



LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

**Plan de Negocios de Exportación PLANEX
para obtener la “Doble Titulación” BUAP/USTA
Snacks de Cacahuete Botanero México-Colombia**

Presenta: Angie Valentina Pérez Berdugo

Empresa: Don Zabor México S.A de C.V
Directora del Plan de exportación: Mtra. Mónica Alonso Garcia
Otoño 2025



Tabla de Contenido

Introducción	6
Estado de la empresa	8
Misión	8
Visión.....	8
Valores	8
Situación Actual	9
Objetivos y metas de internacionalización	10
Objetivos de internacionalización	10
Metas de internacionalización	11
Producto a Internacionalizar.....	12
Características o Aspectos Generales	12
Catálogo Representativo de Productos Don Zabor	13
Ficha Técnica	17
Valor Agregado.....	20
Aspecto Técnico.....	20
Diseños.....	20
Envase primario.....	20
Embalaje.....	21
Estiba.....	22
Etiqueta	23
Etiquetado en Mercado Destino	24
Mercado	26
Descripción técnica	26
Matriz seleccionadora del mercado	27

Interpretación de resultados de la Matriz.....	30
PESTAL Bogotá	32
Nicho de Mercado.....	35
Potencial de Venta	37
Comportamiento del consumidor	37
Potencial de mercado	38
Canal de distribución	38
Principales competidores.....	40
Fracción arancelaria	44
Barreras arancelarias y no arancelarias	47
Gravamen para importación.....	47
Gravamen Preferencial por Acuerdo Internacional.....	47
Barreras al comercio	49
Estrategias De Comercialización.....	50
Adaptación del producto al mercado destino	50
Desarrollo Plan Logístico.....	54
Unitarización y Contenerización	54
INCOTERMS ®	55
INCOTERM ® FOB (Free On Board) - Puerto de Veracruz.....	56
INCOTERM ® CIF (Cost, Insurance and Freight) - Puerto de Cartagena	57
Ruta logística	57
Costos de Adaptación del producto	63
Costos Logísticos	64
Costo Total Bajo INCOTERM ® FOB Vendedor.....	65
Costo Total Bajo INCOTERM ® FOB Comprador	65
Costo Bajo INCOTERM ® CIF Vendedor	66

Costo Bajo INCOTERM ® CIF Comprador.....	66
Precio de venta Optimo	67
Promoción	68
Eventos y Ferias Internacionales.....	68
Marketing directo actualizaciones en su página web.....	76
Desarrollo de mercado promoción de venta	79
Estrategia de Publicidad página de Instagram	81
Fuerza de Venta	83
Regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias	84
Documentos soporte	84
Documento soporte registro sanitario	84
Documento soporte Visto Bueno	86
Conclusión	87
Anexos Registro Sanitario INVIMA	89
Anexos Certificado de Buenas Prácticas Fabricación-INVIMA	90
Referencias bibliográficas.....	93

Lista de Tablas

Tabla 1. Catálogo de Productos Don Zabor Presentaciones	13
Tabla 2. Ficha Técnica	17
Tabla 3. Matriz seleccionadora de ciudades para exportación de Maní Botanero	27
Tabla 4. Ponderado de selección de ciudad destino para exportación de Maní Botanero	29
Tabla 5. Competidores productos.....	40
Tabla 6. Unitarización y Contenerización	54
Tabla 7. Costos de adaptación del producto	64
Tabla 8 . INCOTERM ® FOB Vendedor.....	65
Tabla 9. INCOTERM ® FOB Comprador	65
Tabla 10 . INCOTERM ® CIF Vendedor	66
Tabla 11. INCOTERM ® CIF Comprador	67
Tabla 12. Ferias Internacionales	69

Tabla de Figuras

Figura 1. Envase primario bolsa termo sellada.....	21
Figura 2. Embalaje caja de cartón	21
Figura 3. Imagen en 3D del cubicaje	22
Figura 4. Etiquetado frontal del Cacahuete Botanero	23
Figura 5. Etiquetado nutricional del Cacahuete Botanero.....	24
Figura 6. Ejemplo sellos etiquetado frontal	25
Figura 7. Ejemplo de tabla nutricional.....	26
Figura 8 . Canal de Distribución Indirecto corto	39
Figura 9. Fracción arancelaria del Cacahuete Botanero	45
Figura 10. Perfil de la mercancía	46
Figura 11. Gravamen para Importación.....	47
Figura 12 . Gravamen Preferencial por Acuerdo Internacional.....	48
Figura 13. <i>Octágonos de Advertencia para etiquetado frontal</i>	51
Figura 14 . Boceto del diseño nuevo del envase del Cacahuete Botanero.....	51
Figura 15. Modificación a información nutricional del envase de cacahuete botanero	52
Figura 16. Propuesta de etiquetado nutricional para el mercado colombiano	53
Figura 17. Ruta en Automóvil desde Ciudad de México hasta el puerto de Veracruz	59
Figura 18. Transporte Internacional desde el Puerto de Veracruz hasta el puerto de Cartagena.....	60
Figura 19. Ruta en Automóvil desde el puerto de Cartagena hasta Zona franca, Bogotá Colombia	62
Figura 20. Página Web Don Zabor	78
Figura 21. Publicidad de Maní Botanero.....	80
Figura 22. Página de Instagram.....	82
Figura 23. Documentos soporte para Importación	84
Figura 24. Documento soporte registro sanitario	85
Figura 25. Documento soporte Visto Buen	86

Introducción

El presente trabajo tiene como finalidad la elaboración de un Plan de negocios de exportación integral, viable y estratégico para la empresa mediana Don Zabor, con destino al mercado colombiano, el objetivo principal de este proyecto es trazar una ruta logística de exportación clara que minimice los riesgos, optimice los tiempos y costos, así mismo asegure el cumplimiento de todos los requisitos legales y aduaneros entre México y Colombia. Para el desarrollo de este proyecto, se realizará un análisis profundo del mercado de snacks de cacahuete en Colombia, para estudiar las preferencias de los consumidores y demanda de este producto, se analizará la competencia y el canal de distribución que será utilizado.

Inicialmente, se presenta el Estado de la empresa, Seguidamente, se realiza una caracterización exhaustiva del Producto a Internacionalizar, incluyendo su Ficha Técnica, y Aspectos Técnicos de Envase primario y Embalaje, abordando las necesarias adaptaciones de Etiquetado en el Mercado Destino para cumplir con la normativa colombiana, en cuanto al análisis de mercado se centra en Colombia comienza con la Matriz seleccionadora del mercado, seguida de la evaluación PESTAL para Bogotá, este análisis permite la definición precisa del Nicho de Mercado y la estimación del Potencial de Venta. Se estudia el Comportamiento del consumidor colombiano y se evalúan los Canales de distribución más viables, finalizando con la identificación de los principales competidores en la categoría de Snacks de maní.

Desde la perspectiva operativa y legal, el estudio aborda la Fracción arancelaria del producto y las Barreras arancelarias y no arancelarias, calculando el Gravamen Preferencial por Acuerdo Internacional para optimizar la carga fiscal. El Desarrollo del Plan Logístico establece la ruta crítica, cubriendo la Unitarización y Contenerización, la selección del INCOTERM y el diseño de la Ruta logística más eficiente. Se realiza un análisis riguroso de Costos de Adaptación del producto y Costos

Logísticos, presentando la estructura de costos totales bajo las principales modalidades de los INCOTERMS.

Finalmente, se definen las Estrategias De Comercialización, las cuales incluyen la Adaptación del producto al mercado destino y un plan de Promoción que abarca la participación en Eventos y Ferias Internacionales y estrategias de Marketing digital, Se establece la política de Fuerza de Venta y se sugieren mecanismos de pago como la Carta de crédito, el proyecto concluye con la identificación de las Regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias, listando los Documentos soporte necesarios, como el Registro Sanitario INVIMA y el Certificado de Buenas Prácticas de Fabricación, para asegurar el acceso legal y sostenible al mercado. En conjunto, este Plan de Negocios busca proveer a Don Zabor de un marco de acción robusto para la entrada exitosa y sostenible en el mercado colombiano.

Estado de la empresa

Don Zabor S.A de C.V es una empresa mediana constituida formalmente en 2009 con una experiencia de más de dos décadas en el mercado, se define como una entidad 100% mexicana cuya razón de ser es responder a la demanda de inocuidad alimentaria del consumidor contemporáneo. Su filosofía corporativa se plasma claramente en su misión, esta promesa se sustenta en una operación rigurosa, empleando tecnología avanzada para la selección de materias primas y el uso de empaques innovadores con doble barrera de protección. La obtención de la Certificación SQF (*Safety Quality Food*), un estándar reconocido globalmente, reafirma su compromiso con la seguridad y la confianza del cliente, distinguiéndola en un mercado altamente competitivo, (Don Zabor, 2025).

Misión

Satisfacer la demanda que tienen nuestros consumidores de alimentos sanos que garanticen su salud, dándoles un valor agregado al proporcionarles productos de primera calidad al mejor precio, (*Don Zabor 2025*).

Visión

Buscamos liderar los mercados nacionales e internacionales de productos secos, logrando que nuestra marca sea sinónimo de la más alta calidad, la máxima inocuidad y la prioridad absoluta en el cuidado de la salud de quienes nos eligen, (*Don Zabor, 2025*).

Valores

Inocuidad alimentaria, seguridad en las operaciones, creatividad e innovación, integridad (honestidad y transparencia), y responsabilidad, la empresa cuenta con la Certificación SQF (*Safety Quality Food*), (Don Zabor, 2025).

Situación Actual

La empresa ha logrado una sólida posición de mercado en México, operando a una escala que supera la de una microempresa. Su principal fortaleza de ventas reside en el canal *retail*, donde mantiene una presencia constante en las mayores cadenas de autoservicio (Walmart, Chedraui, etc.). Además, su volumen de operaciones se extiende al *Food Service*, siendo proveedor de importantes grupos restauranteros. Aunque su matriz logística se centra en la Central de Abastos de la Ciudad de México (CDMX), su estrategia de crecimiento está orientada a la expansión geográfica para optimizar su distribución.

Actualmente, Don Zabor se encuentra en una fase estratégica de crecimiento intensivo para alcanzar su visión de liderazgo nacional e internacional. Sus objetivos a corto y mediano plazo incluyen el lanzamiento del "Proyecto Luz" para expandir su alcance a las tradicionales tiendas de abarrotes (distribución capilar) y la planeación para establecer nuevos centros de distribución en el norte y sur del país. Estos esfuerzos logísticos buscan respaldar su meta final de convertirse en el referente número uno del mercado de productos secos, consolidando su transición de una empresa con experiencia a un jugador dominante y global en el sector, (*Don Zabor, 2025*).

Objetivos y metas de internacionalización

Objetivos de internacionalización

1-Determinar y seleccionar la línea de productos de *Don Zabor* que presentan la mayor viabilidad de adaptación y potencial competitivo para el mercado colombiano, asegurando que cumplan con los estándares de calidad, requisitos de formulación y especificaciones de empaque y etiquetado exigidos por la normativa colombiana del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA).

2-La estrategia de Don Zabor para expandir su presencia externa se centra en la participación estratégica en ferias alimentarias internacionales de alto impacto, iniciando con una rigurosa planificación que incluye la selección de mercados objetivo y la reagenda de reuniones con *Buyers (Compradores)* clave. La ejecución en la feria se enfoca en crear una experiencia de marca memorable a través de stands interactivos y degustaciones.

3- Fomentar una relación comercial sólida y duradera con actores clave en el sector minorista colombiano, con el propósito de consolidar la presencia de Don Zabor de cacahuete botanero en los canales de distribución masivos y asegurar una entrada efectiva y sostenible en el mercado objetivo.

Metas de internacionalización

1-Identificar y finalizar la selección de tres (3) referencias de *Don Zabor*, junto con su ficha técnica finales aceptada y aprobada para el pre-registro sanitario colombiano, en un plazo no mayor a dos meses desde el inicio del estudio.

2-Lograr la captura de un mínimo de 150 Clientes potenciales(*leads*) calificados de alto potencial (Clase A y B) y concretar 20 reuniones de seguimiento confirmadas con distribuidores y minoristas clave, incrementando el reconocimiento de marca en el mercado objetivo en un 25% (medido por interacciones en redes sociales o encuestas rápidas en el stand), como resultado de la experiencia de marca memorable y las degustaciones interactivas durante la feria alimentaria.

3-Lograr la firma de acuerdos de distribución y listado de productos con al menos dos 2 de las principales cadenas de supermercados colombianos, garantizando una distribución inicial en sus centros de mayor tráfico, dentro de los primeros tres 3 años de ejecución del PLANEX.

Producto a Internacionalizar

Características o Aspectos Generales

Don Zabor es una marca mexicana especializada en la selección, empaque y distribución de alimentos secos de alta calidad, el catálogo completo, compuesto por aproximadamente 33 productos distintos, se distingue por su alta consistencia: todos los artículos son productos secos, lo que permite a la empresa optimizar sus procesos de manejo, limpieza y empaque, y mantener una certificación estricta como la SQF (*Safety Quality Food*).

El catálogo está estratégicamente dividido para atender una doble funcionalidad, por un lado, se enfoca en el mercado culinario con ingredientes básicos esenciales a través de sus líneas de Chiles Secos (Guajillo, Ancho, Morita, etc.) y Granos y Semillas (Frijol Negro, Frijol peruano, Arroz), que son la base de la cocina tradicional mexicana. Por otro lado, atiende al mercado de consumo directo con productos de valor añadido de sus líneas de Colaciones y Aguas/Espicias. Esta diversificación asegura que Don Zabor sea un proveedor integral, desde los ingredientes de la despensa básica hasta los snacks gourmet.

La línea de productos (que incluye nueces, almendras, y mezclas como el Paquete de Mix de Nueces) es clave para el crecimiento, ya que se enfoca en la conveniencia y el bienestar, ofreciendo productos saludables listos para el consumo. Esta línea muestra la capacidad de la empresa para innovar, tomando materias primas simples y transformándolas, como ocurre con el Arándano Enchilado, que fusiona la fruta saludable con el popular sabor picante, (*Don Zabor, 2025*)

El Cacahuate Botanero es el producto más representativo de esta estrategia de valor añadido, es fundamental porque marca la sinergia entre dos líneas: utiliza la materia prima de los Frutos Secos (cacahuate) y aplica

el en sazonado y picante de la línea de Chiles Secos (Chile de Árbol) para crear un snack complejo y de alto margen (cacahuete ajo y chile). Esto posiciona a Don Zabor fuertemente en el segmento de botanas sociales y asegura su relevancia más allá de ser solo un proveedor de materias primas.

Catálogo Representativo de Productos Don Zabor

Tabla 1. Catálogo de Productos Don Zabor Presentaciones

Categoría Principal	Producto	Presentación Común (Tamaño)	Propósito Principal
Frutos Secos y Semillas	Nuez (Mitades)	100g, 1kg	Repostería, botana saludable, uso culinario.
	Nuez de la India	1kg	Consumo directo como botana de alto valor nutricional, o como ingrediente en cocina internacional.
	Almendra entera	1kg	Repostería, <i>topping</i> , botana saludable.
	Almendra Fileteada	100g	Uso en repostería fina y decoración.
	Pistache	1kg	Botana, ingrediente gourmet.
	Coco rallado	100g	Ingrediente base para repostería, postres y dulces mexicanos
	Cacahuete	Presentación	Botana tradicional,

	(Natural con cáscara)	variable (ej. 500g, 1kg)	ingrediente.
Botanas y Snacks	Cacahuete Botanero	500g	Botana lista para consumo en reuniones o entre comidas.
	Nueces y Frutos Rojos (Mezcla)	450g, 750g	Botana saludable, desayuno, <i>topping</i> .
	Paquete de Mix de Nueces y Frutos Secos con 15 piezas	40g	Snack saludable y conveniencia (porción individualizada) para llevar y consumir en el momento.
Chiles Secos	Chile Guajillo	1kg	Ingrediente esencial de la cocina mexicana (salsas, adobos).
	Chile Ancho	100g	Ingrediente esencial de la cocina mexicana (moles, rellenos).
	Chile de Árbol	1kg	Salsas frescas, caldos, y para adornar o condimentar platillos por su intensidad.
	Chile Morita	75g	Aportar un color café-rojizo y un sabor afrutado y ahumado con picor medio a salsas, adobos y vinagretas.
	Chile Chipotle	75g	Aportar picor y sabor ahumado a

			guisos y caldos.
	Chile pasilla	100g	Moles, salsas oscuras y platillos por su sabor ahumado y dulce.
Frutas Deshidratadas	Arándano	1kg	Desayuno, botana, repostería.
	Arándano enchilado	1kg	Snack listo para consumir, que satisface el gusto por el picante y lo dulce.
	Uva Pasa	1kg	Repostería, botana energética.
	Ciruela pasa	200g	Consumo directo como botana saludable, fuente de fibra natural.
	Ciruela Pasa Sin Hueso	1kg	Botana, fuente de fibra, uso culinario.
Otros Granos y Condimentos	Arroz (Diversas variedades)	1kg	Ingrediente básico de la despensa.
	Ajonjolí	150g	Ingredientes básicos para cocinar o aderezar (ej. panificación, aderezos).
	Ajonjolí acaramelado	150g	Producto listo para el consumo o <i>topping</i> dulce.
	Frijol Negro	500g	Ingrediente esencial para la dieta mexicana, especialmente popular en el centro y sureste del país.
	Frijol Peruano	500g	Ingrediente básico de la dieta mexicana, esencial

			para platillos cotidianos.
	Flor de Jamaica	1kg	Preparación de bebidas (agua fresca).
	Tamarindo	1kg	Preparación de Agua Fresca tradicional y uso en salsas agridulces.
	Ponche tradicional	150g	Ingrediente base para la preparación de la bebida tradicional navideña (Ponche Navideño).
	Canela Entera	100g	Condimento para postres y bebidas.
	Piloncillo	950g	Endulzante natural para bebidas, postres y platillos tradicionales.

