PROCEDIMIENTO PARA EXPORTAR CAFÉ DESDE LA FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA A PERÚ

Autores:

Catherine Andrea Cruz Castro

Betty Angélica Martínez Riveros

Ana María Salgado Camacho

Administración de Empresas y Contaduría Pública, Fundación Universitaria Compensar

Proyecto fin de grado para la Facultad de Ciencias Empresariales

Tutores: Emiro Stig Romero Arias y María Carolina Villarraga Galindo

21 de Noviembre de 2022

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION 3

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 4

2.1 Antecedentes 4

2.2 Problema 5

2.3 Pregunta problema 5

3. OBJETIVOS 5

3.1 Objetivo General 5

3.2 Objetivos Específicos 6

3.3 Alcance 6

4. JUSTIFICACION 6

5. INFORME 7

5.1 Contexto de Industria o sector 7

5.2 Diagnóstico de internacionalización del servicio 8

5.3 Oferta Internacional 11

5.4 Formas De Entrada 12

5.5 Política De Comunicación 14

5.6 Plan Económico 15

6. METODOLOGÍA 21

6.1 Descripción detallada de los resultados y productos obtenidos del proyecto. 21

6.2 Descripción de los impactos para el área o proceso como consecuencia de la consultoría 23

7. RECOMENDACIONES 24

8. BIBLIOGRAFÍA 25

1. INTRODUCCION

En el presente trabajo se evidenciará el desarrollo de un plan estratégico con el fin de brindar un aporte desde el área administrativa y contable hacía el ámbito de exportaciones desde Colombia hacía Perú teniendo como aliado un producto representativo como lo es el café, generando un equilibrio comercial entre las dos partes, dado que ambos países son miembros de la Comunidad Andina y ahora de la Alianza del Pacífico. El comercio de sus productos están exentos del pago de aranceles.

Actualmente las relaciones internacionales se dan cada vez con más frecuencia, de manera que los países se relacionan económicamente con el exterior, refiriendo sus economías con el resto de los países mediante el intercambio de bienes, de servicios y de capitales. Mencionado intercambio provoca una interdependencia en el mercado de productos, con el respectivo aumento de las exportaciones y de las importaciones.

El desarrollo del comercio exterior hace que los países prosperen, al aprovechar los productos que elaboran o producen. La economía actual enseña que los países pueden beneficiarse cuando esas mercancías y servicios se comercializan, del mismo modo al analizar la economía se debe de revisar la dimensión que trasciende las fronteras de un país, es decir, la que abarca los problemas económicos con fines internacionales. La importancia que tienen las relaciones internacionales en el campo comercial viene alcanzado un profundo significado, a tal punto que los países cuentan con este elemento para mejorar su economía a través de las personas que realizan dicha gestión.

PROCEDIMIENTO PARA EXPORTAR CAFÉ DESDE LA FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA A PERÚ

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Antecedentes

Colombia es un país reconocido mundialmente por su café, este producto se ha abierto paso a mercados internacionales por sus características, como aroma, sabor, textura y estas características se las aporta el suelo colombiano por su posición geográfica y su clima.

En lo que va de 2022, las exportaciones de café colombiano disminuyeron 4% al rozar los 7,8 millones de sacos de 60 kilos, frente a los casi 8,1 millones de sacos puestos en los mercados internacionales en el mismo periodo de 2021, según informó la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (Federacion Nacional de Cafeteros, s.f.)

