

CONSULTORÍA MA & DA

MARIO CARDENAS QUIROZ

DAVID NARANJO ARIAS

Docente. Carolina Yepes Hernández

UNIVERSIDAD CATOLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
MODALIDAD DE PRÁCTICA: EMPRENDIMIENTO
MEDELLÍN
2025

Tabla de Contenido

1. Antecedentes	5
1.2 ¿Qué es Consultoría MA & DA?	5
2 Definición del Negocio	8
3 Descripción del Equipo Emprendedor	8
3.1 Mario Cardenas Quiroz	8
3.2 David Naranjo Arias	9
4 Modelo de Negocio Canvas	10
4.1 Socios Claves.....	10
4.2 Actividades Clave.....	10
4.2.1 <i>Necesidad del Publico Objetivo:</i>	10
4.2.2 <i>Presupuesto:</i>	10
4.2.3 <i>Gestionar Requisitos Legales:</i>	10
4.3 Recursos Clave	11
4.3.1 Talento humano:.....	11
4.3.2 <i>Recursos físicos:</i>	11
4.3.3 <i>Recursos tecnológicos:</i>	11
4.4 Propuesta de Valor	11
4.4.1 <i>Propósito del Proyecto</i>	11
4.4.2 <i>Plataforma de Marketplace:</i>	11
4.4.3 <i>Coworking</i>	11
4.4.4 <i>Fortalecer el Emprendimiento:</i>	12
4.5 Relación con el cliente	12
4.6 Canales de Comunicación	12
4.7 Segmento de Cliente	12
4.7.1 <i>Definición</i>	12
4.7.2 <i>Importancia</i>	13
4.7.3 <i>Tipos de Segmentación Aplicados a Consultoría MA & DA</i>	13
4.7.4 <i>Ejemplo para un Negocio B2B en Consultoría MA & DA</i>	14
4.8 Estructura de Costos	14
4.8.1 <i>Definición</i>	14
4.8.1.1 <i>Costos Fijos</i>	14
4.8.1.2 <i>Costos Variables:</i>	14
4.9 Fuente de Ingresos	15
4.9.1 <i>Definición:</i>	15
4.10 Canales de Distribución	15
4.10.1 <i>Definición</i>	15

4.10.2	<i>Tipos de Canales de Distribución en Consultoría MA & DA</i>	15
	Venta Directa:	16
	Venta Online a través de E-commerce:.....	16
5.	Empresa	17
5.1	<i>Requisitos Legales</i>	17
5.1.1	<i>Escritura de Constitución</i>	17
5.1.2	<i>Escritura de Constitución</i>	17
5.1.4	<i>RUT (Registro Único Tributario)</i>	19
5.2	Objeto Social de la Empresa	19
5.3	Misión, Visión y Objetivos de la empresa	19
5.3.1	Misión.....	19
5.3.2	Visión	20
5.3.3	Objetivos de la empresa.....	20
5.4	Organigrama	20
5.5	Análisis de la Producción	21
5.6	Análisis Financiero y Contable	21
5.6.1	Área Contable y Financiera	21
5.6.2	Evolución Financiera de los Últimos tres Años	21
5.6.3	Financiación	24
5.6.4	Créditos Vigentes	24
5.6.5	Política de Costos	25
5.6.6	Punto de Equilibrio de la Sociedad.....	25
5.6.7	Costeo de productos para Exportación	25
6.	Análisis del Marketing Mix	26
7.	Costo de Exportación	26
7.1	Promoción.....	26
7.2	Plaza – Canales.....	27
8.	Medición del Potencial Exportador	27
8.1	Inteligencia de Mercados	27
8.2	Preselección de Mercados a Estudiar.....	29
8.3	Priorización de Mercados	30

Índice de Figuras

Figura 1. Costos Fijos-----	14
Figura 2. Costos Variables-----	15
Figura 3. Fuente de Ingresos-----	15
Figura 4. Modelo Canvas -----	16
Figura 5. RUES-----	17
Figura 6. Costos de Matricula -----	18
Figura 7. Organigrama-----	21
Figura 8 Datos de Exportacion 2024 -----	28

1. Antecedentes

1.2 ¿Qué es Consultoría MA & DA?

Las finanzas son relaciones económicas que tienen un proceso formativo, en el cual la principal función es la utilización del dinero. Utilizan fondos de dinero centralizados y descentralizados con el fin de realizar las funciones y tareas del Estado, para proporcionar las condiciones de producción en el agro, satisfaciendo las necesidades de la población.

La necesidad de obtener financiación surge desde el Estado capitalista, debido al establecimiento de intercambios regulares de productos básicos y monetarios, del cual se desprende una aumentada necesidad del Estado de recursos financieros en las composiciones precapitalistas, la mayoría de las necesidades del Estado se satisfacían a expensas de impuestos y aranceles en especie.

La gran brecha de ingresos entre el campo y la ciudad, los costos elevados del transporte en Colombia, la intermediación en el proceso de venta, la desigualdad en las capacidades productivas entre pequeños y medianos productores también afectan la competitividad de los campesinos, la necesidad de acceso a financiamiento con tasas preferenciales especializadas en el sector agropecuario ha sido una limitante en la historia económica de diversas regiones de nuestro país. Los productores agrícolas, en su mayoría, han enfrentado muchos obstáculos para obtener créditos con condiciones favorables, lo que ha limitado su capacidad de crecimiento y sostenibilidad.

En la historia de nuestro país, el financiamiento a través de redescuento surgió como una solución eficiente para mejorar el acceso al crédito de los productores agrícolas, permitiendo que las entidades financieras canalicen recursos a tasas preferenciales con respaldo del estado, Agrofácil, Agroya, Bancóldex y Findeter, se crean para suplir estas necesidades, facilitando la conexión entre productores, instituciones financieras y programas de apoyo del gobierno al sector agropecuario.

La banca de redescuento en Colombia es un mecanismo mediante el cual entidades financieras de segundo piso, como Finagro, Findeter y Bancóldex, proporcionan recursos a intermediarios financieros para que estos, a su vez, otorguen créditos a beneficiarios finales en diversos sectores económicos. El redescuento es un mecanismo de financiamiento en el cual

entidades financieras de segundo piso, como Finagro, Findeter y Bancóldex. Que son instituciones financieras que no tratan directamente con los usuarios de los créditos, sino que hacen las colocaciones de los mismos a través de otras instituciones financieras comerciales, entregan recursos a intermediarios financieros para que estos, a través de crédito o leasing, impulsen proyectos de infraestructura y desarrollo en sectores públicos y privados. Los créditos de redescuento permiten obtener recursos para inversiones, capital de trabajo o sustitución de deuda en grandes proyectos de infraestructura sostenible. Estos créditos pueden cubrir hasta el 100% del costo del proyecto, con plazos de pago hasta 10 años, incluyendo hasta 2 años de periodo de gracia. Además, ofrecen flexibilidad en la forma de pago y tasas compensadas para mayor rentabilidad.