Fuente: Elaboración propia con información de Don Zabor (2025)

Ficha Técnica

La presente ficha técnica describe las principales características del Cacahuete Botanero Don Zabor, un producto elaborado bajo estándares de calidad que garantizan su sabor, frescura y seguridad alimentaria. En la siguiente tabla se detallan aspectos clave como la composición, presentación, proceso de elaboración y condiciones de almacenamiento, con el fin de brindar información clara y útil para su correcta identificación y comercialización.

Tabla 2. Ficha Técnica

Ficha técnica de Snacks de Cacahuete Botanero			
Marca	DON ZABOR	Código de Producto	DB-CB500 (Estimado)
		Emisión:	1.0
País de origen		México	
Descripción del producto		Mezcla de cacahuates tostados/horneados sin cáscara y con piel, combinados con totopos y sazonados con una mezcla de chile, ajo y limón para un perfil de sabor crujiente, picosito y salado. Ideal como botana.	

Ingredientes	Cacahuates sin cáscara, Aceite vegetal, Chile (de árbol u otro), Ajo, Sal, Condimentos y Especies (incluyendo limón en polvo/ácido cítrico).
Lugar de elaboración	Calle 2, CEDA, Iztapalapa, 09040 Ciudad de México, CDMX

Composición Nutricional	 Declaración Nutricional Por 100 g <table border="1"> <tr> <td>Contenido Energético</td> <td>548.2 kcal (2,268.1 kJ)</td> </tr> <tr> <td>Energía por envase</td> <td>2,741 kcal</td> </tr> <tr> <td>Grasas Totales</td> <td>49.4 g</td> </tr> <tr> <td>Grasas Saturadas</td> <td>5.7 g</td> </tr> <tr> <td>Grasas Trans</td> <td>0 mg</td> </tr> <tr> <td>Sodio</td> <td>468 mg</td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos Disponibles</td> <td>3.6 g</td> </tr> <tr> <td>Azúcares</td> <td>0 g</td> </tr> <tr> <td>Azúcares añadidos</td> <td>0 g</td> </tr> <tr> <td>Fibra Dietética</td> <td>19.3 g</td> </tr> <tr> <td>Proteínas</td> <td>22.3 g</td> </tr> </table>	Contenido Energético	548.2 kcal (2,268.1 kJ)	Energía por envase	2,741 kcal	Grasas Totales	49.4 g	Grasas Saturadas	5.7 g	Grasas Trans	0 mg	Sodio	468 mg	Carbohidratos Disponibles	3.6 g	Azúcares	0 g	Azúcares añadidos	0 g	Fibra Dietética	19.3 g	Proteínas	22.3 g
Contenido Energético	548.2 kcal (2,268.1 kJ)																						
Energía por envase	2,741 kcal																						
Grasas Totales	49.4 g																						
Grasas Saturadas	5.7 g																						
Grasas Trans	0 mg																						
Sodio	468 mg																						
Carbohidratos Disponibles	3.6 g																						
Azúcares	0 g																						
Azúcares añadidos	0 g																						
Fibra Dietética	19.3 g																						
Proteínas	22.3 g																						
Forma de consumo	Consumo directo, como botana. Ideal para compartir en reuniones, como acompañamiento de bebidas, o como snack en cualquier momento.																						
Presentación y empaques comerciales	Bolsa metalizada sellada con doble barrera para máxima frescura y conservación (característica distintiva de Don Zabor). Presentación comercial habitual de 500 gramos																						

Valor Agregado

El valor agregado del cacahuate botanero de Don Zabor reside en la calidad diferenciada que se obtiene al combinar una materia prima selecta con un proceso de saborización y conservación especializado. Este valor no solo se manifiesta en la textura crujiente constante y un perfil de sabor único (sea salado, picante o especiado) que supera a la oferta genérica, sino también en la seguridad alimentaria que proyecta su marca, esencial para la exportación. Al enfocarse en empaques que preservan la frescura y una trazabilidad rigurosa, Don Zabor garantiza que su snack no es solo un producto de consumo, sino una opción confiable y premium que cumple con las normativas internacionales.

Aspecto Técnico

Diseños

Envase primario

El envase primario es una bolsa flexible termosellado, diseñada como una película laminada de múltiples capas con una barrera metálica, siendo crucial para bloquear el paso de oxígeno y humedad, la capa exterior de Poliéster permite la impresión de alta calidad de la marca, mientras que la capa interior de Polietileno asegura un sellado hermético. El propósito de este diseño multicapa es proteger el producto del enranciamiento (oxidación del aceite) y mantener intacta la textura crujiente del maní, garantizando así la frescura y la calidad, cuenta con una capacidad de 500 gramos.

Figura 1. Envase primario bolsa termo sellada



Fuente: Elaboración propia Bolsa termo sellada

Embalaje

Caja de cartón corrugado de doble pared (alta resistencia), seleccionada por su alta resistencia para proteger las unidades primarias individuales (bolsas) de golpes y vibraciones durante el transporte internacional, las medidas son:

45 cm Largo x 30 cm Ancho x 35 cm Alto con una capacidad de 12 unidades (Bolsas de 500g) cada caja.

Figura 2. Embalaje caja de cartón



Fuente: Elaboración propia caja de cartón

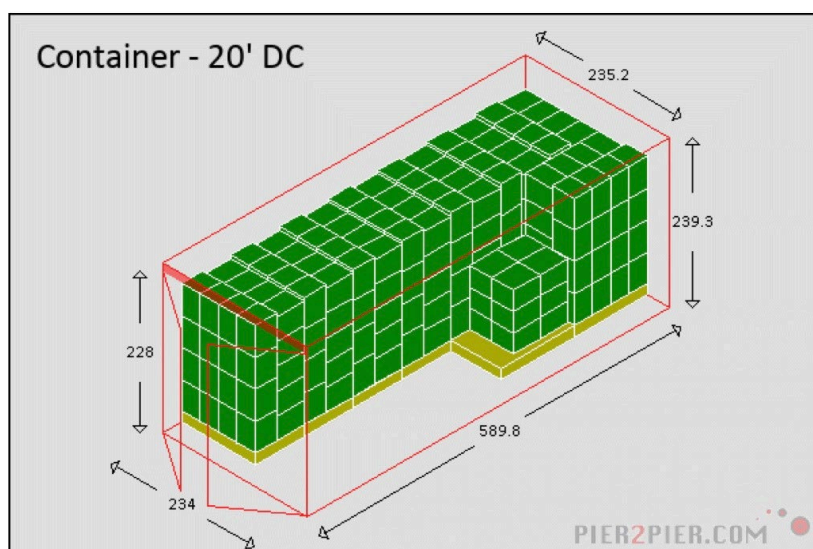
Estiba

Se utiliza tarimas (pallets) estandarizadas de 120 cm x 100 cm, la carga se organiza en 5 capas de altura con 6 cajas por capa, resultando en un total de 30 cajas o 360 bolsas de 500g por tarima. Para garantizar la seguridad durante el transporte internacional, las cajas se apilan en un patrón entrelazado que maximiza la estabilidad, y la carga se refuerza por completo con película *stretch* de alta resistencia y esquineros protectores.

Figura 3. Imagen en 3D del cubicaje

Following cargo shall be loaded in 1 * Container - 20' DC with your ref. Fcl

Cargo name	Length	Width	Height	Weight total	Quantity	Colour
Cajas de Cacahuete Botanero Don Zabor	45 cm	30 cm	35 cm	1800 kg	300 / 300	
Total : 14.175 cubic meter / 560 cm floor length used				1800 kg	300	



Fuente: Elaborado con pier2pier (2025)

<https://www.pier2pier.com>

Etiqueta

Etiqueta de película de Polipropileno (PP), con información que se rige principalmente por la Norma Oficial Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010, la cual establece las especificaciones de etiquetado comercial y sanitario para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados, el requisito más visible es la inclusión obligatoria de los 3 sellos de advertencia frontales (octágonos negros), que indican de forma clara si el producto excede los límites calóricos o los umbrales de sodio, azúcares, grasas saturadas y/o grasas trans. Adicionalmente, la etiqueta está en español, contiene también la tabla de información nutrimental, la lista de ingredientes en orden de predominancia, la declaración de alérgenos (destacando el cacahuete), el contenido neto, la razón social y domicilio del fabricante.

Figura 4.Etiquetado frontal del Cacahuete botanero



Fuente: Don Zabor 2025

Figura 5. Etiquetado nutricional del Cacahuate botanero



NOM-051-SCFI/SSA1-2010

Fuente: Don Zabor, 2025

Etiquetado en Mercado Destino

Para asegurar la legalidad del etiquetado frontal en Colombia, se debe cumplir con la Resolución 810 de 2021 (Ley 2120) sobre etiquetado frontal, esto significa que la etiqueta debe llevar visiblemente los sellos de advertencia octogonales negros si el producto excede los umbrales críticos de sodio, azúcares añadidos, grasas saturadas o calorías, la principal entidad que rige y vigila el etiquetado de alimentos en Colombia es el ministerio de salud y protección social. En este caso para el cacahuate botanero se reduciría a solo dos octógonos de advertencia, que serían el “Exceso en Sodio” y el “Exceso en Grasas saturadas”.

Figura 6. Ejemplo sellos etiquetado frontal



Fuente: Minsalud 2025

La principal adaptación que requiere la tabla nutricional de Don Zabor para la importación a Colombia, de acuerdo con la Resolución 810 de 2021, es la obligatoriedad de expresar la información tanto por porción como por 100 gramos, facilitando la comparación entre productos, en cuanto a las dimensiones del octágono no hay una medida fija única, solo se recomienda que este tenga una altura y un ancho lo suficientemente legible y visible para el consumidor. Es crucial desglosar y declarar específicamente los azúcares añadidos por separado de los azúcares totales, y asegurar que los porcentajes de Ingesta Diaria Recomendada (IDR) para vitaminas (como A y E) y minerales (como hierro y calcio) se basen rigurosamente en los valores de referencia nutricional colombianos.

Figura 7. Ejemplo de tabla nutricional

TABLA DE INFORMACIÓN NUTRICIONAL

Debe incluir la información del número de porciones y del tamaño de cada porción.

La información de calorías, sodio, grasa saturada, grasas trans y azúcares añadidos debe ir en letras destacadas.

Información Nutricional		
Tamaño por porción: 1 unidad (40 g) Número de porciones por envase: Aprox 2		
Calorías (kcal)	Por 100 g	Por porción
	251	101
Grasa Total	13 g	5.2 g
Grasa poliinsaturada	3.0 g	12 g
Grasa saturada	6.0 g	2.4 g
Grasa trans	820 mg	328 mg
Carbohidratos totales	31 g	12 g
Fibra dietaria	0.8 g	0.3 g
Azúcares totales	5.0 g	2.0 g
Azúcares añadidos	2.0 g	0.8 g
Proteína	5.0 g	2.0 g
Sodio	560 mg	224 mg
Vitamina A	3.0 mg	1.2 mg
Calcio	400 mg	160 mg
Hierro	4.0 mg	1.5 mg
Vitamina D	5.0 mg	2.5 mg
Vitamina B12	1.01 mg	0.1 mg
Zinc	4.0 mg	1.6 mg

Los títulos de las columnas se indicarán en su orden: por 100 g o por 100 mL y por porción preparada.

Exceptuando las grasas trans y los azúcares ya que no se ha establecido un valor de referencia (VRN) para estos nutrientes y la proteína que no es obligatorio declararla en % de Valor Diario.

Fuente: Min Salud, 2025

Mercado

Descripción técnica

La descripción técnica del Maní botanero se fundamenta en su origen como semilla de cacahuete (*Arachis hypogaea*), una leguminosa rica en lípidos (44-54%) y proteínas (alrededor del 25%), lo que la convierte en una fuente nutritiva de grasas saludables, carbohidratos, vitaminas (principalmente E, B1, B2, B3) y minerales. El proceso inicia con el tratamiento del grano crudo, que incluye la limpieza, el secado y el descascarado, para luego pasar a la etapa crucial de transformación en el producto botanero.

La característica distintiva del maní botanero es el tratamiento térmico, que puede ser tostado o fritura en aceite, el cual reduce la humedad de la semilla y le confiere una textura crujiente. Inmediatamente después del tratamiento térmico, se aplica la saborización, que es lo que define el perfil del snack. Los perfiles de sabor más comunes incluyen el

salado (cloruro de sodio), el picante (mediante mezclas de chile en polvo y ácido cítrico) o el garapiñado (cubierto con una capa de harina o azúcar), resultando en un sabor predominantemente tostado y especiado.

Matriz seleccionadora del mercado

La siguiente tabla es una Matriz seleccionadora de ciudades para exportación de Maní Botanero la cual presenta un análisis comparativo y ponderado diseñado para identificar la ciudad de destino más atractiva para la exportación de Maní Botanero.

Esta Matriz evalúa un conjunto de nueve factores críticos (desde el tamaño de la economía hasta la logística y la seguridad), asignando a cada uno un peso relativo (Ponderado del factor). Las cuatro principales ciudades analizadas (Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla) son calificadas en una escala de 1 a 5 para cada factor, lo que permitirá determinar, mediante el cálculo del puntaje total ponderado, cuál de ellas ofrece las mejores condiciones de mercado para el producto.

Tabla 3. Matriz seleccionadora de ciudades para exportación de Maní Botanero

Factor de localización	Ponderado del factor (%)	Alternativas			
		Bogotá	Medellín	Cali	Barranquilla
Producto Interno Bruto (PIB) y crecimiento del PIB	20%	5	4	3	3
Población Objetivo y Poder Adquisitivo	20%	5	4	3	4
Crecimiento Económico Sostenido (Proyección de demanda futura)	10%	4	5	3	4

Receptividad del Consumidor (Cultura Snack) (Hábitos de consumo y competencia)	15%	5	4	5	4
Estructura del Canal <i>Retail</i> (Penetración de cadenas modernas y facilidad de distribución)	10%	5	4	3	3
Condiciones Climáticas (Riesgo de Deterioro) (Menor humedad y temperatura, ideal para snack)	10%	5	4	3	2
Competencia Específica de Cacahuete Local (Saturación del mercado local específico)	5%	3	3	3	4
Logística y Conectividad (Hub de Distribución) (Costo/facilidad a puertos y otras ciudades)	5%	4	4	3	5
Facilidad Negocios/Seguridad	5%	3	4	3	3

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se presenta la segunda tabla en la cual se aplica un método de ponderación multicriterio para seleccionar la ciudad destino más adecuada para la exportación de maní botanero. El análisis considera factores económicos, demográficos, comerciales, logísticos y climáticos, asignando un peso relativo a cada uno según su importancia estratégica.

A partir de la valoración comparativa entre Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, se obtiene un puntaje total que permite identificar la ciudad con mayores condiciones favorables para la comercialización y distribución del producto.

Tabla 4. Ponderado de selección de ciudad destino para exportación de Maní Botanero

Factor de localización	Ponderado del factor (%)	Alternativas			
		Bogotá	Medellín	Cali	Barranquilla
Producto Interno Bruto (PIB) y crecimiento del PIB	20%	100	80	60	60
Población Objetivo y Poder Adquisitivo	20%	100	80	60	80
Crecimiento Económico Sostenido (Proyección de demanda futura)	10%	40	50	30	40
Receptividad del Consumidor (Cultura Snack) (Hábitos de consumo y competencia)	15%	75	60	75	60
Estructura del Canal Retail (Penetración de cadenas modernas y facilidad de distribución)	10%	50	40	30	30

Condiciones Climáticas (Riesgo de Deterioro) (Menor humedad y temperatura, ideal para snack)	10%	50	40	30	10
Competencia Específica de Cacahuete Local (Saturación del mercado local específico)	5%	15	15	15	20
Logística y Conectividad (Hub de Distribución) (Costo/facilidad a puertos y otras ciudades)	5%	20	20	15	25
Facilidad Negocios/Seguridad	5%	15	20	15	20
Total	100%	465	405	330	345

Fuente: Elaboración propia

Interpretación de resultados de la Matriz

El análisis de la Matriz Selectora Ponderada revela que Bogotá es la ciudad con mayor viabilidad estratégica para el ingreso del Maní botanero, alcanzando un puntaje ponderado total de 465, le sigue Medellín con 405, mientras que Barranquilla 345 y Cali con 330 presentan desafíos más significativos que impactan su puntuación.

La preponderancia de Bogotá y Medellín se debe a que la matriz otorga un peso significativo (65% del total) a los factores de Mercado y Economía. Bogotá lidera el factor de Potencial Demográfico y Poder Adquisitivo, al ser el principal centro económico de Colombia,

concentrando el mayor volumen de población urbana con alto ingreso disponible, lo cual minimiza el riesgo de volumen de ventas para un producto importado potencialmente premium.

Un factor diferenciador y crítico para un snack sensible como el cacahuate son las Condiciones Climáticas (Riesgo de Deterioro), con una ponderación del 10%. Bogotá (50 puntos) y Medellín (40 puntos) obtienen las mejores calificaciones en este rubro. Sus climas templados o fríos son óptimos para la conservación de la grasa y textura, lo que reduce los costos de empaque y el riesgo de inventario obsoleto. En contraste, Barranquilla (10 puntos) y Cali (30 puntos) son las más penalizadas; su alta temperatura y humedad exigen una rotación de inventario extremadamente rápida y soluciones de empaque más costosas para mitigar el riesgo de deterioro.

En el ámbito de la Logística y Operación, el Canal *Retail* favorece notablemente a Bogotá (50 puntos), debido a su mayor penetración y desarrollo del canal moderno (supermercados de cadena), facilitando la distribución masiva. Por otro lado, Barranquilla destaca en Logística y Conectividad (25 puntos) por su posición como puerto principal del Caribe. No obstante, el bajo peso asignado a este factor (5%) en la matriz minimiza su impacto en el resultado final.