Vale la pena mencionar que el café colombiano es uno de los cafés de mejor calidad y más ricos al paladar de cualquier conocedor de este producto y esto dicho se respalda ya que Colombia ha sido reconocida internacionalmente como tierra cafetera, uno de esos reconocimientos: "café Saint Albert recibió el máximo reconocimiento del instituto internacional del sabor y la calidad (ITQI), y le fueron otorgadas 3 medallas de oro al sabor superior. Este logro no solo reafirma su calidad lograda en Colombia, sino que lo posiciona internacionalmente como el único café de lujo exportado desde el país y el más premiado, ya había sido merecedor del premio top class 2010 en Corea, producto del año en la feria de alimentos de Moscú 2011, 3 estrellas por el (ITQI), de Bruselas 2012 (primer café

colombiano en obtener el máximo premio) y finalmente 3 estrellas por el (ITQI) de Bruselas en 013, obtenido recientemente.” (Colombia.net, 2020)

Partiendo de esto se aterriza la idea de trabajar con un producto ganador en el mercado que genera gran significación frente a su aporte en la economía colombiana, aún solo manejándose como materia prima, por esto el acompañamiento frente a los procesos de exportación focalizada en café podrá tener una gran recibiendo por parte de las personas que quieran empezar a realizar esta actividad.

2.2 Problema

Colombia y Perú han mantenido buenas relaciones comerciales a través del tiempo, sin embargo, se evidencia que dentro de los tratados que manejan estos dos países no se está teniendo un equilibrio comercial frente a un producto representativo como lo es el café, puesto que es mayor la importación que Perú hace hacía Colombia que viceversa, aun siendo Colombia uno de los mayores productores de café en el mundo.

2.3 Pregunta problema

¿Cómo desde el área administrativa y contable se puede aportar al desarrollo de exportación de un producto representativo como el café desde Colombia hacia Perú?

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

- Presentar un plan estratégico de exportación de café desde Colombia hacia Perú, generando un equilibrio comercial entre las dos partes.

3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico de exportación entre Colombia y Perú para conocer la realidad de las relaciones comerciales entre estos dos países.
- Identificar los principales procesos de exportación entre Colombia y Perú para así poder establecer y asegurar la implementación del plan.
- Crear la metodología con la cual se desarrollará el plan estratégico exportador

3.3 Alcance

El alcance de la investigación va desde la valoración de las relaciones actuales entre Colombia y Perú hasta la propuesta de un plan estratégico que permita generar un equilibrio entre estos dos países, manteniendo al café como producto de intercambio dentro de este proceso. En esta investigación no se pondrá en marcha el plan estratégico y por lo tanto no se tendrá resultados de la implementación del mismo.

4. JUSTIFICACION

Es importante resaltar el beneficio académico para el desarrollo del presente proyecto de plan estratégico de exportación de café desde Colombia hacia Perú, generando un equilibrio comercial entre las dos partes; mediante la aplicación de los conocimientos adquiridos durante los años de estudio en la carrera de Administración y Contaduría, con la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos gracias a las áreas de acción que se desarrolla en un plan de exportación como el establecido.

Las exportaciones son de gran importancia en la materia de Comercio exterior, son la compra y venta legitima de bienes y servicios que son transportados desde un país y pretendidos para su uso o consumo en el interior de otro país o viceversa; estas negociaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas que permiten a los ciudadanos adquirir productos de mayor calidad.

Para ello se establece dicho plan estratégico donde se especifica el paso a paso para llevar a cabo una adecuada exportación, mitigando los riesgos por el desconocimiento del procedimiento, recibiendo por parte del proyecto un acompañamiento integro desde la parte administrativa y contable para funcionar como engranaje y aportar un mayor reconocimiento internacional por un producto insignia como lo es el café colombiano.

5. INFORME

5.1 Contexto de Industria o sector

Sector Comercio, Industria y Turismo

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios . (Industria Comercio y Superintendencia, s.f.)

ENTORNO DE EXPORTACIONES

COLOMBIA-PERÚ: En 2020, Colombia exportó $879M a Perú. Los principales productos que Colombia exportó a Perú fueron Azúcar en bruto ($74M), Productos de limpieza ($46,3M), y Medicamentos envasados ($44,5M). Durante los últimos 25 años las exportaciones de Colombia a Perú han tenido un incremento a una tasa anualizada de 1,70%, desde $577M en 1995 a $879M en 2020.

