

Facultad de Ciencia Económicas y  
Administrativas

Oscar Mauricio Montilla Marmolejo  
Formulación y Evaluación de Proyectos Privada

Tutor:

**Rafael Antonio Muñoz Aguilar**

Viabilidad de  
Comercialización  
de Pulpa de Fruta  
para Canadá



## Tabla de contenido

Resumen.....	5
Abstract.....	6
Introducción .....	7
1. Estudios preliminares.....	8
1.1 Reconocimiento del entorno .....	8
1.1.1 Ubicación.....	8
1.1.2 Actividad económica. ....	8
1.1.3 Características principales.....	8
1.1.4 Necesidades. ....	9
1.1.5 Alternativas de solución.....	9
1.1.6 Oportunidades.....	10
1.1.7 Expectativas Personales. ....	10
1.1.8 Relación con las Alternativas.....	10
1.1.9 Limitación.....	10
1.2 Objetivos.....	11
1.2.1 Objetivo general.....	11
1.2.2 Objetivo específicos.....	11
2. Etapas del proceso de elaboración y diseño del proyecto.....	12
2.1 Identificación de la idea .....	12
2.2 Perfil preliminar.....	12
2.3 Estudio de Prefactibilidad .....	12
2.4. Estudio de Factibilidad (Diseño).....	13
3. Estudio de mercado.....	14
3.1. Caracterización del producto.....	14
3.2. Caracterización del consumidor.....	14

3.3. Análisis de la demanda .....	14
3.4. Análisis de la oferta .....	15
3.5. Análisis de la comercialización.....	15
3.6. Mercado Proveedor o de Insumos.....	15
3.7. Proyecciones .....	15
3.8 Proyección de la demanda.....	16
4. Estudio técnico.....	17
4.1 Proceso de Producción.....	17
4.2 Localización.....	17
4.3 Inversiones.....	17
5. Estudio Administrativos y Aspectos Legales .....	18
5.1 Estructura organizacional.....	18
5.2 Planeación estratégica.....	18
5.2.1 matriz DOFA.....	18
5.3 Aspectos Legales .....	19
5.4 Tipo de empresa.....	19
5.5 Requisitos legales de constitución.....	19
6. Estudio financiero .....	21
6.1. Inversiones del proyecto .....	21
6.2. Presupuestos de ingresos, costos, gastos. ....	21
6.2.1 Ingresos.....	21
6.2.2 Inversiones.....	22
6.2.3 Costos variables .....	22
6.2.4 Costos fijos .....	22
6.2.5 Costo nómina.....	23
6.2.6 Costos totales.....	23
6.3. Determinación de los costos unitarios de exportación o importación.....	24

6.4. Estado de resultados del proyecto .....	25
6.5. Flujo de caja del proyecto .....	25
6.6. Flujo de caja del Inversionista.....	26
6.7. Análisis del punto de equilibrio .....	26
7. Impacto Social y Ambiental.....	27
Referencias Bibliográficas .....	28

## Resumen

Este proyecto comienza como una inquietud, basado en como poder exportar más y mejor por medio de la innovación, focalizándose en la exportación de frutas y en la búsqueda de un océano azul. El problema de la tesis surge al preguntarnos lo siguiente: ¿Cómo ingresar en la exportación de pulpa de fruta colombiana de forma innovadora? De aquí se desprende cada uno de sus objetivos.

El objetivo principal consistía en dejar a un lado la exportación de commodities y generar un valor agregado con una buena propuesta de valor para el mercado objetivo y el general. Para ello se decide trabajar con pulpa de fruta procesada y combinada entre sí, cuyas mezclas, no solo despiertan sensaciones y emociones, sino que, adicionalmente, les brindan bienestar a los consumidores de este producto.

Después de realizar el estudio de investigación de mercado, en búsqueda de un país viable para este producto, obtenemos como resultado Canadá. Esto debido a que el perfil de su población combinado con el perfil del proyecto, cumplen con las necesidades del mercado de este país, encontrando en este un nicho inexplorado, pero con una necesidad contundente de salud y bienestar

**Palabras claves.** Cambio saludable oportuno, Fruta procesada, Sabores combinados, Mezclas saludables.

## **Abstract**

This project begins as a concern, based on how to be able to export more and better through innovation, focusing on the export of fruits and the search for a blue ocean. The problem of the thesis arises when we ask the following question: How to enter in the export of Colombian fruit pulp in an innovative way? From here it follows each of its objectives.