PESTAL Bogotá

Factores Políticos

Bogotá se beneficia de un marco institucional estable que promueve el comercio exterior y facilita la articulación entre entidades públicas y privadas para impulsar las exportaciones. La ciudad cuenta con políticas de apoyo a sectores agroindustriales, incluyendo programas de fortalecimiento a pequeñas y medianas empresas, asesoría en internacionalización y participación en ferias internacionales. El Gobierno Nacional y Distrital han priorizado la diversificación de mercados y la eliminación de barreras comerciales, lo que favorece la exportación de productos como el maní botanero, además, las relaciones diplomáticas de Colombia con mercados clave ofrecen condiciones favorables para expandir la oferta agroalimentaria en el exterior (*Alcaldía Mayor de Bogotá, 2023*).

Factores Económicos

Bogotá es la ciudad con mayor dinamismo económico del país, El PIB de Bogotá en el segundo trimestre de 2023 se ubicó en aproximadamente 65.2 billones de pesos y su infraestructura financiera facilita procesos clave como financiamiento, logística, seguros y mecanismos de apoyo para exportadores. Aunque el cultivo de maní no se concentra en la capital, Bogotá funciona como un centro de transformación, empaque y distribución. La tasa de crecimiento del sector de alimentos procesados, sumada al interés global por snacks saludables, crea una oportunidad económica significativa para el maní botanero (*Banco de la República, 2023*). Sin embargo, los costos operativos, la inflación y la volatilidad cambiaria pueden incidir en los márgenes de exportación, especialmente para productos agroindustriales.

Factores Sociales

Bogotá tiene una población de más 7 millones de habitantes es diversa y cuenta con una fuerza laboral capacitada que facilita procesos de manufactura, control de calidad y estandarización de productos destinados a exportación. El consumo interno de frutos secos ha aumentado debido a un mayor interés por alimentos nutritivos, lo que permite validar el producto localmente antes de llevarlo a mercados internacionales (*DANE, 2023*). Asimismo, el consumidor bogotano valora productos diferenciados, lo que impulsa la innovación en empaques, sabores y presentaciones, elementos clave para la exportación de maní botanero hacia mercados exigentes como Estados Unidos o Europa.

Factores Tecnológicos

Bogotá ha fortalecido su ecosistema tecnológico, permitiendo que las empresas accedan a mejores herramientas de trazabilidad, control sanitario, automatización y logística. La digitalización de procesos facilita desde la gestión de inventarios hasta la certificación de calidad requerida para exportar productos alimentarios. El Ministerio de comercio, industria y turismo ha impulsado plataformas y capacitaciones que permiten a pequeñas empresas acceder a tecnologías clave para optimizar su presencia en mercados internacionales (*MinCIT, 2023*). Esto es relevante para exportadores de maní botanero, ya que los mercados externos suelen requerir estándares altos de inocuidad y empaques tecnificados.

Factores Ambientales

El marco ambiental en Bogotá obliga a cumplir normativas estrictas sobre manejo de residuos, sostenibilidad y empaques, especialmente en productos alimentarios. Aunque la producción agrícola de maní se realiza fuera de la ciudad, las empresas ubicadas en Bogotá deben cumplir estándares ambientales en los procesos de transformación y empaque. El

Distrito ha promovido prácticas sostenibles para sectores productivos, lo que incentiva a los exportadores a adoptar empaques biodegradables o reciclables y sistemas de gestión ambiental (*Secretaría Distrital de Ambiente, 2023*). Esto es especialmente importante dado que muchos mercados internacionales exigen prácticas de sostenibilidad certificada.

Factores Legales

Las exportaciones desde Bogotá están reguladas por normativas nacionales relacionadas con comercio exterior, inocuidad alimentaria, etiquetado y propiedad industrial. Entidades como el Invima, la DIAN y la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) establecen requisitos clave para exportar maní botanero, incluyendo certificaciones sanitarias y documentación técnica. Además, el Distrito promueve programas de formalización empresarial para garantizar el cumplimiento legal y facilitar la inserción de productos locales en mercados extranjeros (*Cámara de Comercio de Bogotá, 2023*). Los exportadores deben cumplir legislación específica sobre empaques, etiquetados según las normativas estipuladas de MinSalud estándares internacionales según el destino.

Conclusión del PESTEL

El entorno político, económico y tecnológico de Bogotá ofrece condiciones favorables para la exportación de maní botanero, especialmente en términos de apoyo institucional, infraestructura logística y acceso a tecnología. No obstante, el éxito en los mercados internacionales dependerá del cumplimiento de requisitos legales y ambientales, así como de la capacidad de las empresas para diferenciar su producto mediante calidad, inocuidad y presentación.

Nicho de Mercado

El mercado colombiano de snacks presenta un nicho de oportunidad significativo para los productos de cacahuate (maní) importados, especialmente aquellos que se posicionan como opciones saludables y convenientes. Este mercado se caracteriza por su dinamismo y un crecimiento proyectado del 6.60% de la Tasa de Crecimiento Anual Compuesto (CAGR) entre 2025 y 2034. La tendencia principal que impulsa esta oportunidad es la creciente demanda de productos "mejores para usted" (*better-for-you*), donde los frutos secos, por su alto contenido de proteína vegetal y grasas saludables, están ganando terreno frente a las botanas tradicionales. Se estima que el subsegmento de snacks saludables tuvo un valor de USD \$890 millones en 2024, con una CAGR del 5.1% en el período de pronóstico, consolidando el cacahuate como un ingrediente clave en esta categoría, (*Mercado de Snacks en Colombia, 2023*).

El enfoque geográfico para la exportación debe concentrarse en las principales áreas metropolitanas del país: Bogotá, Distrito Capital, es la capital de la República de Colombia y su ciudad más poblada, albergando a más de 7 millones de habitantes. Se destaca también por ser la tercera capital con mayor altitud del mundo y un crucial centro de conexión internacional gracias al Aeropuerto El Dorado. La ciudad es el indiscutible centro político, cultural y económico del país, constituyendo el mercado más importante de toda la Región Andina y registrando el mayor Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia. En 2023, Bogotá y Cundinamarca en conjunto consolidaron el 31.3% de la producción nacional total. El PIB de Bogotá en el segundo trimestre de 2023 se ubicó en aproximadamente 65.2 billones de pesos, (*Principales ciudades, 2024*),

En cuanto a otras grandes ciudades también se encuentran, Medellín, Cali y Barranquilla, estas ciudades no solo concentran la mayor parte del poder adquisitivo y la población urbana, sino que también son los

centros donde las tendencias de vida acelerada y la conciencia de salud se adoptan más rápidamente. El consumidor objetivo ideal se encuentra en las Generaciones *Millennials* (Entre 29 y 45 años) y Centenitas, (Entre 13 y 28 años) quienes buscan conveniencia y beneficios nutricionales en sus snacks diarios.

El consumo de snacks se ha visto en aumento los últimos años. Un comportamiento que parece no tener afectaciones independientemente de los retos económicos y sociales a nivel mundial. Esta resiliencia en el consumo evidencia que los snacks representan una parte clave de la vida diaria de la sociedad dado que cumplen con diferentes expectativas. Las cifras del mismo estudio indican que 60% de los consumidores comió un snack para su desayuno, este mismo porcentaje consumió uno en el almuerzo y 61% uno para la cena durante el 2022. Esto refleja cómo en ciudades como Bogotá los snacks se han integrado a la rutina diaria, sirviendo como sustitutos parciales de las comidas principales y manteniendo un consumo constante a lo largo del día, (*La República*, 2023).

A pesar del aumento en los precios de los alimentos, 75% de encuestados afirma que siempre hay presupuesto para comprar snacks, especialmente para los millennials (80%). Esos fueron los resultados que arrojó el cuarto informe global '*State of Snacking*', realizado por *Mondelēz junto con The Harris Poll*. Aunque, según este mismo estudio, 89% de los consumidores está preocupado por la inflación y 60% se preocupa por la disponibilidad de su snack favorito en tiendas, para 79% de los encuestados los snacks son una forma de conectar con otros e incluso representa un lenguaje del amor para 71%, (*La república*, 2023).

Potencial de Venta

Si bien existen competidores fuertes y bien posicionados en Colombia, como Manitoba y Grupo Nutresa, la demanda interna de maní a menudo depende de la importación, siendo Argentina (51,05) %, Estados Unidos (28,6%) y Brasil (8,71%) algunos de los principales orígenes. Las importaciones provinieron de un total de siete naciones. Argentina fue el principal proveedor con \$392.541 dólares (CIF), seguido por Estados Unidos (\$220.318 USD) y Brasil (\$66.950 USD). Los otros países del top 5 fueron India (\$41.751 USD) y México (\$37.932 USD), (Treid, 2020).

El mercado está abierto a productos de origen extranjero, para ingresar con éxito, el snack de maní debe ofrecer un claro valor diferenciador (sabor, presentación premium, menor sodio/azúcar, certificaciones orgánicas, etc.) y cumplir rigurosamente con los requisitos regulatorios colombianos, incluyendo el Visto Bueno INVIMA y los procesos aduaneros establecidos por la DIAN. El nicho de mercado es claro: capitalizar la creciente demanda de proteína vegetal y conveniencia en los principales centros urbanos a través de una distribución mixta y un producto de alta calidad, (MINCIT, 2025).

Comportamiento del consumidor

Como se mencionó anteriormente el público objetivo se encuentra en las Generaciones *Millennials* (Entre 29 y 45 años) y *Centenitas*, (Entre 13 y 28 años) quienes buscan conveniencia y beneficios en sus snacks diarios. El consumidor colombiano de por si se caracteriza porque le gusta explorar sabores nuevos, es por esto que lo mejor de que el producto sea “Maní Botanero” es que capta y llama la atención de los consumidores colombianos al ser un producto que despierta la curiosidad por su sabor picante.

La cultura alimentaria en Colombia está profundamente arraigada al consumo frecuente de *snacks* y *mecatos* a lo largo del día, los colombianos disfrutan de estas "pequeñas comidas" a media mañana, en la tarde (las famosas onces), e incluso en las noches, El Maní Botanero de Don Zabor tiene una excelente oportunidad de penetración porque se alinea perfectamente con Snacks que más se consumen en Colombia, al ser un fruto seco, ofrece una percepción de proteína vegetal, energía sostenida y grasas saludables que lo posiciona como la alternativa ideal y conveniente frente a los *snacks* tradicionales fritos o azucarados, garantizando una buena acogida entre los consumidores que buscan placer sin culpa.

Si bien es cierto que las preferencias de los consumidores no son homogéneas y existe un interés creciente por opciones más saludables, una parte del mercado continúa eligiendo snacks tradicionales por su familiaridad y disponibilidad. Esto hace que el maní compita tanto con productos de confitería como con snacks salados más tradicionales, aun así, el aumento constante del consumo de frutos secos indica que el maní ha logrado consolidarse como uno de los snacks más consumidos, (*El País*, 2023).

Potencial de mercado

Canal de distribución

Un aspecto crucial que se debe tomar en cuenta para este proyecto es establecer el canal de distribución que se escogerá y mediante el cual el snack de Maní botanero ingresará a Bogotá, Como se observó en la tabla de competidores, estos productos son adquiridos en las tiendas Carulla, éxito y Olímpica, las tiendas Carulla y éxito pertenecen al Grupo Éxito.

El Grupo Éxito es el conglomerado de comercio minorista (*retail*) con mayor trayectoria y uno de los más grandes de Colombia, esta

compañía opera bajo un exitoso modelo multiformato que le permite cubrir prácticamente todos los segmentos del mercado, sus principales marcas incluyen Éxito (hipermercados y grandes supermercados de venta masiva), Carulla (supermercados premium enfocados en un segmento de alto poder adquisitivo) y *Surtimax/Super Inter* (formatos de descuento y proximidad). Aunque el control del Grupo fue adquirido recientemente por el Grupo Calleja de El Salvador, mantiene su liderazgo histórico en la infraestructura y logística del *retail* colombiano (Grupo Éxito, 2024).

La selección del Grupo Éxito como destino clave en el canal de distribución de la empresa Don Zabor S.A.C.V. es una estrategia que busca maximizar el volumen de ventas y el posicionamiento de la marca, un ejemplo claro es el formato Carulla es ideal para introducir el Maní botanero como un snack importado de alta calidad, justificando un precio de venta superior y construyendo una imagen de marca diferenciada. Simultáneamente, el formato Éxito asegura el volumen de rotación necesario para absorber los costos de exportación e importación. Finalmente, la estructura logística centralizada del Grupo, que exige que el Importador Mayorista entregue el producto en un único Centro de Distribución (CEDI), simplifica la operación logística para Don Zabor, garantizando la eficiencia en la cadena de suministro.

Figura 8 . Canal de Distribución Indirecto corto



Fuente: Elaboración propia

Principales competidores

El maní botanero se posiciona como un producto tradicional con amplia aceptación, pero enfrenta la competencia de una variedad de alternativas tanto locales como importadas, a continuación, se presentan los principales competidores del maní en el mercado colombiano, evaluando sus características, posicionamiento y participación, con el objetivo de comprender mejor las dinámicas competitivas y las preferencias de los consumidores.

. **Tabla 5. Competidores productos**

Producto	Marca	Presentación	Precio (USD) tasa de cambio 14 de octubre de 2025 DDP	Diseño
Snack Maní moto	Maní Moto	180 gramos	1,69 USD	
Pasaboca La Especial	La Especial	180 gramos	1,69 USD	

Maní la especial manicerveza	La Especial	180 gramos	2,36 USD	
Maní medalla de oro salada	Medalla de Oro	200 gramos	1,72 USD	
Maní Manitoba Salado	Manitoba	420 gramos	5,20 USD	

Maní medalla de oro sal pasas	Medalla de Oro.	200 gramos	1,81 USD	
Maní miel clavos house	Flavia House	100 gramos	2,20 USD	
Maní moto frito lay limón	Maní moto	170 gramos	1,51 USD	
Maní dulce c/miel hac la giralda	La Giralda	150 gramos	3,61 USD	
Maní manitoba caramelo y sal	Manitoba	110 gramas	1,63 USD	

Maní Tost C/miel la giralda	La Giralda	220 gramos	5,61 USD	
Pasabocas la especial Arándanos	La Especial	450 gramos	6,66 USD	
Maní Olímpica Nueces Mixta	Olímpica	200 gramos	2,01 USD	
Maní frito lay salado	Frito Lay	200 gramos	1,95 USD	
Maní Manitoba crocante	Manitoba	170 gramos	2,63 USD	

Pasabocas Nature's Heart Maní mezcla Proteína	NatureS Heart	300 gramos	5,7 USD	
--	---------------	------------	---------	---

Elaboración propia con información tomada de Olímpica, (2025)

Fracción arancelaria

La clasificación arancelaria para el Cacahuete (maní) Botanero destinado a la internacionalización se gestiona en Colombia mediante el sistema MUISCA (Modelo Único de Ingresos, Servicio y Control Automatizado) de la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales), cuya finalidad es determinar los impuestos, aranceles y requisitos de comercio exterior aplicables. El producto se ubica jerárquicamente en la Sección IV, que agrupa los productos de las industrias alimentarias, dentro de esta sección, el Capítulo 20 corresponde a las "Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas". La Partida 2008 abarca "Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo".

Finalmente, se desglosa hasta la Subpartida 2008.11, específica para "Maníes (cacahuètes, cacahuates)", y culmina en la fracción arancelaria **2008.11.90.00**, identificada como "--- Los demás", que es la que aplica al cacahuete botanero, es decir, aquel maní preparado (tostado, salado, condimentado, etc.)

Figura 9. Fracción arancelaria del Cacahuete Botanero

Sección	IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados				
Capítulo	20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas				
Partida	2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte.				
	2008.10	- Frutos de cáscara, maníes (cacahuetes, cacahuates) y demás semillas, incluso mezclados entre sí:				
	2008.11	- - Maníes (cacahuetes, cacahuates):				
	2008.11.90	- - - Los demás				
Código		Comp	Supl	Designación de mercancías	Perfil	Notas
2008.11.90.00				- - - Los demás		
Regresar						

Fuente: (Sistema Muisca, 2025)

Figura 10. Perfil de la mercancía

Perfil de la mercancía						
DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	2008.11.90.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte. - Frutos de cáscara, maníes (cacahuets, cacahuates) y demás semillas, incluso mezclados entre sí: -- Maníes (cacahuets, cacahuates): - - - Los demás			01-ene-2007	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	
MEDIDAS						
Concepto				Importaciones	Exportaciones	Tránsito
Gravamen					*	*
IVA					*	*
Otras tarifas generales				*	*	*
Gravámenes por acuerdos internacionales					*	*
Medidas de protección comercial				*	*	*
Régimen de comercio					*	*
Bienes de capital				*	*	*
Índice Alfabético Arancelario				*	*	*
Notas de nomenclatura				*	*	*
Correlativas por apertura				*	*	*
Correlativas por cierre				*	*	*
Requisitos Específicos de Origen (REO)				*	*	*
Documentos soporte						*
Características especiales				*	*	*
Restricciones				*	*	*
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial				*	*	*
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial				*	*	*
Modalidades permitidas				*	*	*
Descripciones de mercancías						*
Documentos soporte por zona de RAE				*	*	*
Cupos de Mercancia				*	*	*
Anterior 2 2 Siguiente						
Regresar						

Fuente: (Sistema Muisca, 2025)

Barreras arancelarias y no arancelarias

Gravamen para importación

En esta sección se cuantifica la obligación tributaria asociada a la importación del Cacahuete Botanero, para la fracción arancelaria **2008.11.90.00**, el **Gravamen Arancelario** (impuesto de aduana) se fija en una tarifa del **15%**, esta tarifa se aplica sobre el valor aduanero de la mercancía y, según la información visible, ha estado vigente desde el 1 de enero de 2017. Esta información es crucial para determinar los costos de importación del Cacahuete botanero en Colombia a través de la plataforma MUISCA de la DIAN.

