerimientos de producción.
- Identificar los posibles canales de distribución y los eventos feriales a través de los cuales puede acceder al mercado.
- Estudiar las características específicas de cada mercado, los hábitos y preferencias de los consumidores, los requisitos comerciales y documentarios exigidos.
- Conocer las normas e impuestos arancelarios y no arancelarios de las importaciones y el comercio en cada mercado. En este sentido, es importante identificar los acuerdos comerciales que establecen preferencias o exenciones en la importación al mercado en estudio.
- Comprender los elementos y mecanismos de fijación de los precios internacionales.

Es indispensable para los exportadores conocer exactamente los requisitos sanitarios, normas técnicas, de marcado, de empaque y embalaje y demás que puedan exigir las autoridades del país de destino para la introducción de sus productos, lo que le evitará innumerables problemas y costos una vez despachados los productos.

La reducción de los costos y la optimización de la calidad, son los elementos fundamentales de la determinación de la competitividad internacional del producto. Por ello el exportador deberá evaluar los costos y gastos que mencionaremos a continuación, para ofrecer sus productos a precios realmente competitivos y teniendo en cuenta los términos de cotización internacional

(INCOTERMS).

<i>COSTOS Y GASTOS SEGUN INCOTERMS</i>
--

<i>COSTOS DE FABRICACION</i>	<i>GASTOS DE DESPACHO</i>	<i>GASTOS DE EMBARQUE</i>	<i>GASTOS EXTERNOS</i>
------------------------------	---------------------------	---------------------------	------------------------

<p><i>COSTOS DIRECTOS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Materia prima -Mano de obra -Insumos - Depreciación maquinaria y equipo <p><i>GASTOS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Administrativos - Promoción y venta – Financieros 	<ul style="list-style-type: none"> - Empaques - Embalajes - Etiquetado 	<ul style="list-style-type: none"> - Fletes (Pto de embarque) - Almacenamiento - Manejo de carga - Documentos 	<ul style="list-style-type: none"> - Fletes (Pto de destino) - Seguro (El comprador como beneficiario)
--	---	---	--

<p><i>VALOR EX-WORKS O EN FABRICA ----- VALOR FOB - FREE ON BOARD O LIBRE A BORDO ----- VALOR CIF- COST, INSURANCE AND FREIGHT O COSTO</i></p>
--

SEGURO Y FLETE-----

Los términos de cotización internacional (Incoterms) determinan en los acuerdos de compra venta los compromisos de las partes. Los más usuales explicados en el diagrama anterior son:

EX-WORKS: EN FÁBRICA: Este término hace relación al compromiso por parte del exportador de efectuar la entrega de la mercancía en el lugar de producción o de distribución del producto, mientras el comprador corre con los riesgos y gastos que conlleve su traslado hasta el puerto de destino.

FOB: FREE ON BOARD - LIBRE A BORDO: El exportador adquiere el compromiso de colocar la mercancía en el puerto de embarque convenido a bordo del medio de transporte (buque, avión o camión), los riesgos y gastos a partir de ese momento corren por cuenta del comprador.

CIF: COST, INSURANCE AND FREIGHT - COSTO, SEGURO Y FLETE: Los compromisos adquiridos conforme al término anterior, se adicionan con la contratación y pago del flete y el seguro hasta puerto de destino por parte del vendedor.

Una vez se identifique la demanda potencial en el exterior los pasos que se siguen en una exportación son los siguientes:

2. REMISION DE LA FACTURA PROFORMA

Ante el requerimiento de cotización de un comprador externo, el exportador deberá suministrar una factura proforma (cotización), con el objeto de facilitar al importador la solicitud previa de licencias o permisos de importación y el establecimiento del instrumento de pago a favor del exportador.

En dicha factura se consignan entre otros los siguientes datos: la identificación del comprador, su ubicación, validez de la cotización, las cantidades, precio unitario, valor total y las condiciones de la negociación.

El exportador tiene libertad para establecer los plazos que va a conceder al comprador del exterior, sin embargo, si éste plazo es superior a 12 meses contados a partir de la fecha de la declaración de exportación, deberá informarlo al Banco de la República (Parágrafo segundo, Artículo 17 de la Resolución 21/93 JDBR, modificada por la resolución 5/97 JDBR), siempre y cuando su monto supere la suma de diez mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$10.000).