Finagro otorga recursos en condiciones de fomento a las entidades financieras, para que éstas a su vez otorguen créditos a proyectos productivos. Así mismo, para facilitar el acceso al financiamiento, Finagro administra instrumentos para el desarrollo de proyectos agropecuarios. (Finagro, 2025)

Findeter es una entidad financiera de segundo piso cuyo objetivo es promover el desarrollo regional y urbano en Colombia. Ofrece líneas de crédito de redescuento a través de intermediarios financieros, como bancos comerciales, cooperativas de ahorro y crédito, y cajas de compensación familiar. Estas líneas están destinadas a financiar proyectos en sectores como transporte, medio ambiente, salud, telecomunicaciones, desarrollo urbano y vivienda, agua potable y saneamiento básico, educación, saneamiento fiscal, desarrollo energético, turismo, industrias creativas, culturales y economía naranja, y deporte, recreación y cultura. (Findeter, 2025)

Bancóldex es el banco de desarrollo empresarial de Colombia, enfocado en apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes). A través de su mecanismo de redescuento, Bancóldex proporciona recursos a intermediarios financieros, quienes luego los canalizan hacia los beneficiarios finales. El proceso de solicitud de recursos a Bancóldex es definido por cada entidad financiera, y generalmente incluye la diligencia de formatos específicos y el endoso de los mismos a favor de Bancóldex. Una vez que la entidad financiera aprueba el crédito, la empresa

beneficiaria debe firmar un pagaré específico para la modalidad de crédito que se utilizará. (Bancoldex.com, 2025)

Consultoría MA & DA, es un emprendimiento innovador enfocado en la asesoría y captación de productores y comercializadores del agro colombiano. Diseñados para facilitar el acceso a los créditos de redescuento que otorgan los bancos comerciales en Colombia, su propósito principal es facilitar y guiar en el proceso de las solicitudes que realiza el cliente frente a los bancos comerciales.

En Colombia, las solicitudes de créditos de redescuento va en aumento, sin embargo se evidencian muchos reprocesos, rechazos y devoluciones por parte de las entidades financieras, con un volumen de solicitudes que supera los 2.600 radicados mensualmente, de estos, un preocupante 31% se pierde en devoluciones parciales y rechazos, de las solicitudes realizadas por el cliente, en muchas ocasiones sin tener una respuesta o el desistimiento por parte del cliente por los tiempos para atender las solicitudes. Lo que genera un impacto significativo en los procesos de estudio de cada solicitud, esta situación ha impulsado la necesidad de implementar soluciones más ágiles, alineadas con los principios de la economía circular y el plan nacional de desarrollo 2022 - 2026. (Bancolombia, 2025)

Consultoría MA & DA surge como una respuesta a esta crisis de tramites, ofreciendo asesorías ágiles que cumplen con las políticas de las entidades financieras involucradas para el cumplimiento de regulaciones administrativas y ambientales vigentes. El foco de estas consultorías o asesorías va dirigido a MIPYMES (micro, pequeña y mediana empresa), las cuales muchas veces enfrentan dificultades para encontrar acceso a créditos de redescuento, y así por medio de estos tener más alternativas de competitividad y sostenibilidad para costos razonables, su enfoque está en la producción y comercialización, asimismo en la educación, sensibilización de empresas y consumidores sobre la importancia de apoyar el agro colombiano.

Este emprendimiento busca democratizar el acceso a los créditos de redescuento, garantizando que los productores y comercializadores campesinos en Colombia, logren ser competitivos con respecto a calidad, precio y disponibilidad, migrando a una transición realista hacia prácticas más responsables con el medio ambiente, además, su propuesta se basa en un modelo de negocio sustentable que combina buenas prácticas ambientales, innovación y

eficiencia en producción y estrategias de comercialización enfocadas en el crecimiento del mercado de productos agrícolas en Colombia.

2 Definición del Negocio

El emprendimiento de consultoría en banca de redescuento, Finagro, Findeter y Bancóldex se especializa en la gestión y optimización del acceso a financiamiento para productores agrícolas y empresas del sector agrícola. A través de nuestros servicios, prestamos asesoría integral para facilitar el proceso de redescuento y acceso a líneas de crédito con tasas preferenciales, impulsando el desarrollo sostenible del sector agrícola.

Ofrecer soluciones personalizadas para los clientes del sector agrícola, acompañándolos en todas las etapas del proceso de financiamiento, desde la identificación de oportunidades hasta la gestión eficiente de los recursos desembolsados. Nuestra experiencia en el sector nos permite conectar a productores con las mejores opciones de financiamiento disponibles, asegurando transparencia, eficiencia y beneficios tangibles para todos los actores involucrados.

3 Descripción del Equipo Emprendedor

3.1 Mario Cardenas Quiroz

Es Tecnólogo en Comercio Exterior del Instituto Universitario de Nuevas Profesiones (Venezuela). Actualmente cursa estudios de pregrado en la Universidad Católica Luis Amigo, en la carrera de Negocios Internacionales. Es una persona analítica que detalla cada proceso y funciones, para generar ideas innovadoras; le gusta dar sugerencias que ayuden al sano desarrollo de la empresa, con el objetivo de alcanzar un mayor grado de efectividad.

En Bancolombia actualmente se encuentra en el área Originación de Productos, específicamente en Desembolsos de Redescuento, en el proceso de desembolsos Finagro, Bancóldex y Findeter, sin embargo, ha tenido la oportunidad de conocer el 80% de los procesos en otra gerencia en la cual estuvo 4 años, y adquirió conocimientos en; Estudio de solicitudes por canal virtual, normal, libranza-fopep y prestanomina.

Tiene experiencia en manejo de información, atención al cliente y apoyo en procesos administrativos. Se considera una persona proactiva, organizada y comprometida con los objetivos y metas de la empresa. Posee habilidades para trabajar en equipo, manejo de paquete Office y software de gestión empresarial. Además, tiene experiencia en gestión documental, elaboración de informes.

Su desempeño laboral se destaca por la capacidad de aprendizaje rápido, disposición al cambio y flexibilidad ante situaciones de alta demanda. Cuenta con habilidades de comunicación efectiva, orientación al cliente y resolución de problemas. Le gusta trabajar en ambientes dinámicos y colaborativos, buscando siempre la eficiencia y eficacia en los procesos administrativos.

Fortalezas:

Aporta para que existan excelentes relaciones interpersonales, acogándose a un buen clima laboral, es dedicado y disciplinado, comparte los conocimientos adquiridos.

Ha realizado pasantías en Seguros y contable, culminó con éxito la escuela de Auxiliares, Especialización de Customer Experience: “Diseña la experiencia de tu cliente”. Es auxiliar integral en su gerencia al tener conocimiento en los subprocesos del área.

3.2 David Naranjo Arias

Cuenta con más de 10 años de experiencia en el sector financiero. Su capacidad para identificar oportunidades de mercado y enfocado en el cumplimiento de objetivos para el crecimiento del emprendimiento. Su perfil profesional en el manejo de personal permite que la toma de decisiones impulse el desarrollo del negocio. Es estudiante de Negocios Internacionales en la Universidad Luis Amigo, sede Medellín.

En Bancolombia actualmente se desempeña como analista de producción en la Sección de Servicios Factoring donde se encarga de mejoramiento continuo de los procesos y el monitoreo constante de las actividades del equipo.

Su experiencia lo hacen una persona comprometida, responsable y en capacidad de aportar oportunidades de mejora para el negocio.

Fortalezas:

Tiene la capacidad de tomar decisiones bajo presión, con facilidad de establecer buenas relaciones estratégicas y con conocimiento profundo del sector en el que opera el emprendimiento, con habilidad para detectar tendencias y necesidades del mercado.

4 Modelo de Negocio Canvas

4.1 Socios Claves

- Inversionistas: Fondos de inversión y empresarios interesados en negocios sostenibles que aportan capital para la expansión.
- Entidades de fomento: Programas gubernamentales y ONG ambientales que ofrecen apoyo financiero y técnico para emprendimientos sostenibles.
- Alianzas estratégicas: Colaboraciones con entidades financieras, productores agropecuarios y grandes cadenas de supermercados, para implementar estrategias de comercialización y fortalecer el mercado local.