Figura 11. Gravamen para Importación

Gravamen para importaciones – 2008119000

Cerrar ventana

Concepto	Tarifa - Fórmula	Desde	Hasta	Leg
GRAVAMEN ARANCELARIO	15%	01-ene-2017	...	

MUISCA

Fuente: (Sistema Muisca, 2025)

Gravamen Preferencial por Acuerdo Internacional

El régimen de importación del cacahuete botanero, clasificado bajo la subpartida arancelaria 2008.11.90.00 en el Arancel de Aduanas colombiano (DIAN), evidencia la aplicación de un tratamiento arancelario preferencial total para las mercancías originarias de México.

Específicamente, la consulta de gravámenes por acuerdos internacionales muestra que, para el acuerdo bilateral 021-México (código de acuerdo 21), la tarifa del Gravamen Arancelario aplicable es del 0.00%. Esta desgravación completa implica que las importaciones de cacahuete

botanero procedente de México están exentas del pago del arancel ad valorem general (el cual, para esta fracción, es del 15% para países sin acuerdo).

Figura 12 . Gravamen Preferencial por Acuerdo Internacional

Gravámenes por acuerdos internacionales para importaciones – 2008119000								
Acuerdo	País	Concepto	Gravamen	Indice	Tasa PID	Desde	Hasta	Leg
001-Acuerdo de Cartagena	BOLIVIA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2007	...	
001-Acuerdo de Cartagena	ECUADOR	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2007	...	
001-Acuerdo de Cartagena	PERU	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-feb-2008	...	
003-Acuerdo Caricom	ANTIGUA Y BARBUDA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
003-Acuerdo Caricom	BARBADOS	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
003-Acuerdo Caricom	BELICE	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
003-Acuerdo Caricom	DOMINICA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
003-Acuerdo Caricom	GRANADA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
003-Acuerdo Caricom	GUYANA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
003-Acuerdo Caricom	JAMAICA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
003-Acuerdo Caricom	MONSERRAT, ISLA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
003-Acuerdo Caricom	SAN CRISTOBAL NIEVE	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
003-Acuerdo Caricom	SAN VICENTE Y LAS GR	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
003-Acuerdo Caricom	SANTA LUCIA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
003-Acuerdo Caricom	TRINIDAD Y TOBAGO	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
011-Argentina con cód 011 (MERCOSUR)	ARGENTINA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2018	...	
014-Brasil con Código 014 (MERCOSUR)	BRASIL	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2018	...	
017-Chile con cod. acuerdo 17	CHILE	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
021-México con cod. acuerdo 21	MEXICO	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2007	...	
024-Paraguay con codg. 024 (MERCOSUR)	PARAGUAY	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2018	...	
027-Uruguay con cód 027 (MERCOSUR)	URUGUAY	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2018	...	
051-Preferencia Arancelaria Regional (PAR) para Argentina y Brasil	ARGENTINA	GRAVAMEN ARANCELARIO	13.20 %	88.00 %		01-ene-2007	...	

Fuente: Sistema Muisca, 2025

Barreras al comercio

El Tratado de Libre Comercio entre México y Colombia (TLC) tiene sus raíces en el fallido intento de integración subregional conocido como el Grupo de los Tres (G-3), suscrito en 1994 y en vigor desde 1995 entre México, Colombia y Venezuela (Secretaría de Economía, 2011). Este acuerdo inicial sentó las bases para la eliminación arancelaria gradual y la promoción de un mercado ampliado. No obstante, la dinámica del TLC se modificó drásticamente a partir de 2006, año en que Venezuela denunció el acuerdo, dejando sin efecto los compromisos comerciales con México, esta reconfiguración dio paso a una relación estrictamente bilateral.

Posteriormente, la relación se consolidó a través del Protocolo Modificatorio que entró en vigor el 2 de agosto de 2011, renombrando el instrumento como el TLC entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Colombia. Los objetivos centrales del acuerdo se mantuvieron, buscando estimular la expansión y diversificación del comercio, eliminar barreras y aumentar las oportunidades de inversión, tal como se establece en el preámbulo del Tratado (Diario Oficial de la Federación, 2011)

Estrategias De Comercialización

Adaptación del producto al mercado destino

Para el ingreso de Cacahuate botanero, Don Zabor, al mercado colombiano, es necesario realizar una **adecuación al envase**, es indispensable modificar la denominación principal visible en el envase, la adaptación requiere sustituir el término "Cacahuate" por "Maní" en la etiqueta del producto. Esta modificación se alinea con la nomenclatura oficial y la preferencia del consumidor local, tal como se refleja en la Norma Técnica Colombiana (NTC 748) que lo cataloga como "Maní (Cacahuate)". Este cambio es crucial para garantizar que el etiquetado cumpla con los principios de transparencia y no inducción a error o engaño para el consumidor colombiano, tal como lo exige la normativa general de etiquetado (Resoluciones 5109 de 2005 y 810 de 2021), facilitando además los procesos de registro y aprobación ante el INVIMA.

Por otro lado, **el etiquetado** del maní botanero en Colombia está definido por la (Resolución 810 de 2021), que exige obligatoriamente la inclusión de un Etiquetado Frontal de Advertencia si el producto excede los límites calificados como "Exceso en Sodio" y "Exceso en grasas saturadas" debiendo estampar los sellos octagonales negros en el tercio superior derecho del envase, la empresa debe reducir sus 3 octágonos de advertencia a solo dos. Además, la etiqueta debe presentar la Tabla de Información Nutricional detallada, declarando los valores por 100 gramos/ml y por porción, conforme a los formatos específicos de la (Resolución 810 de 2021).

Figura 13. Octágonos de Advertencia para etiquetado frontal



Fuente: Ministerio de Salud, 2025

Figura 14 . Boceto del diseño nuevo del envase del cacahuete botanero



Fuente: Elaboración propia con información tomada de Don Zabor (2025)

Figura 15. Modificación a información nutricional del envase de cacahuate botanero

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Tamaño de la Porción: 30 g Aproximadamente $\frac{1}{4}$ TZ Número de porciones por empaque: Aprox 16		
Tamaño de la Porción	100 g	Por Porción
Contenido Energético	2,268, 1 Kj	680.43 kj
	548,2 kcal	164,46 kcal
Energía	2,741 kca	822.3 kcal
Grasas Totales	49.4 g	14.82 g
Grasa Saturada	5.7 g	1.71 g
Grasas Trans	0 mg	0 mg
Sodio	468 mg	140.4 g
Carbohidratos Disponibles	3.6 g	0 g
Azucar	0 g	1.08 g
Azucares añadidos	0 g	0 g
Vitamina C	0 g	0 g
Vitamina E	8.1 mg	2.43 mg
Fibra Dietetica	19.3 g	5.79 g
Proteína	22.3 g	6.69 g
Calcio	1,37 mg	1,37 mg
Hierro	61 mg	18,3 mg
Zinc	3,3 mg	0,99 mg

Fuente: Elaboración propia con información tomada de Don Zabor (2025)

Figura 16. Propuesta de etiquetado nutricional para el mercado colombiano

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Tamaño de la Porción: 30 g Aproximadamente ¼ TZ		
Número de porciones por empaque: Aprox 16		
Tamaño de la Porción	100 g	Por Porción
Contenido Energético	2,268, 1 KJ	680.43 kJ
	548,2 kcal	164,46 kcal
Energía	2,741 kca	822.3 kcal
Grasas Totales	49.4 g	14.82 g
Grasa Saturada	5.7 g	1.71 g
Grasas Trans	0 mg	0 mg
Sodio	468 mg	140.4 g
Carbohidratos Disponibles	3.6 g	0 g
Azucar	0 g	1.08 g
Azucres añadidos	0 g	0 g
Vitamina C	0 g	0 g
Vitamina E	8.1 mg	2.43 mg
Fibra Dietética	19.3 g	5.79 g
Proteína	22.3 g	6.69 g
Calcio	1.37 mg	1.37 mg
Hierro	61 mg	18.3 mg
Zinc	3.3 mg	0.99 mg

Ingredientes

Cacahuates, sazónador (3.2%)
 limones en polvo, Ácido cítrico, chile de árbol, aceite vegetal, sal y ajo fileteado.

Condiciones de uso

Conservarse en un lugar fresco y seco
 Una vez abierto, cierre herméticamente para mantenerse fresca.
 Mantener el envase cerrado.

Lote:
Caducidad:


 7 0 0 3 0 4 6 7 7 9 5
 HECHO EN MEXICO


 PAÍS DE ORIGEN MEXICO



Elaborado por:

Don Zabor mexico S.A. de C.V.
 Calle 2 Zona de Transferencias Bodega 13
 Col. Central de Abastos, Alcaldía Iztapalapa
 Ciudad de México, C.P. 09040

Ventas y atención al consumidor
 atencionacientes@donzabor.mx
 Ciudad de Mexico +52 5556946753





www.donzabor.mx

Fuente: Elaboración propia con Resolución 810 de 2021, Min Salud

Desarrollo Plan Logístico

Unitarización y Contenerización

Después de analizar la oferta exportable de maní botanero que tiene la empresa Don Zabor, que consta de 300 cajas de Maní botanero con medidas de 45 cm x 30 cm x 35 cm, cada caja contiene 12 unidades (bolsas de 500g) para un total de 3600 bolsas, está dispuesta sobre pallets de 120 cm x 100 cm. La operación logística de exportación de Don Zabor se optimizará mediante la contratación de un Contenedor de 20 pies FCL (Full Container Load), en donde se visualizan 10 pallets cargados de manera óptima, cada caja tiene un peso de 6 kg para un total de 1800 kg, lo que maximiza la capacidad de la unidad de transporte. Esta disposición FCL no solo asegura el envío de la cantidad recomendada para la eficiencia económica, sino que también minimiza los espacios vacíos y garantiza la máxima protección de la carga durante el tránsito marítimo de México a Colombia, a continuación, se muestra una tabla con los datos mencionados.

Tabla 6. Unitarización y Contenerización

Características	Detalle
Envase Primario	Bolsa flexible termo sellada (500 gramos)
Embalaje (Caja)	Cartón corrugado de doble pared (Alta resistencia)
Dimensiones Caja	45 cm (L) x 30 cm (A) x 35 cm (H)
Unidades por Caja	12 bolsas de 500g
Tipo de Tarima	Estándar (120 cm x

	100 cm)
Estiba por Tarima	5 capas de altura con 6 cajas por capa, apiladas de forma entrelazada
Dimensión	120 cm x100 cm x 190 cm
Cajas por Pallet	30 cajas (5 capas x 6 cajas/capa)
Total, de Unidades	3600 bolsas (300 cajas x 12 unidades/caja)
Total, de cajas	300 cajas x 6 kg/caja
Total, Pallets	10 pallets
Peso Neto total	1,800 kg (1.8 toneladas)

Fuente: Elaboración propia

INCOTERMS ®

Después de obtener los datos necesarios de Unitarización y contenerización se procede a la elección de los INCOTERMS ® que mejor se adapten a la negociación de Don Zabor. En cuanto al Grupo Éxito, el cual es uno de los mayores retailers e importadores en Colombia, maneja un volumen masivo de mercancía, Si bien la política exacta sobre INCOTERMS ® es información interna y puede variar según el proveedor y el país de origen, basado en la práctica común de la industria de grandes cadenas minoristas (*retail*), Grupo Éxito utiliza principalmente INCOTERMS ® FOB (*Free on Board*) y FCA (*Free Carrier*), sin embargo, para este caso se realizarán dos propuestas FOB, CIF.

La elección de los INCOTERMS ® FOB y CIF para la negociación con el Grupo Éxito se justifica por la necesidad de adaptarse a las prácticas de un gran *retailer* e importador de volumen. La propuesta principal es FOB (*Free On Board*) porque permite a Grupo Éxito, como comprador, asumir el control total del flete marítimo internacional y el seguro una vez que la mercancía de Don Zabor es cargada a bordo del buque en el puerto de origen, esto es crucial para Éxito, ya que le permite consolidar cargas y optimizar sus costos logísticos a escala, transfiriendo el riesgo al comprador en el puerto de origen. Alternativamente, se ofrece CIF (*Cost, Insurance, and Freight*) para brindarle a Éxito una opción más simple donde Don Zabor asume el costo de flete y seguro hasta el puerto de destino, facilitando una estructura de precio final más predecible para el comprador, aunque la transferencia del riesgo, al igual que en FOB, ocurre al momento de la carga en el puerto de origen.

INCOTERM ® FOB (Free On Board) - Puerto de Veracruz

Bajo el término FOB, Don Zabor tiene la responsabilidad de la mercancía y asume los gastos en el país de origen hasta el punto de embarque en México, Don Zabor básicamente se encarga de la producción del Maní botanero, del embalaje y la estiba del contenedor FCL 20' en la planta de Iztapalapa, así como del transporte terrestre hasta el Puerto de Veracruz. Su principal obligación de gasto y riesgo termina una vez que el contenedor ha cruzado la borda del buque en el puerto mexicano de Veracruz, además de cubrir todos los trámites y costos de despacho aduanero de exportación.

Don Zabor también es responsable de completar todas las formalidades aduanales de exportación, esto abarca la presentación de la mercancía, la obtención del Despacho Aduanero de Exportación (pedimento), y el pago de todas las tasas, derechos y contribuciones aplicables en México, asegurando la correcta clasificación arancelaria bajo el Tratado G3. A partir de ese momento, Grupo Éxito asume la totalidad de

la responsabilidad logística y el riesgo, el importador se encarga de la contratación y pago del flete marítimo, el seguro internacional, todos los gastos en el puerto de destino (Cartagena), el transporte terrestre de Cartagena a sus Centros de Distribución (CEDI) en Bogotá, y, crucialmente, de gestionar y pagar el despacho aduanero y los impuestos de importación en Colombia.

INCOTERM ® CIF (*Cost, Insurance and Freight*) - Puerto de Cartagena

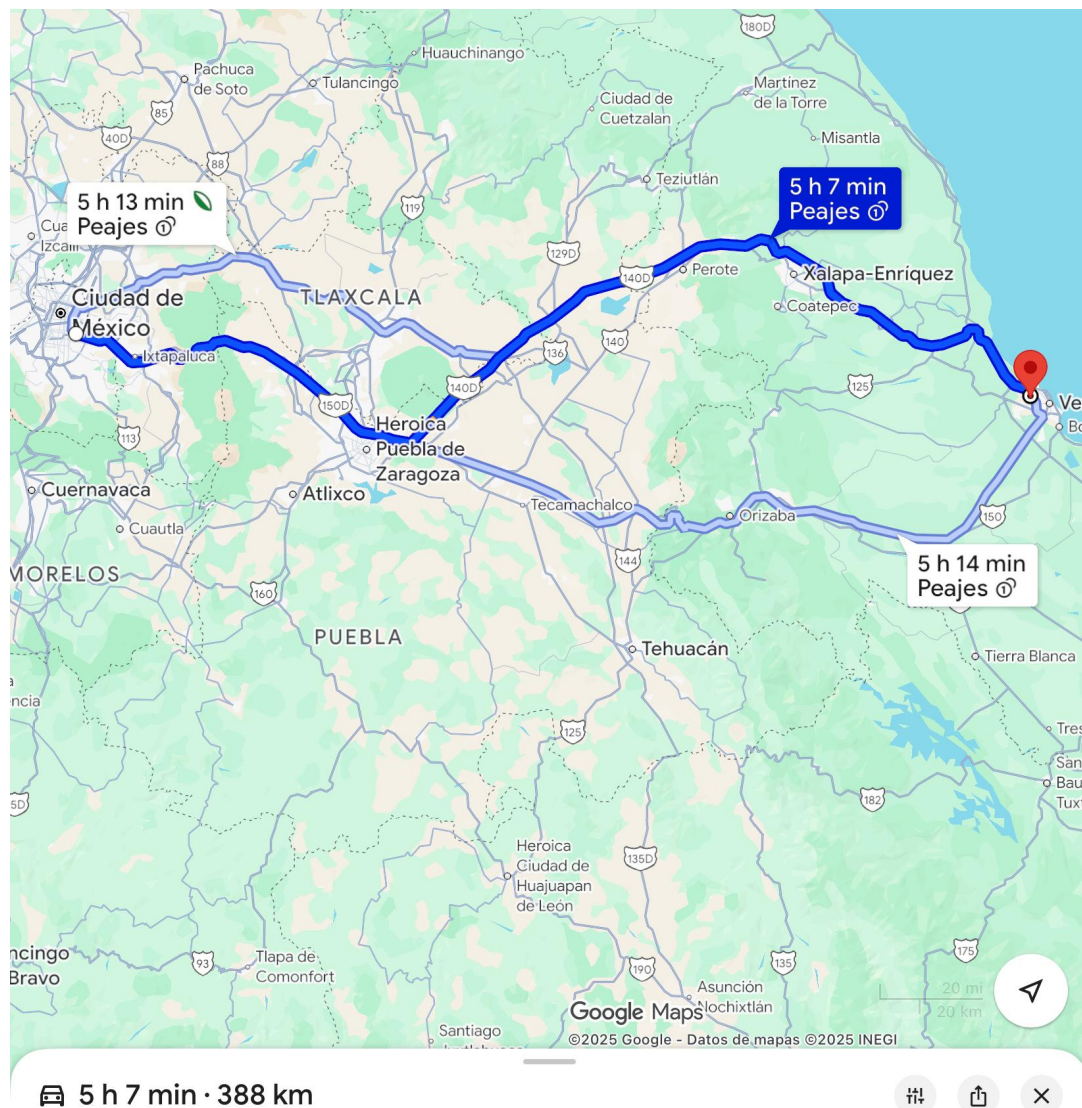
Bajo el INCOTERM ® CIF, Don Zabor asume la responsabilidad de pagar el costo de la mercancía, el flete marítimo y el seguro internacional obligatorio hasta el puerto de llegada en Colombia. La obligación de gasto de Don Zabor incluye el camión en México, los gastos de exportación y el seguro (aunque solo de cobertura mínima). Al llegar el contenedor FCL 20' al Puerto de Cartagena, Don Zabor cumple con su obligación de costos. No obstante, la transferencia del riesgo es temprana y recae sobre Grupo Éxito desde el momento en que el contenedor es cargado a bordo del buque en el puerto de Veracruz. Por consiguiente, las responsabilidades de Grupo Éxito son gestionar y pagar los costos de descarga y manipulación en el puerto de Cartagena, organizar el transporte terrestre desde el puerto a sus Centro de distribución (CEDI) en Bogotá, y completar el despacho aduanero, asumiendo el pago total de los impuestos de importación en Colombia.