Así mismo, el exportador puede establecer negociaciones condicionadas a pagos anticipados por futuras exportaciones, pero teniendo en cuenta, que éstas deben ser realizadas dentro de los cuatro (4) meses siguientes a la fecha de canalización de las divisas a través del intermediario financiero.

3. ACEPTACIÓN DE LAS CONDICIONES

El importador en el exterior confirma al exportador colombiano la compra de la mercancía y la aceptación de las condiciones de la negociación, y procede según éstas a la apertura de la carta de crédito en el banco corresponsal o a la remisión de las letras o pagarés por los valores respectivos.

4. CONFIRMACIÓN DE LA CARTA DE CREDITO

El banco comercial colombiano recibe copia de la carta de crédito del banco corresponsal garante u otro documento que se convenga como garantía de pago y comunica al exportador para que este inicie los trámites para el despacho de la mercancía.

5. FACTURA COMERCIAL

Es un documento imprescindible en cualquier transacción comercial. Es una cuenta por los productos que se envían al comprador en el extranjero y frecuentemente es utilizado por las autoridades aduaneras del país del importador como el documento básico para determinar el valor en aduana de las mercancías sobre el cual se aplicarán los derechos de importación.

A falta de un contrato de compraventa, la factura, aunque no constituye por sí misma un contrato, es el documento que recoge en cierta forma las condiciones acordadas entre las partes.

6. LISTA DE EMPAQUE

Acompaña generalmente la factura comercial, proporciona información sobre el embalaje, cantidades de bultos o cajas, su contenido, su peso y volumen así como las condiciones de manejo y transporte de las mismas.

7. CONTRATACIÓN DEL TRANSPORTE

El exportador contratará el medio y la compañía de transporte más adecuados (en consideración a la clase de mercancía, los costos y las necesidades de disponibilidad), en los términos acordados con el comprador. Las modalidades de transporte que más se utilizan a nivel internacional son el aéreo y el marítimo.

8. CERTIFICACION DE ORIGEN DE LA MERCANCIA

En caso que el importador requiera certificar el origen de la mercancía, por ser un requisito para la nacionalización o para obtener preferencias arancelarias en el país de destino, el exportador iniciará los siguientes trámites para la aprobación del certificado de origen ante el INCOMEX:

8.1 Radicación del formulario de "REGISTRO DE PRODUCTORES NACIONALES, OFERTA EXPORTABLE Y SOLICITUD DE DETERMINACION DE ORIGEN"

Este formulario es suministrado en forma gratuita por el INCOMEX y debe radicarse en original y copia, junto con el certificado de constitución y gerencia si se trata de persona jurídica o registro mercantil cuando se trate de personas naturales, en la ventanilla de

correspondencia de la Oficina Regional o Seccional respectiva. En Santafé de Bogotá la radicación debe realizar en la calle 28 No. 13 A -15 Local 1.

8.2 Verificación de la Información y Determinación de Criterios de Origen

Radicado el mencionado formulario, se verifica la información y se determina el criterio de origen del producto a exportar con base en las disposiciones existentes para los distintos esquemas preferenciales, los cuales son consignados en la planilla "Relación de Inscripción y Determinación de Origen".

El original de la "Relación de Inscripción y Determinación de Origen" se remite al exportador. La inscripción tiene una validez de dos años.

8.3 Radicación y aprobación del CERTIFICADO DE ORIGEN

El INCOMEX a través de las Direcciones Regionales y Seccionales expide los Certificados de Origen para los distintos productos de exportación que vayan a gozar de las preferencias arancelarias otorgadas en los diferentes Acuerdos Comerciales y Esquemas Preferenciales.

Conforme al país hacia el que se efectúe la exportación se requerirá de un certificado de origen. Estos formularios los expende el INCOMEX (por intermedio del Banco del Estado) y tienen un costo de \$4.000.00

- Código 250 SGP: Países de la Unión Europea, Europa Oriental y Japón.
- Código 251 ATPA: Estados Unidos.
- Código 252 Unión Europea (exportación de Textiles).
- Código 255 Comunidad Andina y ALADI (Países de Latinoamérica).
- Código 256 Grupo de los Tres: México.
- Código 258 Chile. -
- Código 260 Terceros Países. (Incluye los A.A.P. con Cuba y Panamá).