4.2 Actividades Clave

4.2.1 Necesidad del Publico Objetivo:

Consultoría MA & DA satisface la necesidad de los productores y comercializadores locales en el sector agropecuario, ayudando a los negocios a cumplir con normativas ambientales y reducir su impacto ecológico, resolviendo la falta de acceso a los créditos bancarios y la accesibilidad para tener procesos productivos adecuados a las exigencias del mercado nacional e internacional.

4.2.2 Presupuesto:

- Producción: Equipos de oficina.
- Marketing y ventas: Publicidad digital, redes sociales, campañas de educación agropecuaria.
- Administración: Costos legales, operativos y de gestión documental.
- Investigación y desarrollo: Innovación en materiales y optimización de procesos de legales nacionales e internacionales.

4.2.3 Gestionar Requisitos Legales:

- Registro mercantil para formalizar la empresa. (No está en trámite).
- Cumplimiento de normas laborales para la contratación de personal.

- Protección de datos personales en la gestión del e-commerce.

4.3 Recursos Clave

4.3.1 Talento humano:

- Especialistas en procesos de financiación para el agro colombiano y agro internacional, para certificaciones y normativas sanitarias y ecológicas.
- Diseñador gráfico para branding y diseño de empaques.
- Expertos en marketing digital para posicionar el emprendimiento de consultoría en el mercado.

4.3.2 Recursos físicos:

- Oficina Principal, para la atención presencial de público.
- Computador Portátil, para la atención de público de manera remota.

4.3.3 Recursos tecnológicos:

- Plataforma de e-commerce para la venta y comercialización de empaques.
- Software de gestión de respuestas automáticas.
- Herramientas de marketing digital para atraer clientes e informar sobre los beneficios de los créditos de redescuento.

4.4 Propuesta de Valor

4.4.1 Propósito del Proyecto

Ofrecer una alternativa de consultoría especializada al cliente para la solicitud de crédito y hacer un acompañamiento en la inversión de los recursos otorgados por la entidad financiera. Reduciendo en un 40% la devolución, rechazo y los reportes de auditoría por parte de las entidades del estado.

4.4.2 Plataforma de Marketplace:

La consultaría permite a los productores y distribuidores del agro colombiano, comercializar de forma local e internacional sus productos de manera confiable y con los estándares de calidad requeridos como:

- Catálogo de productos con opciones personalizables.
- Carrito de compras y pasarela de pagos con múltiples métodos de pago
- Estrategias de marketing digital integrado para promoción de productos con empaques sostenibles.

4.4.3 Coworking

Inicialmente se contempla la idea de hacer una alianza con la Universidad Luis Amigo, por medio de consultorías especializadas a MIPYMES, donde puedan facilitar un espacio reducido para atender a los clientes.

4.4.4 Fortalecer el Emprendimiento:

Consultoría MA & DA apoya a los productores del agro colombiano en sus negocios para la transición hacia la proyección local e internacional. a través de:

- Capacitación en empaques biodegradables y normativas ambientales.
- Alianzas con entidades de financiamiento para facilitar la adopción de empaques sostenibles en pequeños y medianos negocios.
- Red de clientes ecológicos que fomenta el networking y la visibilidad de agricultura sostenible.

4.5 Relación con el cliente

- Consultoría MA & DA tendrá una relación cercana y de confianza con el cliente, la cual será en principio automatizada a través de una plataforma general, y también por medio de redes sociales para potencializar el rating y posicionamiento.
- Se tendrán planes de fidelización con beneficios especiales.

4.6 Canales de Comunicación

- Plataforma tecnológica
- Software avanzado
- E-mail marketing
- WhatsApp
- Redes sociales

4.7 Segmento de Cliente

4.7.1 Definición

En Consultoría MA & DA, el segmento de clientes está compuesto por productores, distribuidores y MIPYMES que buscan alternativas para el cultivo y distribución de sus productos de manera local e internacional, el enfoque está en ofrecer soluciones que ayuden a reducir las devoluciones y rechazos de sus solicitudes por falta de información o información errada en dicha solicitud. Identificar y comprender a los clientes permite desarrollar estrategias de comercialización más efectivas y diseñar productos que se ajusten a sus necesidades

específicas. (Kotler, 2020)

4.7.2 *Importancia*

La segmentación de clientes es fundamental para el éxito de Consultoría MA & DA, ya que permite enfocar esfuerzos de marketing, producción y distribución en los negocios que tienen mayor probabilidad de éxito para la aprobación de sus solicitudes, la propuesta de valor se alinea con una necesidad creciente del mercado. Además, comprender el perfil de los clientes permite ofrecer precios competitivos y facilitar la transición hacia soluciones agrícolas. (Solomon, 2021).

4.7.3 *Tipos de Segmentación Aplicados a Consultoría MA & DA*

Para definir el mercado objetivo, se utilizó una combinación de estrategias de segmentación que permite identificar a los clientes ideales para los servicios:

- **Segmentación Demográfica:** Sera dirigida a negocios en el sector agropecuario y comercial que requieren asesoría para la aprobación de sus solicitudes de redescuento y posterior distribución de sus productos. Dentro de esta segmentación, se identifican clientes como productor primario, pequeñas y medianas empresas, así como soluciones personalizadas para grandes cadenas comerciales. (Dane, 2025)
- **Segmentación Geográfica:** Consultoría MA & DA prioriza la venta en ciudades con alta densidad de agricultura, como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, en estas regiones, la demanda por rechazo de solicitudes ha aumentado debido a la mayor cantidad de clientes y las políticas gubernamentales exigidas desde las entidades financieras de segundo piso. (Riveros, 2020)
- **Segmentación Psicográfica:** El enfoque se dirige a MIPYME con una mentalidad de producción y comercialización local e internacional, es decir, productores que buscan alternativas de comercialización a gran escala, manteniendo practicas sostenibles para reducir el impacto ambiental y mejorar la imagen frente a consumidores cada vez más conscientes, las empresas que priorizan la sostenibilidad no solo cumplen con la normatividad, sino que también buscan diferenciarse en el mercado como marcas responsables y comprometidas con el medio ambiente. (Solomon, 2021)
- **Segmentación Conductual:** Consultoría MA & DA segmenta a los clientes con base en hábitos de producción y el nivel de compromiso con la sostenibilidad, identificar clientes que buscan realizar una transición progresiva a producción local sostenible. y buscar una proveeduría estable de productos agrícolas. (Silva, 2021)

4.7.4 Ejemplo para un Negocio B2B en Consultoría MA & DA

Se enfoca en un modelo B2B (Business to Business), donde los principales segmentos de clientes son:

- Productor: agricultores, distribuidores, que necesitan acompañamiento para la distribución de sus productos.
- Empresas del sector retail: Supermercados, tiendas de conveniencia y distribuidores mayoristas que buscan ofrecer sus productos en los puntos de venta.