Ruta logística

En este punto se tiene que desglosar la ruta logística que llevará a cabo la empresa Don Zabor para cumplir con la entrega de las 300 cajas de Maní botanero con destino al mercado Colombiano, la primera etapa que es el transporte terrestre comienza en la Calle 2, CEDA, Iztapalapa que es la dirección en donde se encuentra la fábrica de Don Zabor, allí el camión FCL es cargado con las 300 cajas de Maní y se sella para su transporte, una vez finalizada la unitarización y estiba de los 10 pallets, el camión toma la ruta más eficiente, que implica recorrer una distancia

aproximada de 388 kilómetros a través de las autopistas de cuota México – Puebla (150D) y México 140D O, el tiempo de tránsito estimado es de poco 5 horas y 8 minutos, pero logísticamente se presupuesta un día completo para asegurar la entrega puntual del contenedor en la Terminal Especializada de Contenedores del Puerto de Veracruz. La elección de la autopista garantiza la seguridad de la carga y minimiza los tiempos de tránsito, preparando el contenedor para la siguiente etapa marítima hacia Cartagena.

Figura 17. Ruta en Automóvil desde Ciudad de México hasta el puerto de Veracruz



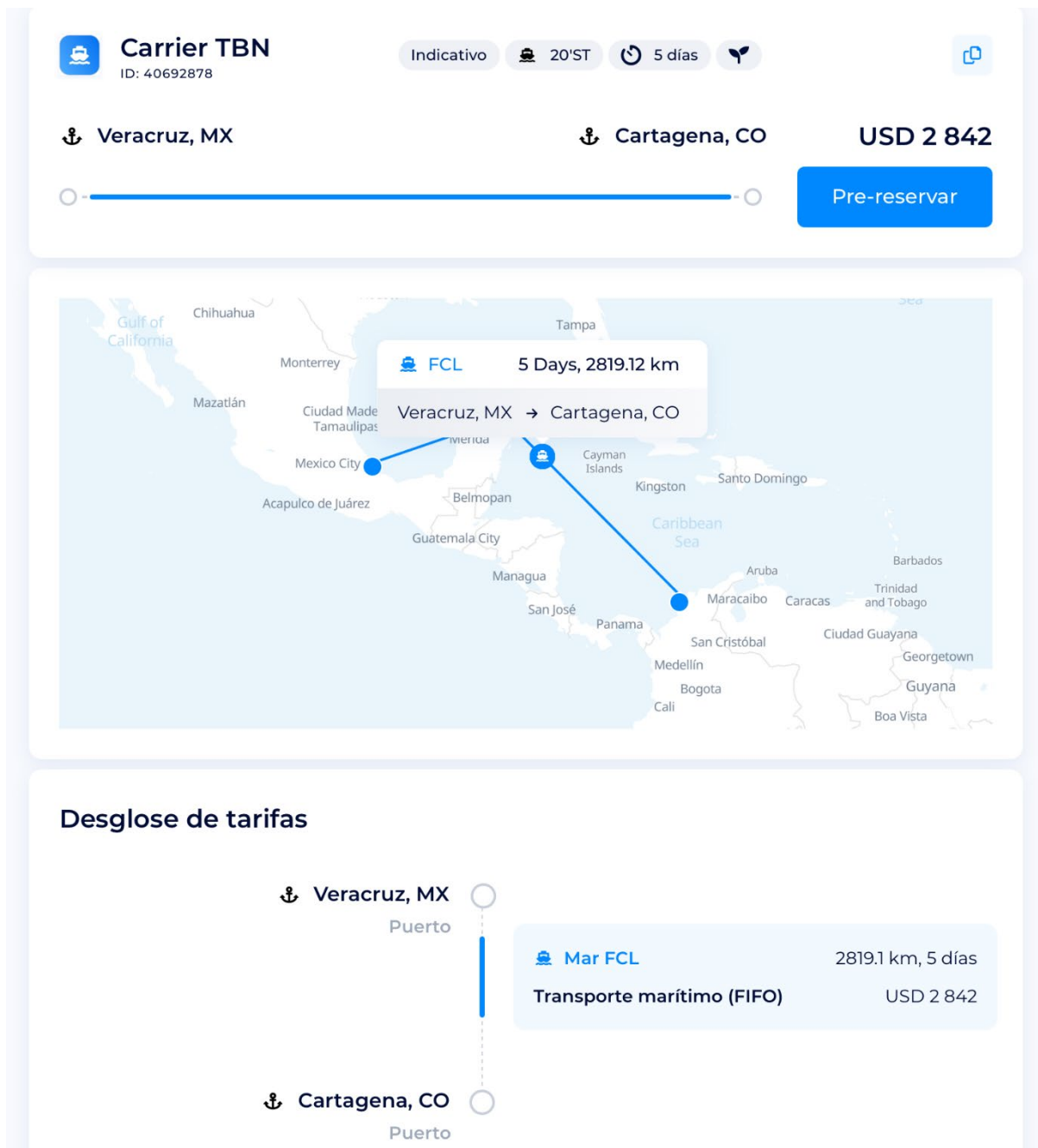
Fuente: Google Maps Google Maps Ruta en automóvil desde Ciudad de México hasta Puerto de Veracruz de

https://maps.app.goo.gl/6XT47mXEqv5H1SUw5?q_st=iw

Una vez que el contenedor FCL 20', cargado con las 300 cajas de cacahuete, llega y es aceptado en la Terminal Especializada de Contenedores del Puerto de Veracruz, inicia la fase de gestión portuaria y embarque marítimo. El contenedor es sometido a la inspección aduanal de exportación y se coloca en el patio de maniobras, esperando la ventana de tiempo (*Cut-Off*) para ser cargado en el buque con destino a Cartagena. El buque zarpará cubriendo la ruta principal del Golfo y el Caribe, con una

travesía marítima prevista de 5 días hasta el Puerto de Cartagena y una distancia de 2,819.12 km.

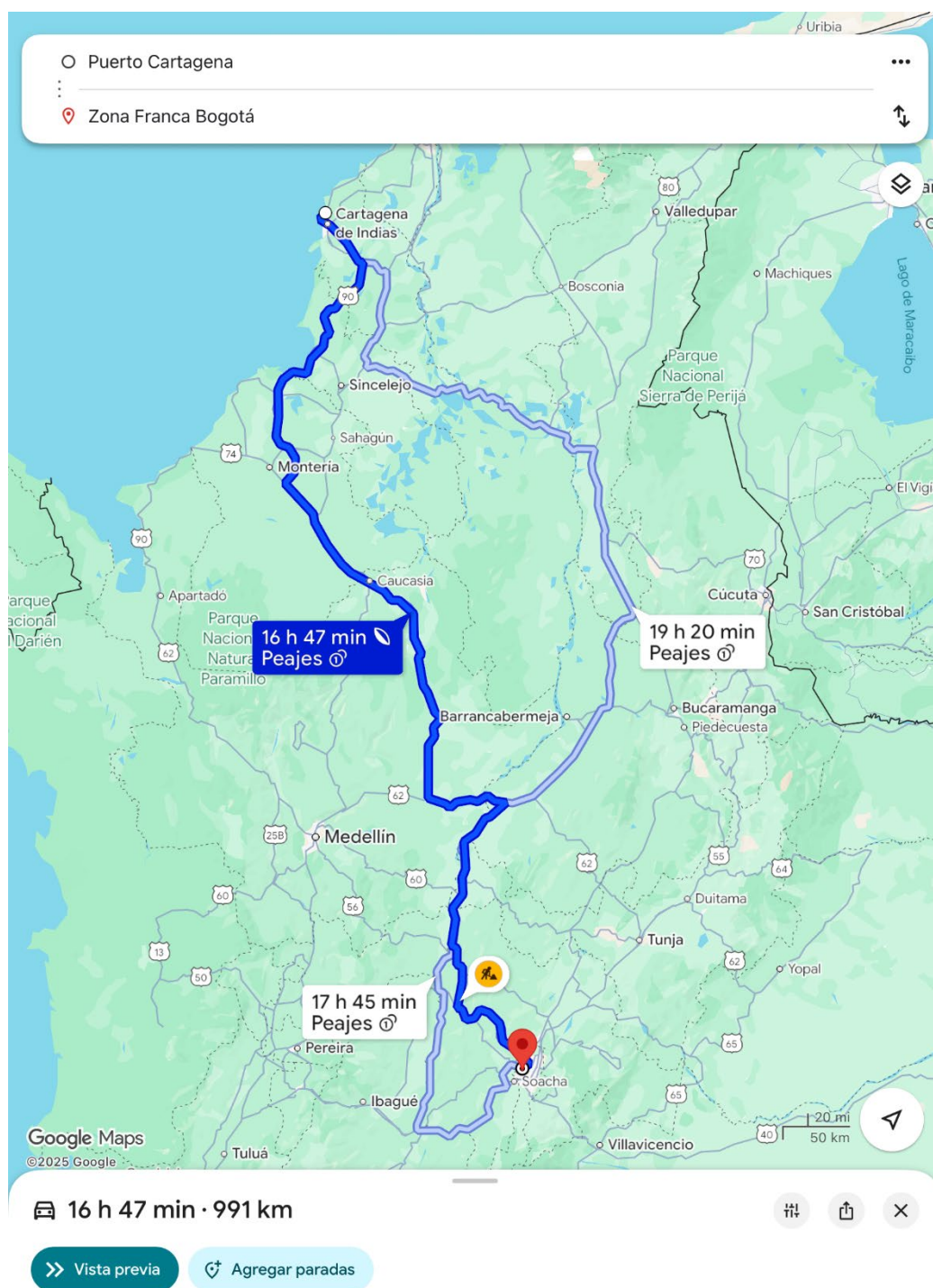
Figura 18. Transporte Internacional desde el Puerto de Veracruz hasta el puerto de Cartagena



Fuente: Searates (2025) https://www.searates.com/es/logistics-explorer/from-veracruz-mx-to-cartagena,-co/?from=Veracruz%2C-MX&to=Cartagena%2C-CO&fromId=P_22787&told=C_120981&date=2025-12-04&type=FCL&container=ST20&toDry=false&fromDry=false&route=from-veracruz%2C+mx-to-cartagena%2C+co

Por último, Una vez que el contenedor FCL 20' es liberado por la Aduana (DIAN) en el puerto de Cartagena, se inicia el transporte terrestre hacia la capital, es liberado de la aduana en el Puerto de Cartagena, dando paso al transporte terrestre, el cual cubre una larga distancia de 17 h con 45 min y con un recorrido de 991 kilómetros hasta la capital colombiana, generalmente a través de la Ruta del Sol. Este recorrido logístico tiene una duración estimada de dos a tres días, y requiere el manejo de la carga por carretera hasta la Sabana de Bogotá, donde se encuentran los principales centros logísticos del país. El punto de entrega final para una operación a gran escala con un gran *retailer* como Grupo Éxito sería uno de sus Centros de Distribución (CEDI) clave, ubicados estratégicamente en zonas como Siberia o la Zona Franca de Bogotá, que funcionan como el destino final de la mercancía.

Figura 19. Ruta en Automóvil desde el puerto de Cartagena hasta Zona franca, Bogotá Colombia



Fuente: Google Maps Ruta en automóvil desde Puerto de Cartagena hasta Bogotá, https://maps.app.goo.gl/Y2NGG2xy2ypBZj5h7?g_st=ic

Costos de Adaptación del producto

Los costos de adaptación del producto contemplan los ajustes necesarios para cumplir con la normatividad sanitaria colombiana, así como con los requisitos comerciales exigidos por Grupo Éxito. En primer lugar, se incluye la adecuación del etiquetado conforme a la Resolución 810 y 5109, lo cual implica actualizar la tabla nutricional al formato colombiano, incorporar información del importador, codificación de lote y fecha compatible, garantizar el uso de un español neutro. Esta adecuación tiene un costo estimado de **USD \$0.05 por bolsa**, equivalente a **USD \$180** para las 3,600 unidades.

Asimismo, se considera el rediseño gráfico necesario para la exportación, que incluye la actualización del arte, la incorporación de requisitos legales y la preparación de archivos en formato profesional para impresión. Este proceso, indispensable para garantizar que el producto cumpla con los estándares visuales y regulatorios del mercado colombiano, representa un costo único de **USD \$250**.

Finalmente, se contemplan los costos asociados a certificaciones y trámites previos, entre ellos los análisis laboratoriales (humedad, aflatoxinas y vida útil), el ajuste documental para cumplir con la normatividad INVIMA y la homologación del producto para cadenas *retail* en Colombia. Este conjunto de actividades asegura que el producto sea aceptado sin barreras técnicas en el destino y tiene un costo total estimado de **USD \$400**. En conjunto, estos elementos constituyen la inversión necesaria para garantizar que el maní botanero de Don Zabor pueda ingresar adecuadamente al mercado colombiano bajo estándares de calidad, inocuidad y cumplimiento normativo.

Tabla 7. Costos de adaptación del producto

Concepto	Precio Estimado (USD)	Precio Estimado (MXN) (Tasa de cambio 14 de noviembre de 2025).
Etiquetado	180 USD	3.390,49 MXN
Diseño y arte de exportación	250 USD	4.570,125 MXN
Certificaciones y trámites	400 USD	7.312,2 MXN
Adecuación de cajas	90 USD	1.645,245 MXN
Mano de obra y control de calidad	150 USD	2.742,075 MXN
Total	\$1,070 USD	19.560,135 MXN
Costo por unidad	\$0,2972 USD	5,4333 MXN

Fuente: Elaboración propia con información de 99designs. Custom product label design online - find a creative label designer at. 99designs. <https://99designs.com.mx/product-label-design>

Costos Logísticos

Para llevar a cabo la ruta logística se deben hacer las estimaciones de los costos logísticos, en el Plan de Negocios de Exportación de Maní botanero, incluyendo el flete marítimo para el contenedor FCL 20' de \$1,800 USD y los gastos asociados al transporte terrestre y las maniobras portuarias (THC) en origen y destino, no son costos fijos de una naviera, sino proyecciones estimadas y aproximadas extraídas de la plataforma digital de cotización de fletes Sea Rates.

Costo Total Bajo INCOTERM ® FOB Vendedor

Don Zabor cotiza el precio FOB, Grupo Éxito asume el flete marítimo, el seguro, y todos los costos de destino.

Tabla 8 . INCOTERM ® FOB Vendedor

Costos logísticos asumidos por Don Zabor	Precio Estimado (USD)	Precio Estimado (MXN) (Tasa de cambio 14 de noviembre de 2025).
Costo de la Mercancía (EXW)	15.249,043 USD	278.760,135 MXN
Flete Terrestre (Iztapalapa a Veracruz)	1,575 USD	28.791,7875 MXN
Gastos Fijos de Exportación (Documentación, trámites aduaneros de exportación)	500 USD	9.140,25 MXN
Manipulación y Carga	300 USD	5.484,15 MXN
COSTO TOTAL FOB Veracruz	17.624,043 USD	322.176,3180 MXN

Fuente: Elaboración propia

Costo Total Bajo INCOTERM ® FOB Comprador

Es importante recordar que bajo FOB, los siguientes costos logísticos son responsabilidad del comprador (Grupo Éxito):

Tabla 9. INCOTERM ® FOB Comprador

Costos logísticos asumidos por Grupo Éxito	Precio Estimado (USD)	Precio Estimado (MXN) (Tasa de cambio 14 de noviembre de 2025).
Flete Marítimo (Veracruz a Cartagena)	2.842 USD	51.953,181 MXN
Seguro Internacional Obligatorio	75 USD	1.371,0375 MXN

Gastos de Descarga en el Puerto de Destino (Cartagena)	800 USD	14.624,4 MXN
Despacho Aduanero y Aranceles de Importación en Colombia	3.672,60 USD	67.136,9643 MXN
Flete Terrestre en Destino (Cartagena a Bogotá CEDI)	3,335 USD	60.965,4675 MXN
COSTO TOTAL FOB Veracruz	10.724,6 USD	196.051,0503 MXN

Fuente: Elaboración propia

Costo Bajo INCOTERM® CIF Vendedor

El costo logístico que Don Zabor debe incluir en su precio de venta CIF se calcula de la siguiente manera:

Tabla 10 . INCOTERM® CIF Vendedor

Costos logísticos asumido por Don Zabor	Precio Estimado (USD)	Precio Estimado (MXN) (Tasa de cambio 26 de noviembre de 2025).
Costo FOB (Veracruz)	17.624,043 USD	322.176,3180 MXN
Flete Marítimo (Veracruz a Cartagena)	2.842 USD	51.953,181 MXN
Seguro Internacional Obligatorio	75 USD	1.371,0375 MXN
COSTO TOTAL CIF Cartagena	20.541,043 USD	375.500,5365 MXN

Fuente: Elaboración propia

Costo Bajo INCOTERM® CIF Comprador

Bajo CIF, Don Zabor cumple con el costo al llegar a Cartagena.
Los siguientes costos logísticos son responsabilidad del comprador (Grupo Éxito):

Tabla 11. INCOTERM® CIF Comprador

Costos logísticos asumidos por Grupo Éxito	Precio Estimado (USD)	Precio Estimado (MXN) (Tasa de cambio 26 de noviembre de 2025).
Gastos de Descarga en el Puerto de Destino (Cartagena)	800 USD	14.624,4 MXN
Despacho Aduanero y Aranceles de Importación en Colombia	3.672,60 USD	67.136,9643 MXN
Flete Terrestre en Destino (Cartagena a Bogotá CEDI)	3,335 USD	60.965,4675 MXN MXN
COSTO TOTAL CIF Cartagena	7.808 USD	142.734 MXN

Fuente: Elaboración propia

Precio de venta Optimo

Como referencia los márgenes comerciales utilizados por el sector *retail* colombiano para productos importados de la categoría de botanas, generalmente, estos márgenes contemplan un beneficio para el proveedor entre el 20% y el 30%, un margen comercial por parte del *retail* que oscila entre el 30% y el 35%, además de un porcentaje adicional del 5% al 8% destinado a cubrir logística interna y posibles mermas. Para este análisis se decidió aplicar un margen del 25% para Don Zabor, lo cual permite garantizar competitividad, rentabilidad y un precio final coherente con el posicionamiento del producto.