The main objective was to set aside the export of commodities and generate value added with a good value proposition for the target market and the general market. For this, it is decided to work with processed and combined fruit pulp, which mixtures not only arouse feelings and emotions, but additionally, they provide well-being to the consumers of this product.

After conducting the market research study, in search of a viable country for this product, we get as a result Canada. This is because the profile of its population combined with the profile of the project, meet the needs of the market of this country, finding in this an unexplored niche but with a strong need for health and well-being

Keywords- Healthy Changes on time, Processed fruit, Combined Flavors, Healthy mixtures

## Introducción

Este trabajo se basó en el desarrollo y análisis apropiado para generar una idea exportadora siendo esta la intención más importante, focalizada en exportar pulpa de fruta Colombiana de forma innovadora, llegando al mercado de la ciudad de Toronto más específico al supermarket metro en Liberty village, este proyecto se realizó con la intención de fomentar y crear una empresa capacitada para competir en el mercado internacional y con el aprovechamiento de la fruta colombiana creando un nuevo estilo de vida para disfrutar de productos saludables, lo principal fue identificar las frutas que tengan propiedades nutritivas y saludables y junto a la tecnología buscar que estas frutas sean aprovechadas en el comercio internacional, sabiendo que la duración de una fruta en su estado natural es de poco tiempo, se encuentra en la pulpa de fruta el mejor elemento para aprovechar más el tiempo de conservación y así lograr una mayor durabilidad y que soporten el trato dentro del proceso de exportación, y en pro de ingresar a un mercado como pioneros .Se utilizan las pulpas de frutas y se combinan para que la mezcla a disfrutar tenga variedad en su jugo, batido o lo que desee tomar, estas fusiones serán controladas con la meta que el consumidor encuentre un producto que cumpla con la necesidad que lo requiera.

Basándose en las nuevas tendencias de los mercados con la intención de seguir innovando por medios de una nueva opción al consumidor y siguiendo en la línea del mercado con productos naturales que ofrecen beneficios para la salud, aprovechando la biodiversidad de commodities que tiene Colombia y dado que cada día tiene una población con un promedio de edad de 37 años (según información de Wikipedia) la que prefiere el consumo de productos naturales como frutas y sus derivados según Procolombia (2016) se vio viable el proyecto, se revisó no solo el mercado potencial y al cual va dirigido el producto, también se analizó la viabilidad de las mezclas del producto las cuales son fundamentales dado que cada una de ellas genera una sensación diferente y con el valor agregado de los beneficios nutricionales que genera el consumo de frutas.

## **1. Estudios preliminares**

### **1.1 Reconocimiento del entorno**

Se busca canalizar la producción por medio de un proveedor para el desarrollo del proyecto, el cual, se cuenta con **Pulpi Fresh**, empresa vallecaucana dedicada al sector agroindustrial, produciendo y comercializando alimentos saludables y de fácil preparación, sus productos están orientados a brindar satisfacción y bienestar. Cuentan con una experiencia de 10 años. El producto llegara a la ciudad de Toronto en Canadá, mediante el uso de los diferentes supermercados de cadena de la ciudad, principalmente supermarket metro, dada que están ubicados en zonas prestigiosas donde sus habitantes tienen alto poder adquisitivo, en su mayoría son personas de un alto promedio de edad los cuales prefieren el consumo de alimentos lo más naturales posible.

#### **1.1.1 Ubicación.**

Ciudad de Cali, departamento del valle del cauca, Colombia

#### **1.1.2 Actividad económica.**

Comercio al por menor de frutas y verduras, en establecimientos especializados 1.3 Sector y subsector.

- Sector: Primario
- Subsector: Agricultura

#### **1.1.3 Características principales.**

- El Batido de mango, Piña, fresa y jengibre además de ser refrescante y de rico sabor, posee propiedades saludables.