4.8 Estructura de Costos

4.8.1 Definición

La estructura de costos de Consultoría MA & DA se compone de todos los gastos asociados a la puesta en marcha de la consultoría, comprender estos costos permite definir estrategias de precios competitivos, garantizar la rentabilidad y planificar el crecimiento del negocio sin comprometer la calidad del servicio. (CARLOS, 2007)

4.8.1.1 Costos Fijos

Son aquellos que no varían con la cantidad de consultorías producidas, los principales costos fijos incluyen el alquiler de la oficina, salarios administrativos, las certificaciones exigidas y la infraestructura de comercio electrónico para la venta digital. (Coordinadora, 2023)

Figura 1. Costos Fijos

COSTOS FIJOS	
NOMINA	\$ 2.600.000,00
SERVICIOS	\$ 450.000,00
INFRAESTRUCTURA MENSUAL EN LA NUBE	\$ 1.500.000,00
MANTENIMIENTOS ESENCIALES	\$ 2.000.000,00
TOTAL COSTO FIJO	\$ 6.550.000,00

FUENTE: ELABORACION PROPIA

4.8.1.2 Costos Variables:

Dependen directamente del volumen de producción y ventas, esto incluye la materia prima (asesorías presenciales o virtuales), el control de estos costos es clave para mantener precios competitivos y garantizar márgenes de

ganancia sostenibles. (Coordinadora, 2023)

Figura 2. Costos Variables

COSTOS VARIABLES	
DISEÑO Y DESARROLLO DE LA APP DE USUARIO	\$ 2.500.000,00
DISEÑO Y DESARROLLO DE SOFTWARE	\$ 2.000.000,00
MODULO DE FACTURACION ELECTRONICA	\$ 2.000.000,00
MODULO DE PASARELA DE PAGOS	\$ 2.000.000,00
CONFIGURACION DE LA E-COMMERCE	\$ 2.000.000,00
TOTAL COSTO VARIABLES	\$ 10.500.000,00

FUENTE: ELABORACION PROPIA

4.9 Fuente de Ingresos

4.9.1 Definición:

Las fuentes de ingresos representan las diferentes maneras en que Consultoría MA & DA genera dinero a partir de la asesoría, dado que el negocio está enfocado en asesorar a los clientes las solicitudes de crédito de redescuento por ello es fundamental diseñar un modelo de ingresos que garantice rentabilidad, escalabilidad y accesibilidad. (Kotler, 2020)

Figura 3. Fuente de Ingresos

FUENTE DE INGRESOS	
ALIANZAS CON GRANDES PRODUCTORES	\$ 10.000.000,00
SUSCRIPCIONES	\$ 4.000.000,00
RECURSOS PROPIOS	\$ 5.000.000,00
PUBLICIDAD EN PORTAL	\$ 2.000.000,00
TOTAL COSTO VARIABLES	\$ 21.000.000,00

FUENTE: ELABORACION PROPIA

4.10 Canales de Distribución

4.10.1 Definición

Los canales de distribución representan los medios a través de los cuales Consultoría MA & DA hace llegar asesorías a los clientes un canal de distribución eficiente garantiza que las asesorías estén disponibles en el lugar y momento adecuados, optimizando la experiencia del cliente e igualmente maximizando la rentabilidad del negocio. (Kotler, 2020)

4.10.2 Tipos de Canales de Distribución en Consultoría MA & DA

Para llegar a un mercado objetivo, Consultoría MA & DA implementa una combinación de canales de distribución que le permiten atender tanto a clientes B2B (empresas) como a consumidores individuales:

Venta Directa:

Consultoría MA & DA promueve las asesorías directamente a los clientes, sin necesidad de intermediarios este modelo de distribución permite ofrecer precios competitivos, personalizar pedidos y establecer relaciones comerciales a largo plazo con los clientes.

Venta Online a través de E-commerce:

A través de la plataforma de comercio electrónico, Consultorías MA & DA permite a los clientes realizar consultas y solicitar citas por este canal, lo que facilita la consulta tanto para pequeñas empresas como para consumidores individuales interesados en adquirir los servicios de manera rápida y sencilla.

Figura 4. Modelo Canvas

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CON EL CLIENTE	SEGMENTO DE CLIENTES
1. INVERSIONISTAS	1. CUMPLIR NORMATIVAS AMBIENTALES	1. ALTERNATIVA ESPECIALIZADA EN CONSULTORIA DE	1. RELACION DE CERCANIA Y CONFIANZA	1. SEGMENTACION DEMOGRAFICA
2. ENTIDADES DE FOMENTO	2. REDUCIR IMPACTO ECOLOGICO	2. PLATAFORMA DE MARKETPLACE	2. PLANES DE FIDELIZACION CON BENEFICIOS ESPECIALES	2. SEGMENTACION GEOGRAFICA
3. ALIANZAS ESTRATEGICAS	3. ACESIBILIDAD PARA ADQUIRIR CREDITOS DE REDESCUENTO			3. SEGMENTACION PSICOGRAFICA
	RECURSOS CLAVE 1. TALENTO HUMANO 2. RECURSOS FISICOS 3. RECURSOS TECNOLOGICO		CANALES DE COMUNICACIÓN 1. PLATAFORMA TECNOLOGICA 2. SOFTWARE AVANZADO 3. E-MAIL MARKETING 4. WHATSAPP 5. REDES SOCIALES	4. SEGMENTACION CONDUCTUAL
ESTRUCTURA DE COSTO				
FIJOS			VARIABLES	
NOMINA			DISEÑO Y DESARROLLO DE LA APP DE USUARIO	
SERVICIOS			DISEÑO Y DESARROLLO DE SOFTWARE	
INFRAESTRUCTURA MENSUAL EN LA NUBE			MODULO DE FACTURACION ELECTRONICA	
MANTENIMIENTOS ESENCIALES			MODULO DE PASARELA DE PAGOS	
			CONFIGURACION DE LA E-COMMERCE	
FUENTES DE INGRESO				
ALIANZAS CON GRANDES PRODUCTORES				
SUSCRIPCIONES				
RECURSOS PROPIOS				
PUBLICIDAD EN PORTAL				

FUENTE: ELABORACION PROPIA

5. Empresa

5.1 Requisitos Legales

5.1.1 Escritura de Constitución

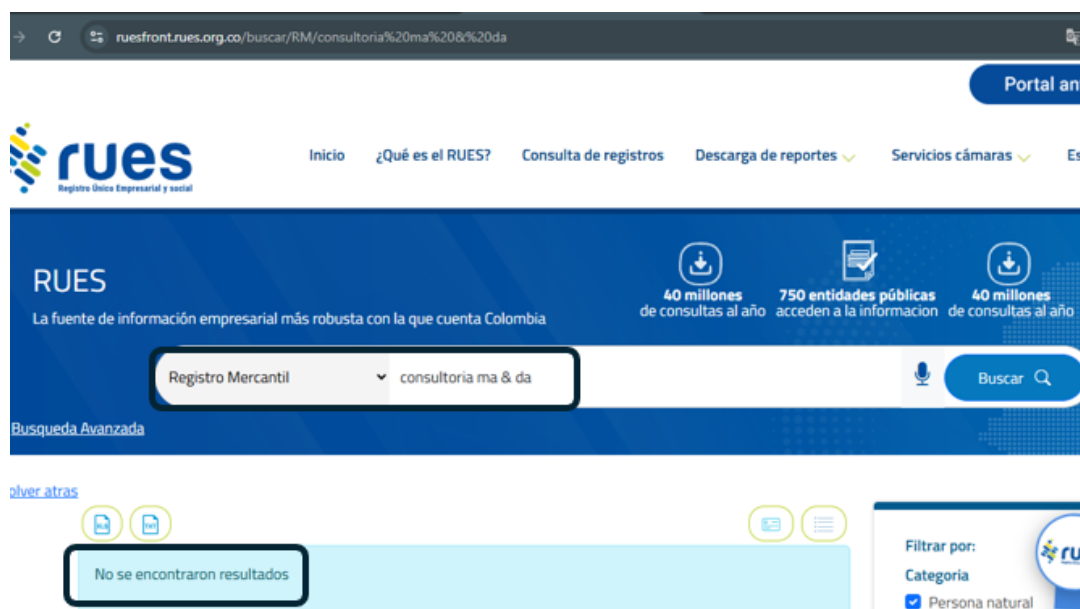
Sociedad de responsabilidad limitada: Este tipo de sociedad, combina elementos de sociedades colectivas y de sociedades anónimas. Brindan protección de responsabilidad, pero no están sujetas a doble imposición. Son flexibles en términos de gestión y no requieren tantos trámites como las sociedades anónimas (por ejemplo, reuniones de la junta directiva). Uno de los principales beneficios de la constitución de una sociedad es la protección que ofrece a los accionistas y a sus activos personales. Por lo general, los accionistas solo son responsables hasta la cantidad que invirtieron en la sociedad anónima, y además los activos personales están protegidos frente a las deudas de la empresa y las sentencias judiciales. (Affirma Legal, 2025)