PERÚ-COLOMBIA: En 2020, Perú exportó $673M a Colombia. Los principales productos que Perú exportó a Colombia fueron Alambre de cobre ($119M), Aceite de palma ($42,1M), y Lámina de plástico crudo ($40,7M). Durante los últimos 25 años las exportaciones de Colombia a Perú han tenido un incremento a una tasa anualizada de 1,70%, desde $577M en 1995 a $879M en 2020.

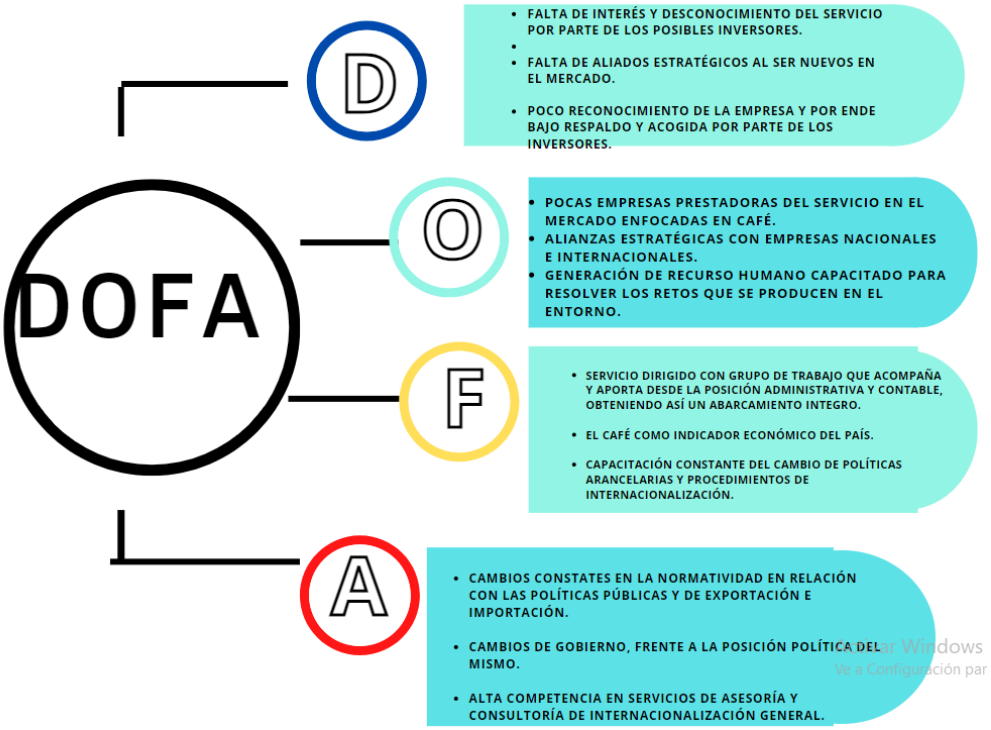
COMPARACIÓN: En 2020, Colombia se encuentra en el ranking 52 en el Índice de Complejidad Económica (ECI 0,14), y 61 en exportaciones totales ($32,2MM). Ese mismo año, Perú se encuentra en el ranking 89 en el Índice de Complejidad Económica (ECI -0,68), y 53 en exportaciones totales ($40,5MM). (Oec.World, s.f.)

5.2 Diagnóstico de internacionalización del servicio

Se parte del concepto de diagnóstico como ese análisis que permite identificar si la empresa está preparada a entrar en un proceso de internacionalización o si por el contrario aún debe evaluar factores internos y externos como actividad previa para la internacionalización.

Imagen 1

Dofa del plan estrategico



Nota. Fuente (Autoria propia, s.f.)

Una vez realizada la matriz DOFA que permite realizar un estudio del estado de la empresa desde sus variables internas (debilidades y fortalezas) y variables externas (oportunidades y amenazas), se opta por realizar una reflexión sobre los siguientes factores comunes para darle fuerza a ese diagnóstico de internacionalización.

1- Motivación de la empresa para internacionalizarse

La motivación se crea a partir de la problemática evidenciada frente a la falta de equilibrio comercial que existe entre Perú y Colombia.