En su diligenciamiento debe tenerse en cuenta la norma de origen que le corresponde al producto de acuerdo al país de destino. **La solicitud de certificado de origen se radica junto con la factura comercial en original y copia;** en las exportaciones de flores a la Unión Europea se anexa también la guía aérea. La aprobación de la solicitud la realiza el INCOMEX el mismo día de su radicación.

Cuando la exportación sea de hortalizas y/o frutas frescas y su destino sea algún país miembro de la Unión Europea, se adjunta al Certificado de Origen el formulario denominado "Certificado de Origen y Procedencia" (lo suministra el INCOMEX en forma gratuita) con el objeto de dar a conocer el lugar (municipio) donde han sido cultivadas las hortalizas o frutas.

9. Visa textil

El Gobierno de Estados Unidos, establece como requisito para la entrada a su territorio de productos textiles (Ver capítulos 50 al 63 del Arancel de Aduanas), la expedición por parte de Colombia de la VISA TEXTIL, la cual expide el Instituto Colombiano de Comercio Exterior - INCOMEX, con base en la información que suministra el exportador.

Para obtener la visa textil, los exportadores deben determinar (Consultar Circular Externa del INCOMEX No. 85 de 1.995):

- LA CATEGORIA que le corresponde a cada uno de sus productos,
- LA UNIDAD DE MEDIDA establecida para cada categoría
- EL FACTOR: con base en el cual se lleva la cantidad en la unidad de medida al consumo en yardas

Una vez el exportador obtenga la información de la categoría, la cantidad en la unidad de medida y el consumo en yardas, diligenciará la forma denominada Cuota Textil, radicándola en las Oficinas Regionales o Seccionales del INCOMEX acompañada de la factura comercial. En esta última, se expedirá la VISA TEXTIL.

10. COMPRA Y DILIGENCIAMIENTO DEL DOCUMENTO DE EXPORTACION (DEX)

El documento de exportación o Declaración de Exportación, DEX, lo expenden las Administraciones de Aduana y en algunas ciudades los almacenes de cadena. En caso de ser insuficiente el espacio para la descripción de la mercancía, pueden adquirirse Hojas Anexas al DEX.

El DEX consta de un (1) original y cinco (5) copias y para facilitación del exportador la DIAN ofrece la posibilidad de que el DEX sea utilizado en dos formas:

10.1 Como Autorización de Embarque

- Cuando el exportador desee realizar un embarque **único o fraccionado con datos provisionales**, deberá **dentro de los tres meses siguientes a la fecha de aceptación de la autorización de embarque** (Plazo estipulado por la Resolución 3492 de 1.990 de la Dirección General de Aduanas), proceder al diligenciamiento y presentación de la declaración definitiva relacionando los embarques efectuados con cifras definitivas.
- Cuando el exportador deba realizar **embarques fraccionados con datos definitivos** y con cargo a un mismo CONTRATO DE VENTA, se tramita el primer embarque en un documento de exportación como solicitud de autorización de embarque anotando todos los datos e indicando que se trata de un embarque fraccionado. En los demás embarques, deberá indicar que los datos complementarios se encuentran en el número de autorización de embarque que le haya correspondido al primer embarque y adjuntar fotocopia de ésta. Así mismo, **dentro del mes siguiente a la fecha de aceptación de la primera autorización de embarque** (Artículo 256 del Decreto 2666/84 modificado por el artículo 3o. del Decreto 1144/90), el exportador deberá presentar la DECLARACION DE EXPORTACION DEFINITIVA, consolidando los embarques fraccionados correspondientes al mismo Contrato de Venta.

10.2. Como Declaración Definitiva

El exportador debe presentar declaración definitiva cuando: realiza un embarque único con cifras definitivas, cuando la declaración tiene por objeto consolidar embarques fraccionados y para indicar las cifras definitivas de un embarque único que había sido presentado con datos provisionales.