A partir del costo FOB Vendedor adaptado que incluye producción, logística de exportación y costos de adaptación del producto se obtiene un valor de USD 17.624,043 USD por contenedor. Aplicando el margen del 25% correspondiente a Don Zabor, el precio FOB recomendado asciende

a USD \$22.030,05 por contenedor. Al dividir este valor entre las 300 cajas que conforman el embarque, se obtiene un precio óptimo de USD \$73,43 por caja. Dado que cada caja contiene 12 bolsas de 500 gramos, el precio FOB por unidad queda en USD \$6.11 por bolsa.

Respecto al precio final al consumidor colombiano, es necesario considerar el margen aplicado por Grupo Éxito. Tomando como referencia un incremento promedio del 30% para productos de esta categoría, el precio de venta al público se estimaría en USD \$7,94 que equivale a 145,20 MXN (tasa de cambio 14 de noviembre de 2025) por bolsa de 500 gramos. Este valor se encuentra alineado con los precios de botanas premium importadas disponibles actualmente en el mercado colombiano, ofertados en tiendas Carulla, lo que garantiza que el producto mantenga competitividad y atractivo para el consumidor final, por último, cabe decir para finalizar que este es un precio posible de venta y puede variar según las condiciones.

Promoción

Eventos y Ferias Internacionales

Don Zabor tiene planteado, como una de sus principales estrategias de comercialización, participar activamente en ferias y eventos locales con el fin de dar a conocer su maní botanero. A través de esta presencia directa, la marca busca acercarse al público, ofrecer degustaciones y mostrar la calidad de su producto, fortaleciendo su posicionamiento y generando nuevas oportunidades de venta.

Tabla 12. Ferias Internacionales

Nombre de la Feria Internacional	Ubicación / Dirección	Fecha Estimada Anual	Costo por m2	Impacto de la feria
Expo ANTAD & Alimentaria (México)	Expo Guadalajara Av. Mariano Otero 1499, Guadalajara, Jal.	Marzo (Anual)	\$380 - \$450 USD / m ²	Es la feria de retail más importante de Latam. El impacto aquí es exportación pura. Asisten compradores de cadenas colombianas (Éxito, Cencosud) buscando proveedores mexicanos. Es el lugar ideal para cerrar tratos de contenedores completos antes de que el producto salga de México.
Alimentec (Colombia)	Corferias Cra. 37 #24-67, Bogotá	Junio 9-12, (Bienal)	\$480	Conexión B2B: Feria líder andina para

				encontrar importadores exclusivos (ej. Dispropan) y entrar al canal HORECA.
Expo Agrofuturo (Colombia)	Plaza Mayor Cl. 41 #55-80, Medellín	Septiembre (Anual)	\$350 - \$450 USD / m ²	Impacto en innovación y agroindustria. Aunque es muy agrícola, el sector de "transformados" es fuerte. Ideal para hacer networking con proveedores de logística y empaque en Antioquia (región clave de comercio), donde se mueven grandes capitales de inversión.
Sabor	Puerta de Oro	Agosto (Anual)	\$150 - \$200	Impacto de

Barranquilla (Colombia)	Vía 40 #79B-06, Barranquilla		USD / m ²	validación regional. Dado que la Costa Caribe es el mercado natural para el maní con limón y sal (por cultura), esta feria permite medir la aceptación del sabor "mexicano real" frente al local. Vital para convencer a los compradores de Olímpica.
Expo IA Alimentos	Bogotá, Colombia. (Sede usual: Centro de Convenciones Compensar Av. 68 o Cubo Colsubsidio).	Septiembre (Anual)	USD \$2,000 - \$3,000 (Por un stand equipado llave en mano de 6m ² a 9m ²)	El impacto primario es el acceso directo a los tomadores de decisión (Gerentes de Compra y directores Comerciales)

				de las grandes cadenas colombianas (Grupo Éxito, Cencosud, Olímpica). Permite saltarse varios niveles de intermediarios.
Expoalimentaria	Lima Perú(Centro de exposiciones jockey)	Septiembre (Anual)	\$300 - \$400 USD / m ²	Gastronomía picante: Perú es el mercado mas afín al picante, El maní con chile se adapta natural al paladar peruano, ideal para encontrar distribuidores del canal tradicional y moderno.
Expocomer	Cdad. de Panamá, Panamá (Panama	Marzo (Anual)	\$300 - \$380 USD / m ²	Hub Logístico: No vas solo por el mercado panameño,

	Conv. Center)			sino para contactar compradores que reexportan a todo el Caribe y Centroamérica . Vital para la logística de distribución eficiente.
Gourmet Show (México)	WTC Ciudad de México Montecito 38, Nápoles, CDMX	Septiembre (Anual)	\$280 - \$350 USD / m²	Impacto en el segmento Premium. Si Don Zabor quiere entrar a Carulla o tiendas especializadas en Colombia, participar aquí le da el estatus de "producto gourmet mexicano", diferenciándose del cacahuate común de mercado.

Abastur (México)	Centro Citibanamex Av. del Conscripto 311, CDMX	Agosto/ Septiembre (Anual)	\$380 - \$460 USD / m²	Enfocada en proveeduría para hoteles y restaurantes. El impacto para Don Zabor es posicionar el maní de 500g como el snack de cortesía ideal para bares y hoteles de cadenas internacionale s que operan tanto en México como en Colombia.
Feria del Hogar (Colombia)	Corferias Cra. 37 #24- 67, Bogotá	Septiembre (Anual)	\$120 - \$180 USD / m²	Impacto de flujo de caja y branding masivo. Al ser una feria larga (18 días) enfocada en la familia, es perfecta para vender unidades sueltas (B2C)

				y generar liquidez inmediata, además de acostumbrar al paladar bogotano al nivel de picante de la marca.
Confitexpo (México)	Expo Guadalajara Av. Mariano Otero 1499, Guadalajara, Jal.	Agosto (Anual)	\$250 - \$320 USD / m ²	Feria especializada exclusivamente en confitería y botanas. El impacto es técnico y de nicho. Aquí Don Zabor compite directamente con otras botanas, lo que permite observar tendencias de empaque y sabores picantes que se están exportando con éxito a

				Sudamérica.
--	--	--	--	-------------

Elaboración propia con información tomada de ferias, (Ferias Nacionales, 2025); (Confitexpo, 2025); (Gourmet Show México, 2025); (Expo Alimentos, 2025); (Sabor Barranquilla Colombia 2024); (Expocomer, 2025); (Expo ANTAD & Alimentaria México, 2025) & (Expo Agrofuturo Colombia, 2025).

La estrategia ferial para el lanzamiento de Don Zabor en el mercado colombiano se articula en torno a un enfoque dual que busca simultáneamente la exportación (B2B) y el posicionamiento directo de marca (B2C). La participación en ferias mexicanas, como Expo Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) y Confitexpo, actúa como el trampolín inicial para asegurar acuerdos de volumen con grandes *retailers* y distribuidores internacionales, garantizando la logística y la capacidad de exportación antes de la entrada al mercado objetivo.

Una vez asegurada la capacidad exportadora, la estrategia se concentra en Colombia a través de ferias con propósitos distintos. Eventos como Alimentec, Expo Alimentos y Agro expo son fundamentales para el *networking* B2B de alto nivel, conectando a la marca con distribuidores clave y tomadores de decisiones. Por otro lado, ferias de alto tráfico como la Feria del Hogar o regionales especializadas como Sabor Barranquilla, cumplen el objetivo B2C, permitiendo la venta directa para generar liquidez, validar la aceptación del maní botanero y establecer un fuerte reconocimiento de marca en el consumidor final.

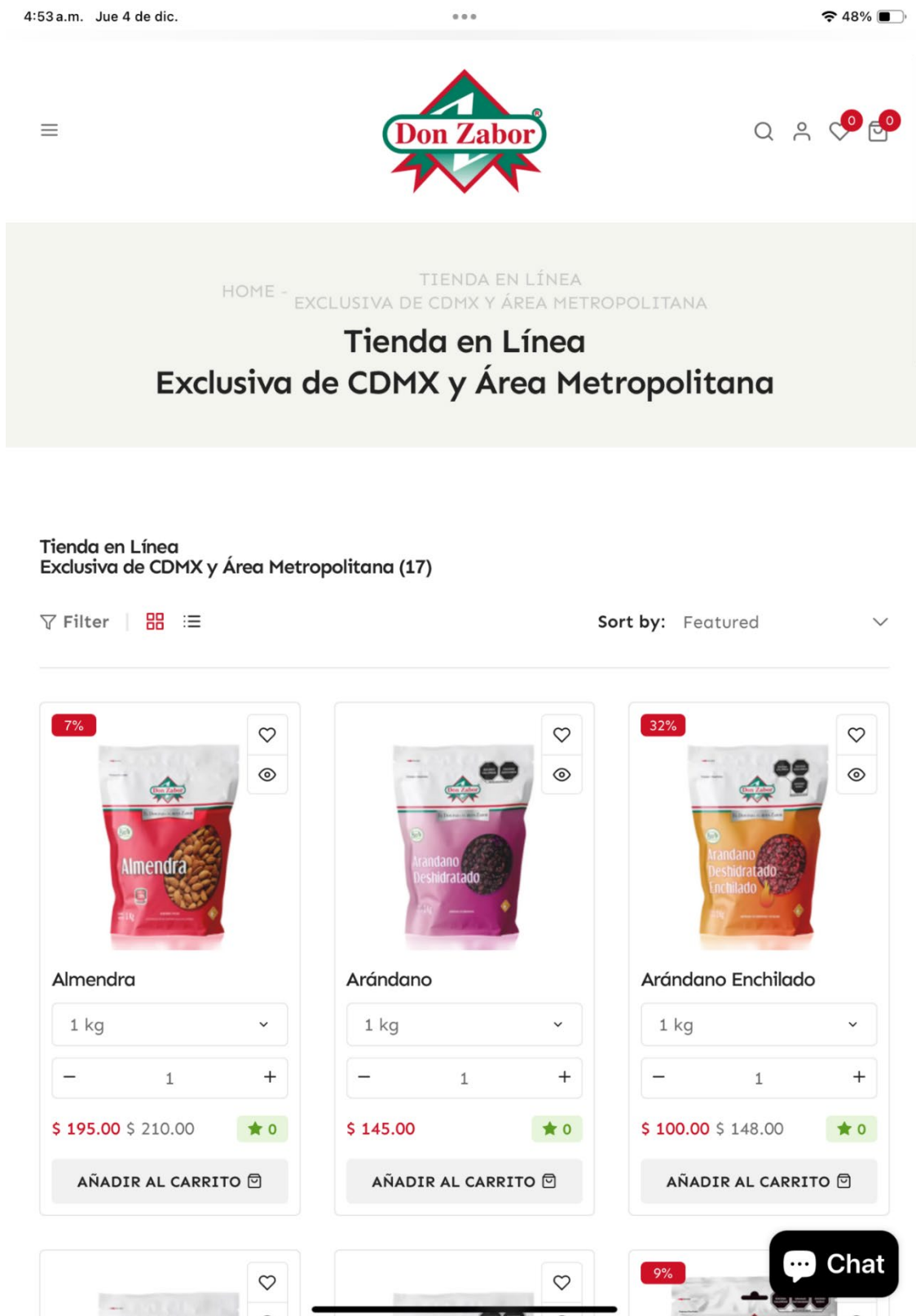
Marketing directo actualizaciones en su página web

La estrategia de marketing para mejorar la página web de Don Zabor y aumentar su visibilidad, comienza desde la base técnica y la experiencia del usuario en donde se centra en la Optimización Técnica y Experiencia del Usuario. Es fundamental que el sitio web cargue en menos de tres segundos para evitar que los visitantes abandonen la página, lo

que requiere optimizar imágenes y garantizar una alta calidad. Además, un diseño móvil-primero es indispensable para garantizar una navegación fluida en cualquier dispositivo.

A continuación, se muestra una imagen de la página web actual, la cual claramente es muy sencilla, solo muestra los productos y sus precios, pero no logra conectar con el público es por esto que es muy importante y se tiene que trabajar en la Estética y el Diseño Visual ya que estos deben reflejar profesionalismo y modernidad, también se recomienda implementar una paleta de colores corporativa limpia y profesional, evitando el exceso de texto para un diseño claro. Es fundamental reemplazar cualquier imagen genérica con fotografía de alta calidad y originales, que muestren las operaciones, la infraestructura del puerto y al equipo de Don Zabor, generando cercanía y confianza. Además, el uso estratégico de un video corto de bienvenida o un *reel* en la página de inicio puede captar la atención del visitante de forma inmediata, y la implementación de iconografía consistente facilita la digestión rápida de los servicios ofrecidos.

Figura 20. Página Web Don Zabor



Fuente: Don Zabor. (2025). <https://donzabor.mx/pages/sobre-nosotros>

Finalmente, el Contenido de Alto Impacto es vital para generar credibilidad y *engagement*. En la primera sección de la web, debe presentarse una propuesta de valor clara que responda inmediatamente por qué Don Zabor es la mejor opción. Esta declaración debe ser respaldada visualmente con Prueba Social, incluyendo un carrusel de logotipos de clientes importantes, destacando las certificaciones y permisos con insignias visibles, y mostrando cifras de impacto que cuantifiquen la experiencia y el volumen de operación de la empresa.

Desarrollo de mercado promoción de venta

En este contexto, la creación de un *Boucher* (o folleto digital) y la impresión de folletos físicos de alta calidad se presentan como herramientas esenciales para capturar la atención de distribuidores y consumidores internacionales., el *Boucher* servirá como el primer punto de contacto profesional, presentando de manera concisa y atractiva la promesa de valor de "Don Zabor", destacando la calidad, el sabor del producto a potenciales compradores B2B.

Simultáneamente, los folletos impresos actúan como catalizadores de la promoción de ventas en ferias comerciales, reuniones presenciales y puntos de venta estratégicos, al combinar un diseño cautivador con información detallada de producto, estas herramientas no solo informan, sino que también generan el interés tangible y la credibilidad necesaria para posicionar a "don Zabor" como el snack premium de origen colombiano en los mercados de destino.

Figura 21. Publicidad de Maní Botanero



Fuente: Elaboración Propia



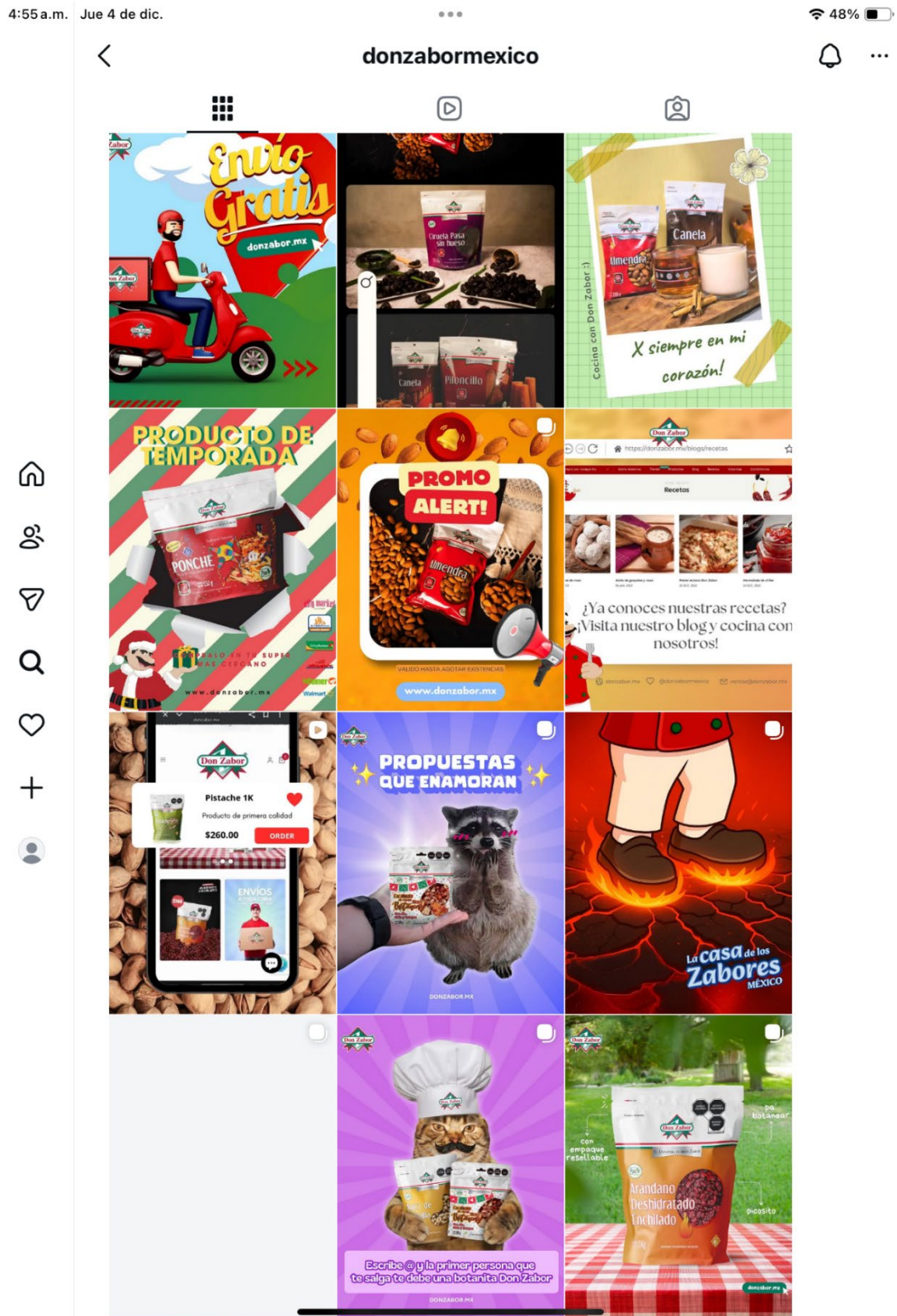
Fuente: Elaboración Propia

Estrategia de Publicidad página de Instagram

En cuanto a la página de Instagram está si cuenta con más imágenes y videos llamativos, sin embargo, es fundamental establecer el Pilar de la Constancia a través de la organización, Para superar la inconsistencia, Don Zabor debe implementar un Calendario de Contenido Fijo, comprometiéndose a un mínimo de 3 a 5 posts por semana en el *feed*, además de mantener una actividad diaria en *Stories*.