2- Grado de competitividad del producto o servicio a internacionalizar

Dentro de un panorama genérico se observa una alta competencia a raíz de las empresas consultoras y de asesoría en Colombia para fomentar el tema de comercio exterior, sin embargo, vemos gran oportunidad de mercado ya que empresas que se enfoquen en esta actividad para un solo producto no se encuentran con facilidad.

3- Recursos (personas, tiempo etc.)

Actualmente se cuenta con 3 personas, 2 de ellas con conocimiento administrativo y 1 de ellas con conocimiento contable, adicional las 3 personas manejan una base información frente a procedimientos y estrategias de internacionalización.

4- Grado de experiencia y nivel formativo internacionales

Las 3 personas manejan un nivel profesional, no se tiene experiencia directa con la activad de la empresa, pero si manejan procedimientos con servicio al cliente y un vasto conocimiento contable y de riesgos que aportaran a la viabilidad de la misma.

5- Información disponible suficiente y/o acceso a la información necesaria

El acceso a la información está a la mano de un click, actualmente se tiene la oportunidad de adquirir cualquier dato acerca de cualquier suceso, en los diferentes contextos con el propósito de resolver dudas, confirmar escenarios y ratificar datos.

6- Análisis de barreras y capacidad para superarlas

La barrera inicial es incursionar en un mercado nuevo, donde no se tiene experiencia directa y tampoco reconocimiento, sin embargo, está latente la oportunidad de fortalecer el

conocimiento, la convicción, los aliados, el mercado en pro de mejora continua para crecer y afianzar relaciones comerciales.

7- Capacidad para financiar el proyecto

La iniciativa de asesoría y consultoría Caferú al presentar sus servicios de manera virtual, mitiga inversión frente a espacios y una serie de gastos que se incurrirían si se maneja en un lugar físico, por esta razón la práctica se hace viable dado que la capacidad de financiar el proyecto no requiere de una inversión fuerte de recursos para lanzarlo al mercado. (htt15)

5.3 Oferta Internacional

Descripción del servicio

Plan estratégico con el fin de brindar un aporte desde el área administrativa y contable hacía el ámbito de exportaciones desde Colombia hacía Perú teniendo como aliado un producto representativo como lo es el café, generando un equilibrio comercial entre las dos partes, dado que ambos países son miembros de la Comunidad Andina y ahora de la Alianza del Pacífico.

Condiciones de entrega

El plan estratégico de exportación va dirigido a pequeñas pymes y cualquier persona que requiera hacer su debido proceso de comercio exterior sobre el café

Mercado meta del servicio

Para la correcta determinación del mercado meta de nuestro servicio, nos dimos, principalmente, a la tarea de identificar los aspectos más importantes de acuerdo con la

finalidad que tiene nuestro plan estratégico la cual es, el asesoramiento en exportación del café, para ello determinamos algunos factores del entorno como se evidencia en la imagen 2.

Imagen 2

Analisis Pestel



Nota. Fuente (Autoria propia, s.f.)

5.4 Formas De Entrada

Las asesorías, actualmente juegan un papel fundamental como herramienta de las diferentes actividades que se ofertan en el mercado, pues la necesidad inaplazable de evitar el riesgo y reproceso dentro de un escenario, convierten a este servicio como apoyo base de las personas naturales y jurídicas para poder tener un mayor grado de competitividad frente otros, es por esto que asesoría y consultoría expo Caferú nace con la necesidad de brindar un

aporte desde el conocimiento administrativo y de contaduría con el ánimo de aumentar el nivel de exportación del café y mantener un equilibrio comercial con Perú.

A continuación se puede evidenciar en la imagen 3, donde mencionamos que nuestro cliente objetivo son, pequeñas empresas la cual nos va identificar nuestra viabilidad siendo principiantes en el mercado.

Imagen 3

Objetivo Smart



Nota. Fuente (Autoria propia, s.f.)

5.5 Política De Comunicación

Objetivo

Llevar a cabo un plan estratégico de exportación de café desde Colombia hacia Perú, generando un equilibrio comercial entre las dos partes.