5.1.2 Escritura de Constitución

RUES: Registro Único Empresarial, consulta del nombre o Razón Social

RUES

Figura 5. RUES



FUENTE: (2025)

5.1.3 Certificado de Cámara de Comercio

El Gobierno Nacional, mediante el Decreto 1074 de 2015, modificado por el Decreto 045 del 30 de enero de 2024, estableció los derechos por registro y renovación de la matrícula mercantil, establecimientos de comercio, sucursales o agencias, derechos de cancelaciones y mutaciones y derechos por inscripción de libros y documentos, así como el valor del formulario y los certificados expedidos por las

Cámaras de Comercio. (2025)

Para registrarte en la Cámara, se deben considerar el pago de diferentes conceptos:

Matrícula de establecimientos de comercio, sucursales y agencias: Además de la matrícula como comerciante, también se deben matricular los establecimientos de comercio que compongan el negocio.

En el siguiente cuadro se detalla el valor de la matrícula de cada establecimiento, sucursal o agencia, que se liquida en unidades de valor básico -UVB, aplicando tarifas diferenciales, que tomarán como base la cantidad de activos totales del propietario, y el domicilio en el que se encuentre registrado:

Costos de Matrícula

Figura 6. Costos de Matrícula

ACTIVOS TOTALES DEL PROPIETARIO EN PESOS		JURISDICCIÓN	
		EN LA MISMA JURISDICCIÓN	EN OTRA JURISDICCIÓN
Mayor a	Menor o igual	Tarifa en pesos	Tarifa en pesos
\$ -	\$ 75.088.000	\$ 46.000	\$ 92.000
\$ 75.088.000	\$ 288.800.000	\$ 116.000	\$ 231.000
\$ 288.800.000	\$ 750.880.000	\$ 185.000	\$ 370.000
\$ 750.880.000	\$ 7.500.088.000	\$ 254.000	\$ 508.000
\$ 7.500.088.000	\$ 23.104.000.000	\$ 323.000	\$ 647.000
\$ 23.104.000.000	\$ 115.520.000.000	\$ 393.000	\$ 786.000
\$ 115.520.000.000	En adelante	\$ 462.000	\$ 924.000

FUENTE: (MEDELLIN, s.f.)

Como parte del proceso, también se deben tener en cuenta el pago de otros conceptos, como:

- Adquirir el formulario RUES, tiene un costo de \$8.100 para el año 2025.

Se Debe tener presente que la Cámara de Comercio realiza el recaudo del impuesto de registro de carácter departamental, presupuesto indispensable para acceder a las solicitudes de inscripción de actos y documentos que lo requieren. Esta liquidación se

genera al momento de la radicación del trámite.

La solicitud de libros de actas del máximo órgano y de sus integrantes tiene un costo de \$23.100 cada uno, para el año 2025. Si se compran las hojas a través de la página web, cada una tiene un costo de \$60, y también se puede solicitar el envío de los libros a domicilio.

Después de realizar el proceso de registro, se puede obtener el certificado de matrícula mercantil o de existencia y representación legal para personas jurídicas, con las siguientes tarifas:

- Certificado de matrícula mercantil: \$5.800, para el año 2025.
- Certificado de existencia y representación legal, inscripción de documentos: \$11.600, para el año 2025.
- Certificados especiales: \$11.600 para el año 2025.

5.1.4 RUT (Registro Único Tributario)

Es la sigla de Registro Único Tributario, el cual es administrado por la DIAN, y constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas por la DIAN, así como aquellos que por disposición legal deban hacerlo o por decisión de la DIAN conforme con las normas legales y reglamentarias vigentes. (DIAN, 2025)

La inscripción en el RUT no tiene ningún costo, el trámite es completamente gratuito, así como el formulario requerido para ello.

5.2 Objeto Social de la Empresa

La Sociedad tendrá como objeto social principal la prestación de servicios de consultoría y asesoría en banca especializada para la captación y acompañamiento de productores y comercializadores del sector agropecuario colombiano. Estos servicios están diseñados para facilitar el acceso de los clientes a créditos de redescuento otorgados por los bancos comerciales en Colombia. Guiando y asistiendo en todos los procesos necesarios para la solicitud, tramitación y obtención de dichos créditos, optimizando el cumplimiento de los requisitos bancarios y fortaleciendo la sostenibilidad financiera de los proyectos agrícolas. Con miras de proyección en el mercado Nacional e Internacional.

5.3 Misión, Visión y Objetivos de la empresa

5.3.1 Misión

La misión de Consultoría MA & DA, es la transformación en el proceso de adquisición y obtención de acceso a recursos financieros en el sector agropecuario colombiano, haciendo

participes claves a los productores y comercializadores con soluciones ágiles e integrales de asesoría y consultoría. El enfoque principal es facilitar y simplificar los procesos de solicitud de créditos de redescuento ante los bancos comerciales, para mantener un acompañamiento constante y proporcionar el conocimiento experto y garantizando para el cumplimiento de requisitos.

5.3.2 Visión

Ser reconocidos como líderes en el acompañamiento financiero del sector agropecuario colombiano, destacar por la capacidad de innovación, compromiso y excelencia en la asesoría. En **Consultoría MA & DA**, se aspira a la transformación de los desafíos financieros de los productores y comercializadores del agro colombiano, haciendo de esto grandes oportunidades reales, construyendo un puente sólido hacia el desarrollo sostenible, la productividad y el bienestar de las comunidades agropecuarias. La visión es ser pioneros en el fortalecimiento del agro como motor esencial de progreso para Colombia.

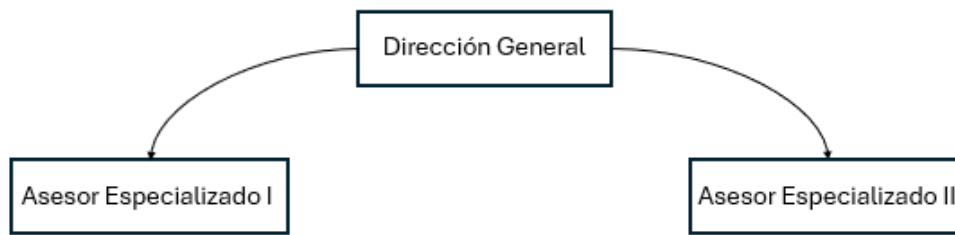
5.3.3 Objetivos de la empresa

- Contribuir al desarrollo sostenible del agro colombiano, impulsando la productividad y la prosperidad de quienes cultivan el futuro del país.
- Brindar asesoría de calidad, integral y personalizada a los productores y comercializadores del sector agropecuario colombiano para facilitar su acceso a créditos de redescuento otorgados por los bancos comerciales.
- Optimizar procesos de solicitud y tramitación de créditos, garantizando el cumplimiento de los requisitos exigidos por las instituciones bancarias.
- Promover el desarrollo sostenible del sector agropecuario mediante el acceso a recursos financieros que impulsen la productividad y competitividad de los proyectos agrícolas.