- Es rica en Vitamina C, la cual es ideal para los meses de invierno por sus propiedades para prevenir resfriados.
- Aporta la vitamina B1 que es de gran ayuda para los problemas metabólicos, la vitamina B6 que es esencial en la producción de anticuerpos, ayuda a bajar de peso, ya que son frutas diuréticas que ayuda a la eliminación de toxinas y previene el estreñimiento ayudando a mejorar y acelerar el proceso metabólico.
- En conjunto con la fresa que es un excelente antioxidante crean una mezcla perfecta reforzada con el jengibre disminuye el dolor muscular y en las articulaciones, baja los niveles de azúcar y riesgos cardíacos, reduce el asma, mejora el rendimiento del cerebro, reduce el riesgo de cáncer reduce los dolores menstruales entre otros muchos

#### **1.1.4 Necesidades.**

- Crear nuevas tendencias de los mercados con la intención de seguir innovando por medios de una nueva opción al consumidor y siguiendo en la línea del mercado con productos naturales que ofrecen beneficios para la salud.
- El progresivo envejecimiento de la población de Canadá es uno de los principales factores que inciden en el consumo. El 20 % de la población canadiense tiene más de 64 años (España el 17,5 %, EE.UU. 13,9%) y se espera que la cifra siga aumentando, puesto se presenta un progresivo envejecimiento de la población y una alta calidad de vida que contribuyen a este factor (Datosmacro.com, 2016).

#### **1.1.5 Alternativas de solución.**

La combinación en la pulpa de fruta aporta beneficios nutricionales contribuyendo aportando diferentes bondades de vitaminas, ayudando a fortalecer los organismos y combatir enfermedades para cuidado la salud de la población.

### **1.1.6 Oportunidades.**

Contribuir al desarrollo socio-económico del país en busca de nuevos mercados por medio de la tercerización en la comercialización de pulpa de fruta hacia nuevos mercados generando un crecimiento agrícola e industrial en busca de beneficios en el exterior aprovechando la biodiversidad de nuestros recursos naturales.

### **1.1.7 Expectativas Personales.**

Como expectativas contribuir con el desarrollo económico agrícola en el país, innovando en nuevos mercados internacionales, generar más empleo en el sector agrícola e industrial y crecer en nuevos mercados como agente intermediario de comercialización de nuevos productos.

### **1.1.8 Relación con las Alternativas.**

En la investigación de la idea hay un conocimiento sobre empresas que se dedican a la actividad comercial de producción de pulpa de fruta. Al ser estudiantes de comercio internacional se hace más fácil analizar el mercado en los diversos países, competidores y el producto el cual se va a exportar teniendo base de que requisitos se necesitan. Se cuenta con apoyo informativo por parte de los docentes de la universidad Antonio Nariño y apoyo en el proceso de exportación por parte de la entidad PROCOLOMBIA.

### **1.1.9 Limitación.**

Canadá ha establecido diferentes leyes que buscan la regulación del comercio de estos productos con el fin de garantizar su calidad. Las principales leyes que rigen los productos objeto de este estudio son: •

Ley sobre los productos agrícolas en Canadá (Canadá Agricultura Products Act) se aplica a la mayoría de productos lácteos, jugos, frutas, legumbres y productos de Maple. Tiene por objetivo establecer las normas y las categorías nacionales para los productos agrícolas, así como reglamentar su comercialización en los mercados de importación, exportación y locales. Como todo producto está enfocado a este mercado tan potencial como lo se tiene ciertas

limitaciones como se evidencia Canadá tiene una serie de alimentos sobre los que impone controles a la importación (Buitrago, Gomez, & Ramirez, 2013, p.72).

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general.**

Desarrollar un plan de negocios para la comercialización de fruta combinada fresca y/o en pulpa hacia Canadá.

### **1.2.2 Objetivo específicos.**

- Aplicar una investigación de mercados para poder definir estrategias de mercadeo y venta para Canadá.
- Precisar la estructura organizacional y administrativa que deberá tener el plan de negocios.
- Definir las tareas operativas y logísticas para la exportación de pulpa de fruta hacia Canadá
- Realizar un análisis financiero del proyecto, en términos de costo-beneficio del proyecto.

## **2. Etapas del proceso de elaboración y diseño del proyecto**

### **2.1 Identificación de la idea**

Basándose en las nuevas tendencias de los mercados con la intención de seguir innovando por medios de una nueva opción al consumidor y siguiendo en la línea del mercado con productos naturales que ofrecen beneficios para la salud, aprovechando la biodiversidad de commodities que tiene Colombia y dado que cada una tiene una población con un promedio de edad de 37 años (según información de Wikipedia) la que prefiere el consumo de productos naturales como frutas y sus derivados. Según estudio de Procolombia (2016) se vio viable el proyecto, se revisó el mercado potencial y hacia donde va dirigido el producto, también se analizó la viabilidad de las mezclas del producto las cuales son fundamentales dado que cada una de ellas genera una sensación diferente y con el valor agregado de los beneficios nutricionales que genera el consumo de frutas.