Público objetivo

Dicho plan estratégico va dirigido a cualquier persona natural o jurídica, pequeñas empresas, grandes empresas y demás mediante una asesoría y consultoría virtual, con el fin de brindar un excelente servicio frente al desarrollo de exportaciones de café.

Eje de comunicación

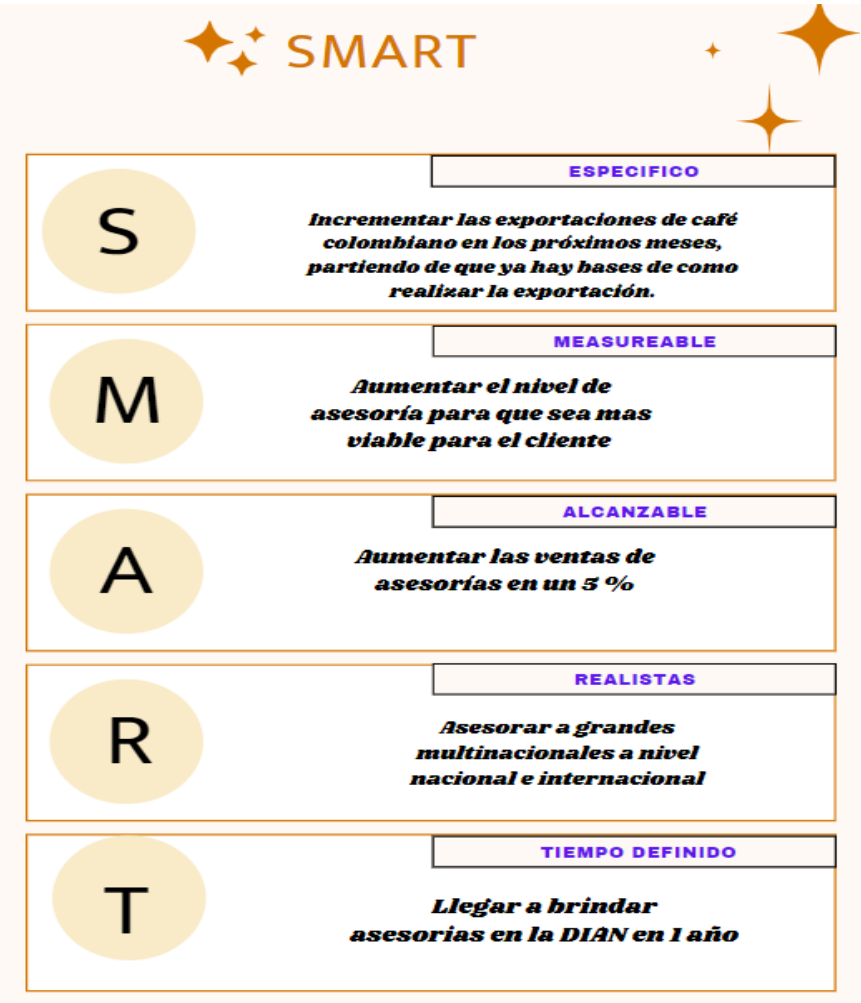
Enfatizar al cliente, con todo el proceso de salida definitiva de mercancías nacionales, del territorio aduanero como el café colombiano para su uso o consumo en otro país.

Objetivo operacional

De igual manera hacemos énfasis para medir nuestros resultados desde que se inicia hasta que va dando reconocimiento en el mercado a partir del objetivo Smart como se evidencia a continuación en la imagen 4.

Imagen 4

Objetivo Smart



Nota. Fuente (Autoria propia, s.f.)

5.6 Plan Económico

El plan económico-financiero aporta información clave acerca de la rentabilidad, solvencia y liquidez de la iniciativa empresarial. Este plan determinará la viabilidad global del plan estratégico de exportación de café desde Colombia hacia Perú, mediante la determinación en términos monetarios de las estimaciones realizadas, es decir, se valorará el coste de las actividades de publicidad, de las asesorías y recursos humanos.