5.4 Organigrama

Organigrama

Figura 7. Organigrama



FUENTE: ELABORACION PROPIA

- Dirección General: Responsable de la dirección y estrategia global de la empresa, toma decisiones clave para el crecimiento y desarrollo sostenible de Consultoría MA & DA.
- Asesor Especializado I: Se encargará de la asesoría especializada a los clientes desde el inicio de la negociación hasta el desembolsos y seguimiento de la producción.
- Asesor Especializado II: Se encargará de la asesoría especializada a los clientes desde el inicio de la negociación hasta el desembolsos y seguimiento de la producción.

5.5 Análisis de la Producción

Identificar mejoras en las áreas más vulnerables o con impactos en procesos productivos, para fortalecer la producción y así tener una eficiencia en la producción agropecuaria, y tener datos precisos para poder medir el impacto del acceso a créditos de redescuento.

Trabajar con Big Data, para obtener una Recolección de datos, recopilando información de alta relevancia, como por ejemplo costos de mantenimiento, producción, tecnología, rendimiento por hectárea, y uso de recursos desembolsados por entidades financieras.

Metodologías ágiles para estudios comparativos entre productores que se les desembolse créditos de redescuento y los que no.

Análisis estadísticos sobre el aumento de productividad tras la obtención de créditos. Identificar estrategias para el mejoramiento continuo y optimización de recursos, mejorar procesos y o fortalecer las oportunidades de acceso a crédito.

5.6 Análisis Financiero y Contable

5.6.1 Área Contable y Financiera

5.6.2 Evolución Financiera de los Últimos tres Años

Cálculo de razones financieras

- Razón de liquidez: Indicará la capacidad de la empresa para cubrir sus pasivos a corto plazo con activos corrientes. Su Fórmula: Razón Corriente = Activos Corrientes / Pasivos Corrientes.

RAZON DE LIQUIDEZ	ACTIVO CORRIENTE	\$ 20.000.000,00	4,00
	PASIVO CORRIENTE	\$ 5.000.000,00	

- Razón de endeudamiento: Analiza la proporción de deuda frente al patrimonio. Su Fórmula: Razón de Endeudamiento = Pasivo Total / Patrimonio Neto

RAZON DE ENDUDAMIENTO	PASIVO TOTAL	\$ 6.500.000,00	0,433
	PATRIMONIO NETO	\$ 15.000.000,00	

- Rotación del capital de trabajo: Evalúa la eficiencia en el uso del capital de trabajo para generar ventas. Su Fórmula: Rotación de Capital de Trabajo = Ventas Anuales Netas / Promedio del Capital de Trabajo

ROTACION CAPITAL DE TRABAJO	VENTAS ANUALES NETAS	\$ 45.000.000,00	3,000
	PROMEDIO DEL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 15.000.000,00	

- Razón de rentabilidad: Refleja la eficiencia para generar utilidades sobre las ventas o activos. Sus Fórmulas más comunes son:

- ROA: (Beneficio neto / Activos totales) x 100

Beneficio Neto = Gastos e Impuestos – Ingresos Totales

Gastos e Impuestos	\$	4.500.000,00
Ingresos Totales	\$	10.500.000,00
Beneficio Neto	\$	6.000.000,00

ROA	BENEFICIO NETO	\$ 6.000.000,00	X100	24%
	ACTIVOS TOTALES	\$ 25.000.000,00		

- ROE: (Beneficio neto / Capital propio) x 100

ROE	BENEFICIO NETO	\$ 6.000.000,00	X100	44%
	CAPITAL PROPIO	\$ 13.500.000,00		

- ROI: $[(\text{ingresos} - \text{costes}) / \text{costes}] \times 100$

ROI	INGRESOS – COSTOS	\$10.500.000 - \$7.500.000	X100	0,40
	COSTOS	\$7.500.000,00		

Análisis del comportamiento

Para cada uno de los índices, se interpreta las tendencias:

- ¿La liquidez mejora o empeora?
 - Para la razón de liquidez, se evaluarán los cambios en la ratio de liquidez corriente y rápida en el tiempo. Si se evidencia una disminución, esto podría indicar dificultades para cubrir obligaciones a corto plazo. Por lo cual se implementaría la estrategia de comparar los índices con benchmarks (punto de referencia o estándar predefinido que se utiliza para comparar y evaluar el desempeño de una empresa) del sector para entender si los niveles actuales son adecuados.
- ¿El nivel de endeudamiento es sostenible?
 - Para el nivel de endeudamiento se revisa la proporción deuda/capital. Si aumenta demasiado, esto puede indicar riesgos financieros, pero también puede señalar una estrategia de expansión si se usa el financiamiento para expandirse en el mercado.
 - Se considera el costo promedio de la deuda para evaluar si los beneficios superan los costos.
- ¿La rotación del capital indica eficiencia o problemas?
 - Se analiza cómo se manejan los activos para generar ingresos, evaluar si los activos fijos y circulantes están siendo eficientes.
 - La rotación está disminuyendo, podría señalar problemas operativos o exceso de inventarios.
- ¿La rentabilidad muestra un negocio en crecimiento?
 - Se Observa cuales son las tendencias en los márgenes de utilidad bruta y neta. Si están creciendo, es una señal positiva para la sostenibilidad del negocio.
 - Se debe conectar la rentabilidad con las estrategias de mercado actuales para confirmar si el crecimiento es estructural o circunstancial.

Propuesta de Sistematización y método contable

Diseñar un sistema para centralizar y actualizar la información en tiempo real,

con el uso de softwares libres para el área contable, Uso de software ERP (Enterprise Resource Planning) Planificación de Recursos Empresariales: Implementar herramientas como QuickBooks, Odoo o Zoho Books para automatizar registros contables y accesibilidad a la información.

Políticas contables claras: Crear un manual que estandarice el registro de transacciones, categorización de cuentas y generación de informes.

Tener Ciclos de informes periódicos: Establecer evaluaciones financieras trimestrales y semestrales.

Sistema de evaluación financiera

Crear un marco para monitorear indicadores clave (KPIs) basados en las razones financieras. Asegurando la integración análisis predictivos para anticipar Retos o identificar oportunidades.

Recomendaciones

- En el corto plazo: Se recomienda el mejoramiento de la liquidez, renegociar deudas de corto plazo, implementar políticas de control de costos.
- En el mediano plazo: Se recomienda Invertir en herramientas tecnológicas para la sistematización contable, desarrollar relaciones con bancos comerciales para simplificar acceso a créditos.
- En el largo plazo: Se recomienda generar reservas financieras, diversificar ingresos y establecer estrategias de crecimiento sostenible.

5.6.3 Financiación

Consultoría MA & DA, pretende obtener financiación con Bancos comerciales, específicamente con Bancolombia. Crédito de libre inversión por un monto de \$10.000.000, a una tasa fija del 1.24% de interés mes vencido.

5.6.4 Créditos Vigentes

Actualmente Consultoría MA & DA no cuenta con créditos vigentes en el sector financiero.

5.6.5 Política de Costos

El Objetivo de establecer política para los costos de Consultoría MA & DA, es el desarrollo de un marco transparente, confiable y eficiente para calcular y gestionar los costos que permiten fijar precios acordes al mercado sin dejar de prestar un servicio de calidad, ser competitivos y asegurar la continuidad sostenibilidad financiera de la sociedad. Se tiene estimado un máximo de 1.5% del total solicitado por el cliente en cada solicitud.