### **2.2 Perfil preliminar**

En la comercialización de pulpa de frutas brinda al cliente una nueva combinación de emociones y sensaciones al probarlo, es bien sabido que las frutas solas o combinadas son fuente inagotable de energía y la correcta unión entre ellas nos brinda batidos únicos y deliciosos que proporcionando fibra, vitaminas y demás nutrientes esenciales para el organismo. Con el batido de mango piña fresa y jengibre se quiso dar un valor adicional a la fruta, el cual, no se logra cuando se consume cada una de ellas por separado para ellos se tuvo en cuenta el color, sabor y textura de las frutas antes de la mezcla, teniendo en cuenta la calidad de las fusiones a realizar.

### **2.3 Estudio de Pre factibilidad**

En investigación del mercado se identifica que el 20 % de la población canadiense tiene más de 64 años (España el 17,5 %, EE.UU. 13,9%) y se espera que la cifra siga aumentando. puesto se presenta un progresivo envejecimiento de la población y una alta calidad de vida que contribuyen a este factor y es por esto por lo que la población canadiense especialmente de la tercera edad

demanda productos nutritivos ricos en vitaminas, minerales que estén al alcance de todos y que proporcionen beneficios a su salud contribuyendo a una alimentación más saludable.

#### **2.4. Estudio de Factibilidad (Diseño)**

El presente estudio se realiza con la finalidad de comercializar pulpa de fruta. Este producto es factible porque es un producto 100% natural y de alta calidad que brinda diferentes propiedades nutricionales a la población. Su diseño es un empaque al vacío, es muy práctico al consumir que garantiza la conservación del producto.

### **3. Estudio de mercado**

#### **3.1. Caracterización del producto**

La combinación de mango y piña hacen que esta mezcla sea rica en Vitamina C, la cual es ideal para los meses de invierno por sus propiedades para prevenir resfriados, la vitamina B1 que es de gran ayuda para los problemas metabólicos, la vitamina B6 que es esencial en la producción de anticuerpos, y además rico en ácido fólico y minerales como el potasio.

El mango y la piña son las frutas más recomendadas para bajar de peso por los naturistas, ya que son frutas diuréticas que ayuda a la eliminación de toxinas y previene el estreñimiento ayudando a mejorar y acelerar el proceso metabólico que junto con la fresa que es un excelente antioxidante crean una mezcla perfecta reforzada con el jengibre que nos ayuda a regular el metabolismo, disminuye el dolor muscular y en las articulaciones, baja los niveles de azúcar y riesgos cardiacos, reduce el asma, mejora el rendimiento del cerebro ,reduce el riesgo de cáncer reduce los dolores menstruales entre otros muchos más teniendo en cuenta las observaciones por la organización mundial de la salud OMS (OMS, 2007).

#### **3.2. Caracterización del consumidor**

Canadá es un país al norte de los estados unidos con una población de 34,675.083 cuya capital es Ottawa en la cual viven 1.17 millones de persona. El índice de desarrollo humano en el país es de 0,908 con una renta per cápita de 41,335 USD la cual nos lleva a deducir que es una población con un alto nivel de vida y dispuesta a consumir ya que son muy dados a productos naturales de excelente calidad con valor agregado que les de mejor calidad de vida.

#### **3.3. Análisis de la demanda**

- Canadá importó \$35 mil millones de productos de agro-alimentos en 2014
- La mitad son de Estados Unidos, el resto proviene de más de 190 países
- 70% de los alimentos procesados que se venden en Canadá son importados
- 80% de los alimentos orgánicos que se venden en Canadá son importados
- 80% de las frutas y verduras que se venden en Canadá son importadas

### **3.4. Análisis de la oferta**

En descripción a la posición arancelaria 2007.99.91.00 hortalizas, frutas u otros frutos o sus cortezas y demás partes de plantas, confitados con azúcar (almibarados, glaseados o escarchados). Los principales países que demandan oferta para la exportación de fruta desde Colombia son Estados Unidos, Panamá, Reino Unido, Francia, España, México, Canadá y Países Bajos. Su presencia es evidente en el mercado internacional, debido a la industrialización de los subproductos y al desarrollo de su capacidad exportadora.