11. SOLICITUD DE VISTOS BUENOS

La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o del otorgamiento del visto bueno. Este requisito debe cumplirse en forma previa a la exportación de los siguientes productos:

ENTIDAD	ENTIDAD	PRODUCTOS
MINERALCO	-Inscripción, se anexa al DEX Patente de comerciante y guía	- Esmeraldas y piedras Preciosas
MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE	-Inscripción, se anexa al DEX la Resolución de autorización para cultivo o cría artificial y el CITES	- Especies del Reino Animal y vegetal tropicales y especies en vías de extinción y sus subproductos
BANCO DE LA REPUBLICA	-Inscripción del comprador y certificado de análisis expedido por esa entidad.	- Oro, el mineral de oro y sus aleaciones
INVIMA	- Registro Sanitario	- Glándulas y Órganos de Origen Humano - Productos farmacéuticos y de

		cosmetología, - Productos alimenticios
ICA	- Certificado Fito o Zoosanitario	- Animales y plantas vivas - Productos de origen animal o vegetal sin procesar
INPA	- Inscripción y Vo.Bo.	- Peces vivos y muertos

Cuando el Gobierno Nacional considere que hay deficiencias en el consumo interno, se procede a la asignación de un cupo para la exportación, el control de estos cupos normalmente se hace por parte del INCOMEX, entidad ante la que el exportador solicita la asignación de una cantidad y/o valor. De igual manera, cuando la restricción cuantitativa es debida al cierre de algún mercado externo y se le asigna una CUOTA a Colombia, el INCOMEX debe ejercer la vigilancia sobre su cumplimiento y autorización de la cuota - parte a cada exportador.

12. PRESENTACIÓN DEL DOCUMENTO DE EXPORTACIÓN (DEX) Y AFORO DE LA MERCANCÍA:

Una vez presentado el DEX con sus anexos respectivos, si se encuentra bien diligenciado y reúne los requisitos exigidos, la Aduana acepta la solicitud de autorización de embarque o la declaración definitiva, según el caso, procediendo al aforo de la mercancía y autorizando su embarque. El DEX se presenta junto con los siguientes documentos:

- Documento de Identidad del exportador o documento que acredite su autorización a la Sociedad de Intermediación Aduanera,
- Documento de transporte (guía aérea, conocimiento de embarque o carta de porte),
- Factura comercial,

- Registros sanitarios, autorizaciones expresas y demás requisitos exigidos para la exportación del producto.

13. PAGO DE LA EXPORTACIÓN:

La exportación genera la obligación de reintegrar las divisas percibidas. Los exportadores, de acuerdo a lo establecido en el régimen cambiario (Resolución 21/93 de la Junta Directiva del Banco de la República) deberán efectuar la venta de las divisas a través de los intermediarios financieros autorizados por el Banco de la República (bancos comerciales y entidades financieras), dentro de los plazos consignados en la declaración de exportación, para ello el exportador deberá previamente diligenciar la declaración de cambio correspondiente.

El exportador tiene libertad para establecer los plazos que va a conceder al comprador del exterior, sin embargo, si éste plazo es superior a 12 meses contados a partir de la fecha de la declaración de exportación, deberá en este mismo periodo, informar del hecho al Banco de la República, con excepción de aquellas cuyo valor sea inferior a US\$ 10.000.

Así mismo, el exportador puede establecer negociaciones condicionadas a pagos anticipados por futuras exportaciones, pero teniendo en cuenta que, dentro de los cuatro (4) meses contados a partir de la fecha de canalización de las divisas a través del intermediario financiero, deberá realizar la exportación de los bienes.

14. SOLICITUD DEL CERTIFICADO DE REEMBOLSO TRIBUTARIO (CERT).

Si el producto exportado se encuentra beneficiado con el CERT, conforme al Decreto 955 de 1.996 y sus modificaciones, el exportador autorizará al intermediario financiero su trámite ante INCOMEX.

El exportador da poder al intermediario para que éste solicite al INCOMEX el reconocimiento y liquidación del CERT. El Certificado se liquida a la tasa de cambio vigente a la fecha en que se produzca el embarque de los bienes a exportar (Artículo 2o. del Decreto 402 de 1.994).