- Los Método utilizados para fijación de los costos, serian:
 - Utilizar un enfoque basado en el costo total, considerando tanto costos fijos como costos variables.
 - Incorporar un margen de ganancia competitivo, según las condiciones del mercado y el valor agregado que Consultoría MA & DA le ofrece al cliente.
- Revisión periódica:
 - Se realizarán auditorías trimestrales para evaluar las variaciones entre costos calculados estimados y costos reales.
- Transparencia y comunicación:
 - Mantener informado al cliente sobre las variables que influyen en los precios, mencionando los beneficios de adquirir las asesorías con Consultoría MA & DA.

5.6.6 Punto de Equilibrio de la Sociedad

Aun no se tiene el dato sobre el punto de equilibrio.

5.6.7 Costeo de productos para Exportación

La Organización Mundial del Comercio (OMC) clasifica las exportaciones de servicios en cuatro modos de prestación:

- Suministro transfronterizo: El proveedor y el consumidor están en territorios diferentes.
- Consumo en el extranjero: El consumidor se traslada al territorio del proveedor.
- Presencia comercial: El proveedor establece una sucursal en el territorio del consumidor.
- Movimiento de personas físicas: El proveedor se traslada al país importador para prestar el servicio.

Para maximizar el alcance y minimizar costos, la modalidad de Suministro Transfronterizo es

la modalidad más adecuada para el proyecto, debido a que se puede aprovechar las herramientas digitales para ofrecer servicios a clientes internacionales sin necesidad de desplazamiento. Sin embargo, si los planes son de expansión la presencia en mercados específicos, se podría considerar la presencia comercial como un paso estratégico a largo plazo. Es por esto que no aplica la utilización de ninguno de los incoterms existentes.

6. Análisis del Marketing Mix

7. Costo de Exportacion

No aplican costos de exportación por ser un servicio prestado para Colombia.

7.1 Promoción

- **Marketing Digital:**

Redes sociales: Utilizar plataformas como LinkedIn, Facebook e Instagram son ideales para conectar con productores agrícolas y comercializadores. Se puede compartir contenido educativo, casos de éxito y consejos prácticos.

SEO y blog: Crear un blog en el sitio web con artículos sobre análisis financiero y estrategias agrícolas puede posicionar la empresa como experta en el sector.

Publicidad digital: Anuncios en Google Ads o redes sociales permiten segmentar a la audiencia por ubicación, intereses y necesidades específicas.

- **Networking y alianzas estratégicas:**

Participar en ferias agrícolas y eventos del sector para establecer contactos directos con productores y comercializadores.

Colaborar con asociaciones agrícolas o cámaras de comercio para promover los servicios entre sus miembros.

- **Email Marketing:**

Diseñar campañas de correo electrónico dirigidas a productores y comercializadores, ofreciendo contenido de valor como guías prácticas o análisis de tendencias.

- **Webinars y talleres virtuales:**

Organizar eventos en línea sobre temas relevantes, como estrategias para mejorar la rentabilidad o acceso a financiamiento. Esto no solo promociona los servicios, sino que también genera confianza y autoridad.

- **Referencias y testimonios:**
Solicitar a clientes satisfechos que compartan sus experiencias. Las recomendaciones personales son muy influyentes en el sector agrícola.
- **Presencia en directorios especializados:**
Inscribir la empresa en plataformas y directorios enfocados en servicios agrícolas o consultorías empresariales.

7.2 Plaza – Canales

El hipotético canal de distribución sería del productor principal al distribuidos o vendedor final.

8. Medición del Potencial Exportador

Para Consultoría MA & DA, se refiere al proceso evaluativo de análisis sobre el desempeño y la efectividad de las estrategias implementadas para llevar productos o servicios al mercado internacional. Esto incluye identificar indicadores clave como la competitividad, el potencial exportador, la capacidad de producción, y la adaptación de los productos a las demandas del mercado objetivo.

En el caso de Consultoría MA & DA, los principales focos serán:

- **Análisis financiero:** Evaluar la rentabilidad y sostenibilidad de las operaciones internacionales.
- **Evaluación de mercado:** Identificar oportunidades y riesgos en los mercados objetivo.
- **Capacidad operativa:** Medir la eficiencia de los procesos internos y la capacidad de cumplir con la demanda internacional.
- **Adaptación del producto:** Verificar que los productos cumplan con los estándares y regulaciones del mercado de destino.

8.1 Inteligencia de Mercados

- **Análisis de demanda:** Evaluar el nivel de demanda del producto en diferentes mercados. Esto incluye identificar países con un crecimiento en el consumo de productos similares al que ofrece el cliente.
- **Barreras arancelarias y no arancelarias:** Investigar los aranceles, cuotas, permisos y requisitos sanitarios que podrían afectar la entrada del producto en el mercado objetivo.
- **Estabilidad económica y política:** Considerar la estabilidad del país en

términos de riesgo político y económico. Un mercado estable facilita las transacciones y reduce riesgos.

- **Accesibilidad y logística:** Analizar la infraestructura del país y los costos asociados con el transporte y distribución del producto.
- **Preferencias del consumidor:** Investigar los hábitos y preferencias de los consumidores en el mercado objetivo para adaptar el producto.
- **Competencia:** Evaluar la presencia de competidores en el mercado y cómo el producto puede diferenciarse.
- **Acuerdos comerciales:** Aprovechar los tratados de libre comercio que puedan ofrecer ventajas arancelarias para el producto.
- **Capacidad operativa:** Asegurar que el proveedor pueda cumplir con la demanda y los estándares del mercado objetivo.

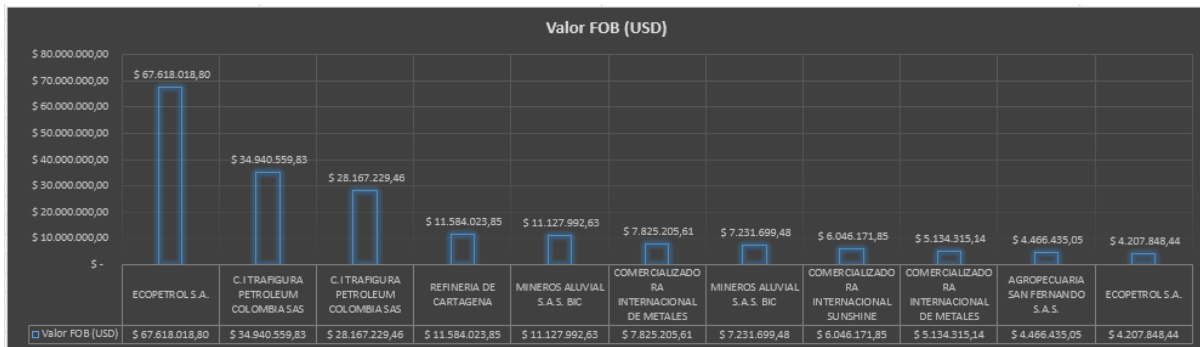
En el siguiente cuadro se puede observar las exportaciones desde Colombia hacia los estados unidos, se muestran las mas representativas en cuanto al valor FOB (USD):