### **3.5. Análisis de la comercialización**

El producto llegara a la ciudad de Toronto en Canadá, mediante el uso de los diferentes supermercados de cadena de la ciudad, principalmente supermarket metro, dada que están ubicados en zonas prestigiosas donde sus habitantes tienen alto poder adquisitivo, en su mayoría son personas de un alto promedio de edad los cuales prefieren el consumo de alimentos lo más naturales posible. A continuación, mostraremos algunos de los principales canales de distribución para llegar al cliente final.

### **3.6. Mercado Proveedor o de Insumos**

Para poder exportar nuestro producto de pulpa de fruta a Canadá tenemos un proveedor el cual es clave para este proceso.

Pulpi Fresh: “Somos una empresa vallecaucana dedicada al sector agroindustrial, produciendo y comercializando alimentos saludables y de fácil preparación. Nuestros productos están orientados a brindar satisfacción y bienestar. Contamos con una experiencia de 10 años” (Pulpi Fresh, 2018).

### **3.7. Proyecciones**

Proyección de la oferta

Según investigaciones del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA, 2017) se puede observar que existen competidores productores en la comercialización de pulpa de fruta a nivel internacional, los cuales tienen cifras considerables, en primer lugar, Brasil la cual nos muestra que tienen un alto nivel de producción. Las investigaciones realizadas por El IICA trabajan en el desarrollo agrícola y bienestar rural de América Latina, el Caribe, Estados Unidos y Canadá.

Proveemos soluciones de cooperación técnica en bioeconomía y desarrollo productivo, recursos naturales y gestión de riesgos, comercio, desarrollo territorial y agricultura familiar y sanidad agropecuaria e inocuidad de los alimentos. “Somos un puente para el intercambio de conocimientos especializados de cara a los retos que enfrentan los 34 países para alcanzar sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (iica.int, s.f).

### **3.8 Proyección de la demanda**

Algunos de los objetivos de las organizaciones están orientados a competir a nivel internacional. El objetivo es brindar un análisis sobre el mercado de pulpa de fruta, de forma cuantitativa que involucre el grado de asimetría financiera en los sectores estratégicos y la participación de las exportaciones realizadas en 2019.

Estados Unidos incrementó importaciones de pulpa de fruta 15%. La fruta fresca tiene una demanda muy específica que son las grandes cadenas, explicó Luz Dary Naranjo, jefe de negocios internacionales de Nutrium al portal Agronegocios.

A nivel mundial, las importaciones de estos productos superaron los US\$50.000 millones durante el año 2017, lo que demuestra que es un mercado muy apetecido en el exterior. Debido a las tendencias mundiales de consumo de alimentos saludables y nutritivos, así como las necesidades del mercado global que demandan productos convenientes fáciles de preparar y listos para consumir, las exportaciones de fruta procesada colombiana seguirán abriendo nuevos mercados y aumentando sus ventas (venturagroup, 2019).

## **4. Estudio técnico**

### **4.1 Proceso de Producción**

Somos una empresa cuyo fin es sólo tercerizar la comercialización de la pulpa de fruta combina entre el importador y el exportador, realizando los trámites de vialidad para la venta y consumo del producto en el país destino

### **4.2 Localización**

Fabricantes y comercializadores de pulpa de fruta ubicados Parcelación Industrial la Nubia Kilometro 15 Bodega 123, Juanchito, Comuna 7 Zona Oriente, Valle del Cauca.

### **4.3 Inversiones**

Capital propio de los socios.

## 5. Estudio Administrativos y Aspectos Legales

### 5.1 Estructura organizacional

La actividad de la empresa se limita a la intermediación por las personas que desarrollaran la idea más no se estructura una orden jerárquica organizacional más que de servicios.