Impuesto sobre la Renta: 35% y % de Margen de Contribución sobre costo unitario:

Tabla 1

Servicio de asesoria

Servicio	Cantidad a vender por mes	Costo Variable Unitario	Precio de Venta Unitario	MC	MC %
Asesorías para exportaciòn de café a Perú	15	$450.000	$600.000	$150.000	25%

Nota. Fuente: Elaboración propia

Aportes de Capital de los Socios

Las socias de la empresa cada una aporto en especie implementos de oficina como (computador, escritorio y sillas) valorados en $4.500.000 más un aporte en dinero de $2.000.000 cada una, para una inversión total de $10.500.000 millones de pesos colombianos.

Tabla 2

Aportes de capital

Socio	Aporte	Participación %
Catherine Cruz	$ 3.500.000	33%
Ana Salgado	$ 3.500.000	33%
Betty Martinez	$ 3.500.000	33%
Total Inversión	**$10.500.000**	**100%**

Nota. Fuente: Elaboración propia

El precio del servicio

El precio del servicio

El precio de la asesoría es de $600.000 teniendo en cuenta que la empresa espera tener una rentabilidad del 25%, se espera tener un crecimiento en las ventas del 10% cada año.

Punto de Equilibrio: Ventas mínimas: (Gastos/ margen bruto/100)

VM	$ 5.650.000	/(25%/100)
VM	$ 5.650.000	0,25
VM	$	22.600.000

Nota. Fuente: Elaboración propia

Teniendo el cálculo del punto de equilibrio, la empresa de Caferú debe vender mensualmente el valor de $22.600.000 correspondiente a 38 asesorías, lo cual nos permitiría para cubrir todos los costos y gastos de funcionamiento.

Los ingresos obtenidos con el servicio de asesoría de exportación de café que ofrece nuestra empresa comprenden precios accesibles a nuestros clientes, a continuación, la proyección de ventas a 5 años.

Tabla 3

Proyección de ventas

	1er Año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
VALOR VENTAS	$271.200.000	$298.320.000	$328.152.000	$360.967.200	$397.063.920
No. VENTAS	452	497	547	602	662

Nota. Fuente: Elaboración propia

Grafico 1

Proyección de ventas



Costos Fijos y Variables

Es este apartado se detallan los costos fijos - variables y los gastos proyectados a 5 años que permite conocer cuánto dinero se va a necesitar para la puesta en marcha de la empresa de asesorías de exportaciones de café de Colombia hacia Perú. Así mismo se proyecta un incremento de 10% por cada año.

Tabla 4

Costos fijos

Costos Fijos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad redes sociales	$30.000.000	$33.000.000	$36.300.000	$39.930.000	$43.923.000
Servicios (Internet - Luz)	$18.000.000	$19.800.000	$21.780.000	$23.958.000	$26.353.800
Plan celulares (Minutos- Dato	$18.000.000	$19.800.000	$21.780.000	$23.958.000	$26.353.800
Registro dominio y Hosting	$24.000.000	$26.400.000	$29.040.000	$31.944.000	$35.138.400
salario socia 1	$54.000.000	$59.400.000	$65.340.000	$71.874.000	$79.061.400
salario socia 2	$54.000.000	$59.400.000	$65.340.000	$71.874.000	$79.061.400
salario socia 3	$54.000.000	$59.400.000	$65.340.000	$71.874.000	$79.061.400
Total Costos Fijos	**$252.000.000**	**$277.200.000**	**$304.920.000**	**$335.412.000**	**$368.953.200**

Nota. Fuente: Elaboración propia

Tabla 5

Costos variables

Costos Variables	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Diseño e implementación página web	$3.000.000	$3.300.000	$3.630.000	$3.993.000	$4.392.300
Implementación correo electronico	$600.000	$660.000	$726.000	$798.600	$878.460
Programas Informaticos	$1.800.000	$1.980.000	$2.178.000	$2.395.800	$2.635.380
Total Costos Varibles	**$5.400.000**	**$5.940.000**	**$6.534.000**	**$7.187.400**	**$7.906.140**