Figura 8 Datos de Exportacion 2024

Capítulo Del Arancel	Razón social actual Exportador	Descripción de la partida arancelaria	Valor FOB (USD)
Combustibles y minerales	ECOPETROL S.A.	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	\$ 67.618.018,80
Combustibles y minerales	C.I TRAFIGURA PETROLEUM COLOMBIA SAS	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	\$ 34.940.559,83
Combustibles y minerales	C.I TRAFIGURA PETROLEUM COLOMBIA SAS	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	\$ 28.167.229,46
Combustibles y minerales	REFINERIA DE CARTAGENA	Fueloils (fuel), excepto desechos de aceites y que contengan biodiésel	\$ 11.584.023,85
Perlas finas (naturales) o cultivadas	MINEROS ALUVIAL S.A.S. BIC	Las demás formas de oro semilabradas, para uso no monetario.	\$ 11.127.992,63
Perlas finas (naturales) o cultivadas	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE METALES	Oro(incluido el oro platinado), en las demás formas en bruto	\$ 7.825.205,61
Perlas finas (naturales) o cultivadas	MINEROS ALUVIAL S.A.S. BIC	Las demás formas de oro semilabradas, para uso no monetario.	\$ 7.231.699,48
Plantas vivas y productos de floricultura	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL SUNSHINE	Los demás flores y capullos	\$ 6.046.171,85
Perlas finas (naturales) o cultivadas	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL DE METALES	Oro(incluido el oro platinado), en las demás formas en bruto	\$ 5.134.315,14
Grasas y aceites animales o vegetales	AGROPECUARIA SAN FERNANDO S.A.S.	Las demás grasas y aceites, animales o vegetales	\$ 4.466.435,05
Combustibles y minerales	ECOPETROL S.A.	Betun de petróleo.	\$ 4.207.848,44

FUENTE: (LEGISCOMEX, 2025)

Análisis de Datos de Exportacion



FUENTE: ELAVORACION PROPIA

En el siguiente grafico se puede evidenciar el valor FOB (USD) de las principales exportaciones desde Colombia hacia los Estados Unidos de América, donde se evidencia una representatividad superior de bienes de materias primas también conocidos como commodities, los cual genera una oportunidad de negocio en este pais debido a la alta demanda de productos primarios y el potencial que tiene Colombia para cubrir esta demanda. Siendo el principal producto de exportación; Combustibles y minerales, específicamente Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso, los cuales representaron un valor FOB (USD) en el año 2024 de \$ 67.618.018,80.

8.2 Preselección de Mercados a Estudiar

- Experiencias y contactos previos de la empresa:

Se Evalúan el mercado donde ya se tiene conexiones o experiencia previa para la exportación de Bienes y servicios desde Colombia, se consultan experiencias de relaciones comerciales existentes, conocimiento del mercado o contactos estratégicos que puedan facilitar la entrada del producto ofrecido. Un punto para considerar muy importante es el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Estados Unidos, lo que favorece la incursión en el mercado americano, adicional a ser un mercado altamente consumista.

Adicional a lo anterior, el principal beneficio del TLC para Colombia es la consolidación de las preferencias arancelarias que se tenían con el acuerdo de preferencias arancelarias, ATPDEA. Este cubría cerca de 5.670 productos. La entrada en vigencia del TLC significó acceso al mercado estadounidense con 0% de arancel aproximadamente para 10.634 posiciones arancelarias.

8.3 Priorización de Mercados

A través de herramientas como Legiscomex y Trade Map, se identificarán las oportunidades y amenazas de cada mercado, priorizando aquellos con un ecosistema digital desarrollado y una creciente demanda por soluciones financieras especializadas en el sector agropecuario. Dentro de los criterios a evaluar, se tomarán en cuenta la experiencia y contactos previos de la empresa en mercados internacionales, los beneficios derivados de acuerdos de comercio exterior, las recomendaciones de entidades como ProColombia y gremios del sector agropecuario, así como las tendencias en la adopción de servicios tecnológicos aplicados a la agroindustria.

Una vez realizada la preselección de mercados, se procederá con un análisis comparativo para determinar aquellos con mayor viabilidad para la expansión de MA&DA. Para ello, se elaborará una matriz de priorización en la que se ponderarán variables estratégicas como la estabilidad política y regulatoria de cada país, en especial en lo relacionado con la digitalización del sector financiero y agroindustrial. Asimismo, se considerará el acceso al mercado en términos de barreras normativas para la entrada de modelos de negocio basados en software como servicio, la disponibilidad de plataformas de pago y financiamiento que faciliten la integración con fintechs y bancos locales, el tamaño del mercado y el crecimiento del sector fintech agropecuario, y el análisis de la competencia en cada región.

El estudio de la competencia permitirá comprender el posicionamiento de otras plataformas digitales con características similares a MA&DA, identificando a los principales actores en el sector y evaluando sus estrategias de penetración y diferenciación. Además, se analizarán sus estructuras de precios, modelos de negocio y segmentación de clientes, determinando si su enfoque está dirigido a grandes empresas, PYME o pequeños productores agropecuarios.

Con base en este análisis, se establecerán tres tipos de mercados para la internacionalización de MA&DA. El mercado objetivo será aquel con el mayor potencial de adopción, donde se implementará la primera fase de expansión. El mercado alternativo incluirá países con condiciones favorables pero que presentan ciertas barreras o riesgos moderados. Finalmente, el mercado contingente comprenderá territorios con alto potencial a futuro, pero que requieren mayor investigación o ajustes en la estrategia de entrada.

País	Prioridad	Justificación
República Dominicana	Alta	Ya se tiene acercamiento con empresas, instituciones (ProDominicana) y universidades. Ecosistema agro en expansión.
Perú	Alta	Similaridades agrícolas (aguacate, cacao, café), apertura a servicios de asesoría técnica, tratados comerciales con Colombia.
México	Alta	Gran sector agropecuario exportador; fuerte demanda de servicios de eficiencia, digitalización y trazabilidad.
Ecuador	Media-Alta	Agricultura intensiva, apertura a innovación agro; facilidades lingüísticas y culturales.
Costa Rica	Media	Buen mercado en temas de sostenibilidad, pero competencia elevada en consultoría técnica local.
Chile	Media	Sector agrícola tecnificado, pero alta exigencia de certificaciones y procesos de entrada.
Estados Unidos (mercado latino)	Media-Baja	Interés en productos agrícolas sostenibles, pero entrada compleja sin alianzas fuertes.
España	Media-Baja	Posible acceso por idioma, pero mercado maduro y competitivo en servicios de consultoría.

Como estrategias tenemos que consolidar alianzas en República Dominicana como primer paso piloto internacional.

Explorar Perú y México mediante contactos con cámaras de comercio, ferias agroindustriales y plataformas de innovación rural.

Desarrollar un portafolio de servicios internacional adaptado a los contextos productivos y regulatorios de cada país.

Utilizar canales diplomáticos para facilitar el acceso (ProDominicana, embajadas).

Fuentes de Consulta

Bancoldex. (2025). Bancoldex.com. Obtenido de Bancoldex.

Bancolombia, I. (2025). Desembolsos y Devoluciones. Medellin.

CARLOS, I. A. (2007). *DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRUCTURA DE COSTOS PARA LA EMPRESA MAQUINPLAST S.A.* Pereira.

Coordinadora. (27 de septiembre de 2023). Obtenido de Costos fijos y variables: ¿Cómo se calculan en un emprendimiento?

Dane. (2025).

Finagro. (14 de Febrero de 2025). *Finagro.com*. Obtenido de Finagro.

Findeter. (2025). *Findeter.com*. Obtenido de Findeter.

Gaitan, O. V. (23 de Noviembre de 2020). *Razon Publica*.

Kotler, P. &. (2020). *Direccion de Marketing*. Pearson.

Riveros, M. A. (2020). *MERCADEO ESTRATÉGICO*.

Silva, D. d. (2021). *Segmentación conductual: la ruta para vender más y mejor*. Zendesk.

Solomon, M. D. (2021). Pearson.