En segundo lugar, se requiere una Diversificación de Contenido estratégica para maximizar el alcance y la autoridad de la marca, más allá de la simple imagen bonita. El contenido debe dividirse en cuatro pilares: Operación y Logística (utilizando las imágenes de alta calidad y *Reels* de procesos para mostrar la escala y profesionalismo); Educación e Información de Valor (mediante *Carousels* que ofrezcan tips sobre aduanas, noticias del puerto o requisitos de importación, posicionando a Don Zabor como un experto); Cultura y Confianza (usando *Stories* para mostrar al equipo y compartir testimonios, generando cercanía); e Interacción Directa (empleando encuestas, *quizzes* y Q&A para aumentar el *engagement* y entender a la audiencia).

Figura 22. Página de Instagram



Sobre nosotros. (s/f). Don Zabor. Recuperado el 1 de diciembre de 2025, de <https://donzabor.mx/pages/sobre-nosotros>

Finalmente, la estrategia debe enfocarse en la Interacción y el Crecimiento. Es crucial priorizar el formato *Reels* para contenidos dinámicos, ya que actualmente ofrece el mayor alcance orgánico. El uso de Hashtags Estratégicos debe combinar categorías de industria (*#ComercioExterior*), ubicación (*#PuertoCartagena*) y nicho específico. Toda la interacción debe ser activa, respondiendo rápidamente a comentarios y mensajes.

Fuerza de Venta

Carta de crédito

Con el objetivo de mitigar el riesgo de pago y garantizar la conformidad de la documentación del embarque, la transacción comercial entre Don Zabor México (como exportador) y Grupo Éxito Colombia (como importador) se formalizará mediante una Carta de Crédito Irrevocable regida por las Reglas UCP 600, normativa emitida por la Cámara de Comercio Internacional. Grupo Éxito solicitará a su banco emisor en Colombia (Bancolombia) que abra el crédito a favor de Don Zabor, quien deberá presentar documentos conformes a un banco notificador en México (Citibanamex) para asegurar el pago del importe acordado, protegiendo así a ambas partes bajo un estándar internacional.

El proceso inicia cuando Grupo Éxito (importador) y Don Zabor (exportador) acuerdan utilizar una Carta de Crédito regida por UCP 600 como medio de pago. Grupo Éxito solicita a Bancolombia, como Banco Emisor, la apertura de una carta de crédito por USD 15,465.38, Tras aprobarla, Bancolombia emite la carta y la envía a Citibanamex en México, que actúa como Banco Notificador y comunica a Don Zabor las condiciones y documentos requeridos.

Con la carta de crédito notificada, Don Zabor realiza el embarque del contenedor FCL de 20 pies desde Veracruz hacia Cartagena y obtiene los documentos de transporte, seguro y factura, luego de esto presenta

toda la documentación ante Citibanamex, que verifica su conformidad estricta con las UCP 600. Si todo es correcto, Citibanamex paga a Don Zabor y remite los documentos originales a Bancolombia, solicitando el reembolso. Bancolombia revisa nuevamente los documentos y, al validar su cumplimiento, reembolsa a Citibanamex, debita la cuenta de Grupo Éxito y entrega los documentos originales al importador. Finalmente, Grupo Éxito utiliza dichos documentos para los trámites aduaneros en Colombia y la liberación del contenedor en Cartagena.

Regulaciones y restricciones arancelarias y no arancelarias

Documentos soporte

Figura 23. Documentos soporte para Importación

Documentos soporte para importaciones – 2008119000							Cerrar ventana
Documento - Entidad	Trámite	Requisito	Electrónico	Desde	Hasta	Pa	
Registro Sanitario - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	NO	28-ene-2022	...		
Visto Bueno - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos	PREVIO	OPCIONAL	NO	28-ene-2022	...		

Fuente: (Sistema Muisca, 2025)

Documento soporte registro sanitario

La imagen evidencia una consulta en el sistema de Documentos Soporte de la entidad colombiana Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) enfocada en los requisitos para el comercio con México. La consulta se centra específicamente en el Registro Sanitario, un documento esencial para la importación y comercialización de productos alimenticios, como es el caso del cacahuate (maní). El sistema confirma que este es un trámite de carácter PREVIO a

la operación, lo que subraya su importancia crítica en el flujo de comercio exterior.

Figura 24.Documento soporte registro sanitario

Documentos Soporte

Cerrar ventana

Documento	Registro Sanitario
Entidad	Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos
Trámite	PREVIO
Requisito	OPCIONAL

Texto a buscar:

☐ Todos los paises

☒ Nombre del pais

MEXICO

Buscar

Lugar	Leg
MEXICO	

Anterior

1

Siguiente

Regresar

MUSCA

Fuente: (Sistema Muisca, 2025)

Documento soporte Visto Bueno

Indica que el documento o requisito consultado es un documento de Visto Bueno, que es una autorización o permiso previo emitido por la autoridad sanitaria (INVIMA) Instituto nacional de Vigilancia de medicamentos y alimentos, para la importación de ciertos productos, como alimentos o medicamentos a Colombia, en este caso para la fracción arancelaria **2008.11.90.00**, que corresponde a "Maníes (cacahuates, cacahuates)" este requisito es opcional.

Figura 25. Documento soporte Visto Buen

Documentos Soporte

Documento	Visto Bueno
Entidad	Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos
Trámite	PREVIO
Requisito	OPCIONAL

Texto a buscar:

☐ Todos los paises
☒ Nombre del pais

MEXICO

Buscar

Lugar	Leg
MEXICO	

Anterior 1 Siguiendo

Regresar

Fuente: (Sistema Muisca, 2025)

Conclusión

El Plan de Negocios logra su objetivo principal el cual es establecer una ruta logística de exportación completa, factible y estratégica para la empresa Mexicana Don Zabor S.A. de C.V. hacia Colombia. Se confirmó la alta demanda potencial del mercado de *snacks* tras un análisis exhaustivo, Además, se definió un régimen aduanero que minimiza riesgos, garantiza el cumplimiento legal y acelera los tiempos, facilitando así la toma de decisiones para la internacionalización de la empresa. Por otro lado, el análisis del marco normativo colombiano, incluyendo la clasificación arancelaria bajo el tratado G3 y los requisitos del INVIMA, garantizó que los productos seleccionados cumplieran con los estándares exigidos. Este enfoque preventivo y técnico fortalece la viabilidad del proceso exportador, evita contratiempos logísticos y genera confianza entre los posibles compradores y distribuidores en Colombia.

El estudio profundo del mercado colombiano de snacks de cacahuate permitió comprender las preferencias del consumidor, el comportamiento de la demanda, la oferta existente y la estructura del principal canal de distribución. Esta información resultó esencial para evaluar la competitividad de los productos de Don Zabor, identificar las presentaciones con mayor potencial de aceptación, también se logró hacer la adaptación del empaque y etiquetado según las normativas colombianas establecidas garantizando la legalidad y confianza del consumidor, esto logro definir estrategias comerciales acordes con la realidad del mercado objetivo.

El plan diseñado se alinea estrechamente con los objetivos y metas de internacionalización establecidos por la empresa. La selección de productos adecuados, la participación estratégica en ferias alimentarias internacionales y el fortalecimiento de relaciones con minoristas y

distribuidores colombianos constituyen pilares fundamentales para posicionar la marca en el mercado externo consolidando un camino claro y alcanzable dentro del PLANEX.

Finalmente, este proyecto posiciona a Don Zabor estratégicamente para su expansión internacional. Se sentaron las bases de una estrategia de crecimiento sólida y coherente, diseñada para la sostenibilidad a largo plazo. Este plan no solo garantiza una entrada efectiva y eficiente al mercado colombiano, sino que también actúa como catalizador para fortalecer la presencia global de la marca. El proyecto culmina al abrir nuevas vías de desarrollo comercial mediante la participación focalizada en ferias internacionales, asegurando la visibilidad y la captura de oportunidades.

Anexos Registro Sanitario INVIMA

ASEGURAMIENTO SANITARIO		REGISTROS SANITARIOS Y TRÁMITES ASOCIADOS	
FORMATO UNICO DE ALIMENTOS REGISTROS SANITARIOS o PERMISO SANITARIO o NOTIFICACIÓN SANITARIA Y TRÁMITES ASOCIADOS (Resolución 2674 de 2013, Resolución 3168 de 2015)			
Código: ASS-RSA-FM099		Versión: 04	Fecha de Emisión: 08/04/2019
FORMULARIO DE INFORMACION BASICA			
(Obligatorio para todos los trámites)			
Para mayor información consulte el Formato "Instructivo" para facilitar el diligenciamiento de este formulario			
AUTORIZO AL INVIMA A REALIZAR LA NOTIFICACIÓN DE MANERA ELECTRONICA DE ACUERDO CON LOS ARTICULOS 34 Y 36 DE LA LEY 1437 DE 2011 AL CORREO ELECTRONICO SUMINISTRADO EN ESTE FORMULARIO			
☒ SI		Correo electrónico de notificación: <u>cachamamoandi01@gmail.com</u>	
RECUERDE QUE:			
DEBERÁ ALLEGAR LA INFORMACIÓN EN FÍSICO Y EN MEDIO MAGNETICO (CD) EN FORMATO WORD Y/O EXCELL EDITABLE			
AVISO IMPORTANTE: Diligencie el correo electrónico activo en el campo establecido; sin esta información no se podrá radicar el trámite.			
Presente su documentación legada en carpeta de color blanco, los formularios debe venir sin tachaduras ni enmendaduras y debidamente foliados (numerados). Si requiere presentar información mediante anexos, indique el número de folios. Diligencie los formularios con letra clara y legible con tinta de color negro, en computador o máquina de escribir en los espacios sombreados.			
Tenga en cuenta que algunos campos tienen listas desplegables para selección.			
1. DATOS GENERALES DEL TITULAR			
Nombre o razón social: <u>CACHAMA MOANDI S.A.S</u>			
Documento de Identidad: <u>NIT</u>		<u>800475621-2</u>	
Dirección: <u>AV 5 #6-107 Br. Prados del Este</u>		Ciudad: <u>CUCUTA</u>	
Departamento: <u>N. DE SANTANDER</u>		País: <u>COLOMBIA</u>	
Calidad del Responsable: <u>Representante Legal</u>		Nombre: <u>Mónica Tatiana Ropero Ibarra</u>	
Nº Cédula de Ciudadanía: <u>1.193.030.114</u>		Nº Cédula de Extranjería: <u></u>	
Dirección para de correspondencia: <u>CALLE 2 #1-23 Comuneros</u>			
Ciudad: <u>CUCUTA</u>		Departamento: <u>N. DE SANTANDER</u>	
Email (s): <u>cachamamoandi01@gmail.com</u>		Teléfono(s): <u>3213319088</u>	
2. DATOS DEL RESPONSABLE DE LA TRANSACCION BANCARIA (2)			
Nombre o razón social: <u>CACHAMA MOANDI S.A.S</u>			
Dirección: <u>AV 5 #6-107 Br. Prados del Este</u>		Documento de identidad: <u></u>	
Departamento: <u>N. DE SANTANDER</u>		Ciudad: <u>Cúcuta</u>	
Teléfono(s): <u>3213319688</u>			
Código de tarifa (3)		Valor (\$): <u></u>	
Recibo de pago original ☒		Soporte de pago ☐	
Si existe cesión por derechos de uso de una tasa (tarifa) que no figure a nombre del titular declarado, adjunte el documento: Aporta soporte que lo sustente: SI ☐ NO ☐ Folios <u></u> Autorización de uso de la tasa (tarifa) de un tercero al titular: SI ☐ NO ☐			
3. TIPO DE TRAMITE: (Seleccione con una X en la casilla que corresponda)			
☒ Registro Sanitario Nuevo (35) ☒ Permiso Sanitario nuevo (29) ☐ Notificación sanitaria Nuevo (28) ☐ Autorización ☐ Modificación Automática Legal ☐ Modificación Automática Técnica ☐ Certificaciones		☐ Renovación del Registro Sanitario ☐ Renovación del Permiso Sanitario ☐ Renovación de la Notificación Sanitaria ☐ Desglose de documentos ☐ Pérdida de fuerza ejecutoria ☐ Anexo Formato Ficha Técnica	
4. DATOS APODERADO (opcional) (4)			
Nombre: <u></u>			
Número de Tarjeta profesional: <u></u>		Cédula de ciudadanía No.: <u></u>	
Dirección: <u></u>		Ciudad: <u></u>	
Email: <u></u>		Teléfono(s): <u></u>	

Registro invima sanitario. (s/f). Scribd. Recuperado el 5 de diciembre de 2025, de <https://es.scribd.com/document/629701967/12-REGISTRO-INVIMA-SANITARIO>

Anexos Certificado de Buenas Prácticas Fabricación-INVIMA

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		AUDITORIAS Y CERTIFICACIONES	
	FORMULARIO PARA LA SOLICITUD DE AUTORIZACIONES RELACIONADAS CON MATERIALES, OBJETOS, ENVASES Y EQUIPAMIENTOS DESTINADOS AL CONTACTO CON ALIMENTOS Y BEBIDAS			
	Código: ASS-AYC-FM057	Versión: 05	Fecha de Emisión: 2022-06-13	Página 1 de 3

I. ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DEL INVIMA			
Número de solicitud:		Fecha de recibo (AAAA-MM-DD):	
II. INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE / FABRICANTE / IMPORTADOR / TITULAR			
Fecha de solicitud (AAAA-MM-DD):		¿Incluye información en CD? SI ☐ NO ☐	
A. DATOS DEL SOLICITANTE			
El solicitante será: El fabricante nacional o importador del alimento envasado que utilizará el: Incentivo promocional, Envase para reuso . El importador del alimento envasado que utilizará el: Envase fabricado con material plástico reciclado. El fabricante nacional o importador del: Material Plástico Reciclado, Objeto/Envase fabricado con material plástico reciclado. El fabricante nacional o importador de: Nueva materia prima para elaborar materiales, objetos, envases o equipamientos.			
Fabricante nacional (Cuando aplique) ☐		Importador (Cuando aplique) ☐	
Nombre completo		Identificación C.C. ☐ C.E. ☐ Otro ☐ ¿Cuál? No.	
Cargo		Presenta Poder Legal Sí ☐ No ☐	
Dirección		Correo electrónico Fax	
Nombre o Razón Social		Identificación C.C. ☐ C.E. ☐ NIT ☐ Otro ☐ ¿Cuál? No.	
Teléfono		Municipio Departamento	
Nombre completo del Representante Legal		Correo electrónico y Web Fax	
		Identificación C.C. ☐ C.E. ☐ No.	