Nota. Fuente: Elaboración propia

Tabla 6

Gastos

Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Papeleria	$1.800.000	$1.980.000	$2.178.000	$2.395.800	$2.635.380
Esferos, lapices, Marcadores	$1.080.000	$1.188.000	$1.306.800	$1.437.480	$1.581.228
Total Gatos	**$2.880.000**	**$3.168.000**	**$3.484.800**	**$3.833.280**	**$4.216.608**

Nota. Fuente: Elaboración propia

Tabla 7

Estado de Ganancias y Perdidas Proyectado

Rubro	1er Año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Ventas	$271.200.000	$298.320.000	$328.152.000	$360.967.200	$397.063.920
Costos	$257.400.000	$283.140.000	$311.454.000	$342.599.400	$376.859.340
Utilidad Bruta	**$13.800.000**	**$15.180.000**	**$16.698.000**	**$18.367.800**	**$20.204.580**
Gastos	$2.880.000	$3.168.000	$3.484.800	$3.833.280	$4.216.608
Utilidad Bruta Antes de Impuestos	**$10.920.000**	**$12.012.000**	**$13.213.200**	**$14.534.520**	**$15.987.972**
Impuesto 35%	$3.822.000	$4.204.200	$4.624.620	$5.087.082	$5.595.790
Utilidad Neta	**$7.098.000**	**$7.807.800**	**$8.588.580**	**$9.447.438**	**$10.392.182**

Nota. Fuente: Elaboración propia

Tabla 8

Indicadores de evaluación

Indicadores Económicos	Valores
Valor Anual Neto (VANE) en Pesos	$18.241.478
Tasa Interna de Retorno Económico	73%
Periodo de Recuperación Inversión (en Años)	**1,4**

Nota. Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos de la evaluación de los indicadores económicos de la empresa Caferú, es una buena opción para invertir en la misma, debido a que la inversión se recuperaría aproximadamente en un año y 4 meses.

6. METODOLOGÍA

6.1 Descripción detallada de los resultados y productos obtenidos del proyecto.

Teniendo en cuenta el alcance del proyecto donde se establece que este no presentará resultados de la puesta en marcha del plan estratégico, sino que va hasta la propuesta del mismo, a continuación se presenta la información con la cual se establece el proyecto para brindar acompañamiento a aquellas personas a naturales y jurídicas que quieran realizar inversión desde el área de exportación de café contribuyendo a un aumento en la economía del país y favoreciéndose de acuerdos comerciales como lo es con Perú .

Según la federación nacional de cafeteros el Ministerio de Comercio Industria y Turismo están reglamentados en la Resolución 05 de 2015 del Comité Nacional de Cafeteros, las personas naturales o jurídicas que quieran exportar café verde o procesado deben registrarse como tal en el Registro Nacional de Exportadores de Café que administra la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

Regístrese como exportador

Tenga en cuenta que adicional a la presentación del formulario la persona natural o jurídica debe anexar:

- Certificado de Existencia y Representación Legal de la persona jurídica o del Certificado de Registro Mercantil de la persona natural solicitante, expedido por la correspondiente Cámara de Comercio con una antelación no superior a treinta (30) días calendario a la fecha de presentación de la solicitud.
- Fotocopia del Registro Único Tributario -RUT-

- Fotocopia del documento de identidad de la persona natural o, para personas jurídicas, del Representante Legal de la Compañía
- Certificación bancaria expedida con una antelación no superior a treinta (30) días calendario a la fecha de la presentación de la solicitud.
- De ser el caso, original del poder que el solicitante hubiere otorgado para la suscripción y presentación de la solicitud, junto a la copia del documento de identificación del apoderado. (Federacion Nacional de Cafeteros, s.f.)