DILIGENCIAMIENTO DE LAS CASILLAS RELACIONADAS CON SISTEMAS ESPECIALES EN EL DOCUMENTO DE EXPORTACION

Cuando una exportación se efectúe con cargo a algún programa de sistemas especiales o a reposición, las casillas 36, 44, 45, 46, 47 deben aparecer diligenciadas para todos los ítems que conformen un documento de exportación. Es decir, que en las exportaciones que se realicen con cargo a programas de sistemas especiales de importación - exportación o a reposición, no podrá aparecer ningún producto exportado por canales ordinarios.

Tomaremos por aparte Reposición y Programas para dejar claras las diferencias en el diligenciamiento del DEX cuando se trate de exportaciones en aplicación de estos sistemas de importación - exportación, aclarando que estas modalidades (reposición y programas) pueden combinarse.

Se utilizan las siguientes abreviaturas:

VAE = VALOR AGREGADO EXTERNO

VAN = VALOR AGREGADO NACIONAL

CIP = CUADRO INSUMO - PRODUCTO

FOB = FREE ON BOARD O FRANCO A BORDO

1. REPOSICION DE MATERIAS PRIMAS O INSUMOS

Cuando se va a solicitar reposición de materias primas o insumos utilizados en la producción del producto que se exporta, el DEX se diligencia así:

CASILLA 36: Se marca con una " X" el cuadro correspondiente a SI y en el numeral 7 que corresponde a REPOSICION.

CASILLA 39: Para cada producto a exportar, a continuación de la descripción de la mercancía se anotará:

1. Reposición, artículo 179 del Decreto - Ley 444 de 1.967,
2. Razón social de la empresa que hará utilización de este mecanismo (en caso que no sea el exportador quien lo utilice directamente),
3. La cantidad y el valor de cada uno de los insumos importados utilizados en la fabricación del producto (Valor Agregado Externo o VAE) y el VAE total para el ítem respectivo.

CASILLA 44: Para cada producto a exportar, se anota el Valor Agregado Nacional (VAN), este valor resulta de la diferencia entre el Valor Total FOB y el VAE. Es decir, $VAN = \text{Valor Total FOB} - \text{VAE}$

CASILLA 45: En reposición esta casilla no debe diligenciarse.

CASILLA 46: Para cada producto a exportar, se escribe el numeral 7 correspondiente a Reposición en la casilla 36,

CASILLA 47: Se indica el VAN TOTAL, que será igual a la sumatoria del VAN correspondiente a cada ítem.

2. PROGRAMAS DE SISTEMAS ESPECIALES DE IMPORTACION - EXPORTACION

Cuando el exportador tiene un programa de materias primas o de bienes de capital, las casillas relacionadas con sistemas especiales se diligencian así:

CASILLA 36:

1. Se marca con una **X** el cuadro correspondiente a **SI**.

2. Se anota el número del programa o programas, utilizando una casilla para cada programa, el número de los programas consta de un código alfabético (MP o MX, BR, BK o PR) y un código numérico, por ejemplo: MP:1031.

CASILLA 44: Para cada producto (ítem) a exportar, se anota el respectivo VAN, utilizando la formula ya indicada para reposición:

$$\text{VAN} = \text{VALOR TOTAL FOB} - \text{VAE (del ítem)}.$$

CASILLA 45: Para cada producto a exportar, se indican los números de los **CUADROS INSUMO - PRODUCTO** (CIP) correspondientes a los programas, siguiendo el orden de anotación de estos programas en la casilla 36.

CASILLA 46: Para cada producto a exportar, se anotan los números de los ítems de la casilla 36 que correspondan a los programas de los cuales el producto haga parte del **compromiso de exportación**.

CASILLA 47: Se anota el VAN total que corresponde a la sumatoria del VAN correspondiente a cada ítem.