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		AUDITORIAS Y CERTIFICACIONES	
	FORMULARIO PARA LA SOLICITUD DE AUTORIZACIONES RELACIONADAS CON MATERIALES, OBJETOS, ENVASES Y EQUIPAMIENTOS DESTINADOS AL CONTACTO CON ALIMENTOS Y BEBIDAS			
Código: ASS-AYC-FM057		Versión: 05		Fecha de Emisión: 2022-06-13
Página 2 de 3				

B. DATOS DEL FABRICANTE EN EL EXTERIOR DEL ALIMENTO ENVASADO: PARA SOLICITUD DE INCENTIVO PROMOCIONAL, OBJETO/ENVASE FABRICADO CON MATERIAL PLÁSTICO RECICLADO, ENVASE PARA REUSO.		
Nombre o Razón Social		
Dirección	Ciudad/Estado/Región	País
Teléfono	Correo electrónico y Web	Fax
C. DATOS DEL FABRICANTE NACIONAL DEL: INCENTIVO PROMOCIONAL, MATERIAL PLÁSTICO RECICLADO, OBJETO/ENVASE FABRICADO CON MATERIAL PLÁSTICO RECICLADO, NUEVA MATERIA PRIMA, ENVASE PARA REUSO.		
Nombre o Razón Social	Identificación C.C. ☐ C.E. ☐ NIT ☐ Otro ☐ ¿Cuál? No.	
Dirección	Municipio	Departamento
Teléfono	Correo electrónico y Web	Fax
Nombre completo del Representante Legal		Identificación C.C. ☐ C.E. ☐ No.
D. DATOS DEL FABRICANTE EN EL EXTERIOR DEL: INCENTIVO PROMOCIONAL, MATERIAL PLÁSTICO RECICLADO, OBJETO/ENVASE FABRICADO CON MATERIAL PLÁSTICO RECICLADO, NUEVA MATERIA PRIMA, ENVASE PARA REUSO.		
Nombre o Razón Social		
Dirección	Ciudad/Estado/Región	País
Teléfono	Correo electrónico y Web	Fax
E. DATOS DEL TITULAR DE LA AUTORIZACIÓN		
Nombre o Razón Social	Identificación C.C. ☐ C.E. ☐ NIT ☐ Otro ☐ ¿Cuál? No.	
Dirección	Municipio	Departamento
Teléfono	Correo electrónico y Web	Fax
Nombre completo del Representante Legal		Identificación C.C. ☐ C.E. ☐ No.

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		AUDITORIAS Y CERTIFICACIONES	
	FORMULARIO PARA LA SOLICITUD DE AUTORIZACIONES RELACIONADAS CON MATERIALES, OBJETOS, ENVASES Y EQUIPAMIENTOS DESTINADOS AL CONTACTO CON ALIMENTOS Y BEBIDAS			
	Código: ASS-AYC-FM057	Versión: 05	Fecha de Emisión: 2022-06-13	Página 3 de 3

III. INFORMACIÓN DEL INCENTIVO PROMOCIONAL, MATERIAL PLÁSTICO RECICLADO, OBJETO/ENVASE FABRICADO CON MATERIAL PLÁSTICO RECICLADO, NUEVA MATERIA PRIMA, ENVASE PARA REUSO	
Tipo de autorización que se solicita Incentivo promocional ☐ Material Plástico Reciclado ☐ Objeto/Envase con Mat. Reciclado ☐ Nueva Materia Prima ☐ Envase para reuso ☐	
Denominación del Incentivo promocional; Material Plástico Reciclado; Objeto/Envase fabricado con material plástico reciclado; Nueva Materia Prima; Envase para reuso (uso repetido): 	
El Incentivo promocional, Material Plástico Reciclado, Objeto/Envase fabricado con material plástico reciclado, Nueva Materia Prima, Envase para reuso, ha sido aprobado por otras autoridades sanitarias Sí ☐ No ☐	
En caso afirmativo indicar: Nombre de la Autoridad Sanitaria: País: Fecha de aprobación (AAAA-MM-DD): Vigencia de la aprobación (AAAA-MM-DD):	
Si ha solicitado anteriormente autorización ante el Invima para el mismo Incentivo promocional, Material Plástico Reciclado, Objeto/Envase fabricado con material plástico reciclado, Nueva Materia Prima, Envase para reuso, y la solicitud le fue negada, indicar el número y fecha de la radicación de la solicitud:	Sí ☐ No ☐ No. Radicación: Fecha (AAAA-MM-DD):
IV. LISTA DE VERIFICACIÓN DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTOS	
Elaborar una lista de los documentos en el orden en que son presentados en la solicitud. Para el caso de Incentivo promocional , verifique la información y documentos aportados de acuerdo con la LISTA DE VERIFICACIÓN DOCUMENTAL PARA LA AUTORIZACIÓN DE INCENTIVOS PROMOCIONALES PARA CONTACTO CON ALIMENTOS (ASS-RSA-FM131), documento publicado en la página web del Invima en la ruta: www.invima.gov.co / Alimentos y Bebidas / Otros Alimentos y otras Bebidas / Otras autorizaciones / Autorización de incentivos promocionales (en contacto con alimentos) / Formatos trámites y guías – Autorización de incentivos promocionales. Adjunte a la solicitud la lista de verificación diligenciada.	
V. NOMBRE Y FIRMA DEL SOLICITANTE	
Nombre: Firma:	

Certificación de Buenas Prácticas de Fabricación (BPF) - Julio 2025. (2025, octubre 30). Invima. <https://invima.gov.co/biblioteca/certificacion-bpf-julio-2025>

Referencias bibliográficas

- Arce, A. (2023, junio 2). El 77% de consumidores decide probar nuevos snacks luego de verlos en Tik Tok. Link Empresarial. <https://linkempresarial.pe/empresas/el-77-de-consumidores-decide-probar-nuevos-snacks-luego-de-verlos-en-tik-tok/?utm>
- Banco Nacional de Comercio Exterior, S. N. C. (s/f). Cartas de crédito de importación. gob.mx. Recuperado el 3 de diciembre de 2025, de <https://www.gob.mx/bancomext/acciones-y-programas/cartas-de-credito-de-importacion>
- Ceballos, A. (2013, enero 29). *Programa de Comercio Exterior ECEX*. Comercio y Aduanas; INCEA. <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexteriormexico/programa-ecex/>
- Confitexpo 2026. (2020, diciembre 7). Confitexpo.com; Confitepo. <https://www.confitepo.com>
- Corferias. (2024). *Acompáñanos en una nueva edición de la #FeriaDelHogar*. Feria del Hogar. <https://feriadelhogar.co>
- Data commons (s/f) Clasificaciones de lugares - Data Commons. (s/f).. Recuperado el 15 de diciembre de 2025, de https://datacommons.org/ranking/Count_Person/City/country/COL?h=wikidataId%2FQ2841&hl=es
- De Vita, I. (2025, noviembre 11). *Censo económico del Dane: estas son las ciudades con más negocios en Colombia*. El Cronista. <https://www.cronista.com/colombia/finanzas-y-economia/censo-economico-del-dane-estas-son-las-ciudades-con-mas-negocios-en-colombia/>
- DIAN - MUISCA - OPERACION ADUANERA. (2025). Gov.Co. <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>
- DIAN - MUISCA. (2022). Gov.Co. <https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefGravamenPopUp.faces?nome>

- nclatura=40578&codNomenclatura=2008119000&componente=3®ime
n=1&fechaConsulta=20251112&modoPresentacionSeleccionBO=dialogo
DIAN-MUISCA. (2025). Consulta Arancelaria
[https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefDocumentosPopUp.faces?nom
enclatura=40578&codNomenclatura=2008119000&componente=10®i
men=1&fechaConsulta=20251112&modoPresentacionSeleccionBO=dialo
go](https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefDocumentosPopUp.faces?nom
enclatura=40578&codNomenclatura=2008119000&componente=10®i
men=1&fechaConsulta=20251112&modoPresentacionSeleccionBO=dialo
go)
- Diario la Republica (2022, febrero 14). *Más de 64% de consumidores reemplaza una de sus comidas del día por un snack.*
<https://www.larepublica.co/empresas/mas-de-64-de-consumidores-reemplaza-una-de-sus-comidas-del-dia-por-un-snack-3302161?>
- Diario Oficial Mexicano. (2022). *Norma Mexicana NOM-051-SCFI/SSA1-2010*
https://www.dof.gob.mx/normasOficiales/8150/seeco11_C/seeco11_C.html
- Don Zabor. (2025). *Catalogo de productos* <https://donzabor.mx/pages/sobre-nosotros>
[https://donzabor.mx/collections/all?srsId=AfmBOoroFsmVqZsGMq795ws
emH0sS67yjZaLfUXIs6WbkWtvGcpQPffM](https://donzabor.mx/collections/all?srsId=AfmBOoroFsmVqZsGMq795ws
emH0sS67yjZaLfUXIs6WbkWtvGcpQPffM)
- Don Zabor. (2025). *Cacahuete Botanero* <https://donzabor.mx/products/copia-de-nuez-de-1kg>
- Don Zabor. (2025). *Catálogo de productos* <https://donzabor.mx/pages/sobre-nosotros>
[https://donzabor.mx/collections/all?srsId=AfmBOoroFsmVqZsGMq795ws
emH0sS67yjZaLfUXIs6WbkWtvGcpQPffM](https://donzabor.mx/collections/all?srsId=AfmBOoroFsmVqZsGMq795ws
emH0sS67yjZaLfUXIs6WbkWtvGcpQPffM)
- Don Zabor. (2025). *Sobre nosotros* <https://donzabor.mx/pages/sobre-nosotros>
- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de Fontur, promociona la gastronomía colombiana en la versión 37 de la Feria Internacional del Libro de Bogotá (FILBo). (2022). MINCIT.
<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/mincit-promociona-gastronomia-colombiana-en-filbo>
- Establishing a secure connection. (s/f). Scielosp.org. Recuperado el 5 de diciembre de 2025, de <https://www.scielosp.org/article/rsp/2020.v54/19/es/>

Expo ANTAD 2026. (2025, agosto 1). Expo ANTAD 2026. <https://expoantad.com.mx>

ExpoAgrofuturo (2025). En #ExpoAgrofuturo transformamos el Agro tradicional en un Agro empresarial. ExpoAgrofuturo. <https://expoagrofuturo.com>

EXPOCOMER. (2023, marzo 10). EXPOCOMER. <https://www.expocomer.com>

FeriaAlimentec. (2024). La #FeriaAlimentec 2024 lo espera. Feria alimentec. <https://feriaalimentec.com>

Ferias Nacionales. (2025). Ferias Nacionales 2025. Org.mx; Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias - CANAINCA. <https://www.canainca.org.mx/index.php/es/la-industria/ferias/nacionales>

Gobierno de México. (2020.). *El cacahuete, una botana saludable Agricultura Yucatán.* Gob.Mx. <https://www.gob.mx/agricultura%7Cyucatan/articulos/el-cacahuete-una-botana-saludable>

Google Maps (s/f). Ruta en automóvil desde Ciudad de México hasta Puerto de Veracruz, Recuperado el 25 de noviembre de 2025, de https://maps.app.goo.gl/6XT47mXEqv5H1SUw5?g_st=iw

Google Maps (s/f). Ruta en automóvil desde Puerto de Cartagena hasta Bogotá, Recuperado el 25 de noviembre de 2025, de https://maps.app.goo.gl/Y2NGG2xy2ypBZj5h7?g_st=ic

Gourmet Show. (2025, febrero 11). Gourmetshow.mx; Gourmet Show. <https://www.gourmetshow.mx>

Grupo Éxito. (2023.). *Nuestra empresa Global Reporting Initiative.* <https://www.grupoexito.com.co/sites/default/files/2024-02/Grupo%20%C3%89xito%20Informe%20de%20Gobierno%20Corporativo%202023.pdf>

Indicadores sectoriales. (s/f). Gov.co. Recuperado octubre 15, 2025, de <https://www.mincit.gov.co/ministerio/planeacion/indicadores-sectoriales>

Invima. (2025). Certificación de Buenas Prácticas de Fabricación (BPF) - Julio 2025. (2025, octubre 30). Invima. <https://invima.gov.co/biblioteca/certificacion-bpf-julio-2025>

Invima. (2025). *Consulta y descarga de documentos emitidos por el Invima.* <https://invima.gov.co/atencion-al-ciudadano/consulta-y-descarga-de->

documentos-emitidos-por-el-invima

Mendez, P. (2019, mayo 20). Así compran los millennials y centennials en los “ciber days”. Portafolio. https://www.portafolio.co/tendencias/asi-compran-los-millennials-y-centennials-en-los-ciber-days-529775?utm_

Mercado de Snacks en Colombia. (2025). Informesdeexpertos.com. <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-snacks-en-colombia>

Mercado de Snacks en Colombia. (s/f). Informesdeexpertos.com. Recuperado el 4 de diciembre de 2025, de <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-snacks-en-colombia>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). Perfil económico: Región Bogotá, D.C - Cundinamarca [mincit.gov.co](https://www.mincit.gov.co) <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/perfiles-economicos-por-departamentos/perfiles-regionales/region-bogota-d-c-cundinamarca/oeo-yc-dv-perfil-regional-bogota-cundinamarca-10jul2023.pdf.aspx>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2025). Perfiles económicos y comerciales por departamentos [mincit.gov.co](https://www.mincit.gov.co) <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/perfiles-economicos-por-departamentos>

Ministerio de salud. (2020) *Requisitos de rotulado o etiquetado* Gov.co. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Resolucion%205109%20de%202005.pdf>

Ministerio de salud. (2020). *Normatividad, Resolución NÚMERO000748* Gov.co. https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%20748%20de%202020.pdf

Olímpica. (2025). *Descubre deliciosas opciones de maní marcas como Manitoba, Mani Moto y La Especial.* Olimpica.com. <https://www.olimpica.com/colecciones/mani>

P&m, R. (s/f). *Millennials y Centennials: comportamientos y formas de consumo - Consumidor.* Revista PYM. Recuperado el 24 de noviembre de 2025, de

<https://www.revistapym.com.co/articulos/consumidor/23985/millennials-y-centennials-comportamientos-y-formas-de-consumo>

Pier2Pier. (2025). Calculador 3D [_https://www.pier2pier.com](https://www.pier2pier.com)

Principales ciudades, puertos y aeropuertos de Colombia. (2022). Dsv.com. <https://www.dsv.com/es-mx/sobre-dsv/latam/dsv-colombia/ciudades-puertos-aeropuertos-mas-importantes-colombia>

Principales ciudades, puertos y aeropuertos de Colombia. (2024). Dsv.com. <https://www.dsv.com/es-mx/sobre-dsv/latam/dsv-colombia/ciudades-puertos-aeropuertos-mas-importantes-colombia>

Principales ciudades, puertos y aeropuertos de Colombia. (2024). Dsv.com. <https://www.dsv.com/es-mx/sobre-dsv/latam/dsv-colombia/ciudades-puertos-aeropuertos-mas-importantes-colombia>

Puerto de Veracruz. (2024). de https://www.puertodeveracruz.com.mx/wp-content/uploads/2024/05/Tarifas_Petra.pdf

Registro Invima sanitario. (s/f). Scribd. Recuperado el 2 de diciembre de 2025, de <https://es.scribd.com/document/629701967/12-REGISTRO-INVIMA-SANITARIO>

Resolución 810 de 2021 Ministerio de Salud y Protección Social. (s/f). Gov.co. Recuperado el 24 de noviembre de 2025, de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=113678>

Rojas, C. (2024, enero 12). Análisis importaciones de maní: La Ruta y Datos Clave. *Expertos en Datos de Importaciones y Exportaciones - Datasur.* <https://www.datasur.com/la-ruta-del-mani-un-analisis-profundo-de-las-importaciones/>

SaborBarranquilla. (2025). *#SaborBarranquilla 2025.* Sabor Barranquilla. de <https://saborbarranquilla.com>

Searates.(2025) *Logistics explore* Searates.com. https://www.searates.com/es/logistics-explorer/from-cartagena-co-to-bogot%C3%A1,-co/?from=Cartagena%2C-CO&fromId=P_20994&to=Bogot%C3%A1%2C-CO&told=C_121722&date=2025-12-04&type=LAND_FCL&toDry=false&fromDry=false&container=ST20&route

=from-cartagena%2C+co-to-bogot%C3%A1%2C+co

Searates.(2025) *Logistics* *explore* Searates.com.

[https://www.searates.com/es/logistics-explorer/from-ciudad-de-](https://www.searates.com/es/logistics-explorer/from-ciudad-de-m%C3%A9xico-to-veracruz/?from=Ciudad+de+M%C3%A9xico%2C+MX&to=Veracruz%2C+MX&fromId=C_121336&told=P_22787&date=2025-12-04&type=land_fcl&container=ST20)

[m%C3%A9xico-to-](https://www.searates.com/es/logistics-explorer/from-ciudad-de-m%C3%A9xico-to-veracruz/?from=Ciudad+de+M%C3%A9xico%2C+MX&to=Veracruz%2C+MX&fromId=C_121336&told=P_22787&date=2025-12-04&type=land_fcl&container=ST20)

[veracruz/?from=Ciudad+de+M%C3%A9xico%2C+MX&to=Veracruz%2C+](https://www.searates.com/es/logistics-explorer/from-ciudad-de-m%C3%A9xico-to-veracruz/?from=Ciudad+de+M%C3%A9xico%2C+MX&to=Veracruz%2C+MX&fromId=C_121336&told=P_22787&date=2025-12-04&type=land_fcl&container=ST20)

[MX&fromId=C_121336&told=P_22787&date=2025-12-](https://www.searates.com/es/logistics-explorer/from-ciudad-de-m%C3%A9xico-to-veracruz/?from=Ciudad+de+M%C3%A9xico%2C+MX&to=Veracruz%2C+MX&fromId=C_121336&told=P_22787&date=2025-12-04&type=land_fcl&container=ST20)

[04&type=land_fcl&container=ST20](https://www.searates.com/es/logistics-explorer/from-ciudad-de-m%C3%A9xico-to-veracruz/?from=Ciudad+de+M%C3%A9xico%2C+MX&to=Veracruz%2C+MX&fromId=C_121336&told=P_22787&date=2025-12-04&type=land_fcl&container=ST20)

TLC *-Colombia* *México.* (2018). Gov.co.

[https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/tratado-de-libre-comercio-entre-](https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/tratado-de-libre-comercio-entre-colombia-mexico)

[colombia-mexico](https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/tratado-de-libre-comercio-entre-colombia-mexico)

Treid, I. (2020, junio 12). Importaciones y exportaciones colombianas de maní.

Treid.

[https://www.treid.co/post/importaciones-y-exportaciones-](https://www.treid.co/post/importaciones-y-exportaciones-colombianas-de-mani)

[colombianas-de-mani](https://www.treid.co/post/importaciones-y-exportaciones-colombianas-de-mani)