Requisitos para exportar a Perú

1. Darse de alta como importador en el Registro Único de Contribuyentes.
2. Determinar la fracción arancelaria de tu producto.
3. Conocer las regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias de tu producto.
4. Identificar y presentar la documentación requerida para exportar, conformada generalmente por:

- Documento de identidad del importador
- Factura Comercial indicando Incoterm, forma de pago y con su respectivo comprobante
- Traducción de factura (en caso de ser necesaria)
- Documento de Transporte: Conocimiento de embarque, guía aérea o carta porte
- Lista de empaque (packing list)
- Póliza de seguro de transporte
- Certificado de origen (si aplica)

- Carta Poder Notarial para realizar el despacho, en caso de que lo haga un tercero en representación del importador
- Documento de control del sector competente (certificado fito o zoosanitario u otro dependiendo de la exigencia de cada producto) (htt16)

6.2 Descripción de los impactos para el área o proceso como consecuencia de la consultoría

Una vez realizada la investigación y dando cierre a la misma, se menciona a continuación una serie de impactos internos y externos desde la perspectiva del servicio a ofertar.

Impacto económico: Este se verá reflejado dentro del aumento de exportaciones de café que se realicen a Perú.

Impacto político: Este impacto va de la mano con el económico, pues al aumentar las exportaciones con el país vecino, permitirá crear nuevas y mejores relaciones que aporten a políticas donde se vean beneficiadas las dos partes considerando la oportunidad de abrir nuevas posibilidades de interrelación.

Impacto socio- cultural: Este sin duda alguna se aferra a la motivación de los habitantes colombianos por incursionar en un mercado con una cultura, hábitos, visiones, intenciones diferentes, incentivando la relación entre países en pro de mantener equilibrios y abordar diversas posibilidades de comercio entre sí para el beneficio mutuo.

7. RECOMENDACIONES

1. Es importante la revisión a profundidad del manejo de exportación de servicios, para retomar elementos y variables allí consignados, esto ayudará a detectar aspectos que resultaron alejados o que no se le dieron valor dentro de la investigación y que cumplen un fuerte aporte dentro de plan estratégico que se requiere desarrollar.
2. El equipo de trabajo deberá estar en constante capacitación para reducir la desinformación y estar actualizado dentro de los temas cambiantes como lo son las reformas y actualizaciones tributarias del país y de su aliado Perú.
3. Tomar contacto con instituciones, grupos de investigación, facultades, docentes y estudiantes que estén en constante aprendizaje frente al contexto de comercialización internacional para mitigar las brechas dentro de la administración la contaduría y el comercio exterior.

8. BIBLIOGRAFÍA

(s.f.). Obtenido de https://www.asturex.org/wp-content/uploads/2019/03/01__EL_DIAGNOxSTICO_DEL_POTENCIAL_DE_INTERNACIONALIZACIOxN.pdf

(s.f.). Obtenido de https://www.dsv.com/es-mx/sobre-dsv/latam/dsv-peru/como-exportar-a-peru

Autoria propia. (s.f.). Obtenido de https://www.canva.com/design/DAFShB0S-jM/HQEz1jK4GE2roW2kLaaR2Q/edit?utm_content=DAFShB0S-jM&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Autoria propia. (s.f.). Obtenido de https://www.canva.com/design/DAFSZ3_UUqg/R-tpiPWniRbCyeTCa4rp2w/view?utm_content=DAFSZ3_UUqg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Federacion Nacional de Cafeteros. (s.f.). Obtenido de https://federaciondecafeteros.org/wp/garantizamos-la-calidad-del-cafe/registrese-como-exportador/

Federacion Nacional de Cafeteros. (s.f.). Obtenido de https://federaciondecafeteros.org/wp/garantizamos-la-calidad-del-cafe/registrese-como-exportador/

Industria Comercio y Superintendencia. (s.f.). Obtenido de https://www.sic.gov.co/entidades-sector-comercio-industria-y-turismo

Oec.World. (s.f.). Obtenido de https://oec.world/es/profile/bilateral-country/col/partner/per#:~:text=Durante%20los%20%C3%BAltimos%2025%20a%C3%B1os,export%C3%B3%20%24673M%20a%20Colombia.