En el diligenciamiento de las casillas mencionadas se requiere de especial atención en cuanto a:

- Al tomar el VALOR AGREGADO EXTERNO debe considerarse que el PORCENTAJE que represente con relación al VALOR FOB del producto a exportar, coincida con el autorizado en el CUADRO INSUMO - PRODUCTO correspondiente. Esto debe cumplirse para todos los programas que se combinen con respecto a un producto a exportar.
- Si combina Reposición y programas, se deberá tener en cuenta las indicaciones dadas para cada uno, de esta manera no omitirá ninguna información.
- Únicamente los programas de importación de materias primas e insumos requieren CUADROS DE INSUMO PRODUCTO, por tanto solo en estos casos se diligencia la casilla 45.
- Tratándose de programas de importación de Bienes de Capital el porcentaje de VALOR AGREGADO NACIONAL será del 100%, en consecuencia el valor anotado en la casilla 44 debe coincidir con el VALOR TOTAL FOB.

MODIFICACION A LA DECLARACION DE EXPORTACION

Las modificaciones a la declaración de exportación se presentan en el reverso del DEX, CUADRO DE MODIFICACIONES, indicando la casilla a modificar y anotando en la columna NUEVO TEXTO el dato correcto. Las modificaciones deben solicitarse así:

- **Ante el INCOMEX;** Cuando la solicitud se refiera a cambios en los números de los programas, contratos, variación del valor agregado nacional y cambio o inclusión de un cuadro insumo - producto (casillas 36, 44, 45 respectivamente, estos cambios pueden alterar también las casillas 46, en la que se indica la aplicación de la casilla 36, y la casilla 47, en la que se totaliza el valor agregado nacional). En definitiva los datos que tienen que ver con Sistemas Especiales de importación - exportación.
- **Ante la Administración de Aduana;** los demás datos.

EXPORTACION DE MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL

Conforme el Decreto 11 de enero 5 de 1.988, para la exportación de muestras sin valor comercial, se sigue el procedimiento que se diagrama a continuación:

DIAGRAMA EXPLICATIVO DE LOS PASOS QUE SE SIGUEN EN UNA EXPORTACION

<p>1. El exportador tramita en caso de requerirse registro sanitario, autorización expresa o inscripción ante la entidad correspondiente.</p>
--

Si no requiere certificado de origen	Si requiere certificado de origen
	<p>2. El exportador diligencia y radica el formulario Registro de Productor Nacional oferta exportable y solicitud <i>de</i> Determinación de Origen en el INCOMEX.</p> <p>El INCOMEX informa al usuario las normas de origen que le corresponden al producto</p>

<p>3. El exportador solicita y diligencia la Declaración Simplificada de Exportación en la Administración de Aduanas.</p>
<p>4. El exportador adquiere, diligencia y radica en el INCOMEX el Certificado de Origen de acuerdo al país de destino, acompañado de la Declaración Simplificada de Exportación</p>
<p>5. El INCOMEX expide el certificado de origen y el exportador retira el documento.</p>

Productos que no requieren visto bueno	Productos que requieren visto bueno
	<p>6. El exportador solicita visto bueno ante la autoridad correspondiente.</p> <p>La entidad expide visto bueno por medio de firma y/o etiqueta.</p>

<p>7. El exportador presenta la declaración simplificada de exportación en la administración de aduana y adjunta: el Documento de identidad o el que acredite su autorización a la sociedad de intermediación aduanera, el documento de transporte, la factura comercial y en caso de requerirse el registro sanitario, autorización expresa o inscripciones ante la entidad correspondiente.</p>

El funcionario de la DIAN efectúa la revisión documental y física de la mercancía en caso de considerarlo conveniente y autoriza el despacho de la mercancía. |

Adicionalmente el exportador deberá tener en cuenta las siguientes consideraciones:

1. El exportador tiene un límite máximo por semestre para la exportación de muestras sin valor comercial de US\$4.000.
2. La factura comercial debe presentarse declarando los valores de los productos a exportar y con clara indicación de que se trata de muestras sin valor comercial.
3. La Declaración Simplificada de Exportación la suministran las Administraciones de Aduana en forma gratuita.
4. No pueden exportarse como muestras sin valor comercial Café, esmeraldas y demás piedras preciosas, artículos manufacturados con metales preciosos, oro y sus aleaciones, platino y metales del grupo platino, cenizas de orfebrería, productos de la fauna y flora silvestre, plasma humano, órganos humanos, estupefacientes y los productos cuya exportación esté prohibida, tales como los bienes que forman parte del patrimonio artístico, histórico y arqueológico de la nación.