### 5.2 Planeación estratégica

#### 5.2.1 matriz DOFA.

<b>DOFA</b>	
<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Primera asesoría de Comercialización</li> <li>✓ Falta de experiencia en el sector de exportaciones</li> <li>✓ Certificaciones y permisos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimiento del mercado en el país destino</li> <li>✓ Alta demanda del producto</li> <li>✓ Reconocimiento de la empresa en Colombia.</li> </ul>
<b>Fortalezas</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Innovación en la combinación de la fruta</li> <li>✓ Alianza comercial con el mercado de Canadá</li> <li>✓ Formación y acompañamiento en el desarrollo de investigación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Competencia dentro del mercado</li> <li>✓ Certificaciones</li> <li>✓ La gran oferta de productos dentro del mercado</li> </ul>

**Misión.** Mejorar el posicionamiento de las empresas y contribuir a la exportación de pulpa de fruta de forma rentable y benéfica para la salud de los consumidores aportando calidad de vida y bienestar en el mercado exterior.

**Visión** Mediante la innovación dar una propuesta de valor a nuestros productos para convertirnos en la empresa líder en la asesoría en busca de nuevos mercados para la exportación de pulpa de fruta en la región y a nivel nacional.

### **5.3 Aspectos Legales**

Los aspectos legales que competen a este trabajo se dan por la reglamentación que exige el gobierno nacional y departamental para constituir una empresa estos requisitos son:

- Requisitos de matrícula mercantil y solicitud del NIT.
- Certificado de existencia y representación legal
- Tramite de Rut
- Registro de Industria y Comercio
- Licencia sanitaria y de seguridad
- Minuta de constitución y escritura

### **5.4 Tipo de empresa**

Determinando que dentro de los requisitos para la creación de la empresa y teniendo en cuenta las normas tributarias y analizado los diferentes aspectos de como los es el capital y la actividad como intermediación comercial, el desarrollo de este proyecto requerirá la constitución sociedad anónima (S.A.)

### **5.5 Requisitos legales de constitución**

Los requisitos para constituir las empresas en la república de Colombia están dados por las exigencias de cámara de comercio de cada ciudad, para el caso de esta empresa ubicada en la ciudad Santiago de Cali, la cámara de comercio exige los siguientes requisitos:

- Protocolizar el contrato en escritura pública (Estatutos de la Sociedad) -Obtención del NIT o RUT.

- Obtener las cartas de aceptación de los cargos de la sociedad o sucursales - Inscripción en la Cámara de Comercio.
- Registrar los libros de la compañía en la Cámara de Comercio Abrir una cuenta bancaria en la entidad de su elección.
- Registrar la inversión extranjera en el Banco de la República.

## 6. Estudio financiero

### 6.1. Inversiones del proyecto

El presente proyecto requiere una inversión de aproximadamente \$125.000.000 (ciento veinticinco millones de pesos), de los cuales los socios hacen aporte a capital por valor de \$60.000.000 (sesenta millones de pesos) y el restante \$65.000.0000 (sesenta y cinco millones) se solicitan a una entidad financiera.

Se presupuesta el pago del préstamo de \$65.000.000 en 48 meses, con una tasa periódica del 0.01250%, con un valor de cuota de \$1.354.166 pesos, para un total a pagar de \$73.124.996 pesos.

Con el total de inversión requerido se procede a llevar a cabo el proyecto.

### 6.2. Presupuestos de ingresos, costos, gastos.

#### 6.2.1 Ingresos.

Para realizar las proyecciones de ingresos se toma el costo del producto puesto en el exterior y el valor de venta de este, el cual nos da una utilidad aproximada del 26% mensual.

VALOR DE INGRESOS		
TRM		3800
	PESOS	DOLARES
VALOR UNITARIO DE VENTA	9700	1
UNIDADES DE PRODUCTO	15500	15500
PRECIO DE VENTA TOTAL	150350000	15500

Se hace el cálculo en dólares teniendo en cuenta un TRM de 3800 pesos.

Se hace estimaciones de utilidad anuales y mensuales, pero estos van directamente proporcionales a la cantidad de contenedores puestos en el exterior, en este caso se presupuesta con envío de un contenedor al mes.

### 6.2.2 Inversiones

Las inversiones descritas se generan como un único valor de inversión, las cuales son necesarios para el correcto funcionamiento del proyecto.

INVERSIONES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
COMPUTADORES PORTATILES	3	\$ 800.000	\$ 2.400.000
ESCRITORIOS	3	\$ 100.000	\$ 300.000
IMPRESORA	1	\$ 300.000	\$ 300.000
TELEFONO	3	\$ 60.000	\$ 180.000
SILLAS DE OFICINA	4	\$ 85.000	\$ 340.000
ARCHIVADORES	2	\$ 72.000	\$ 144.000
PUBLICIDAD	1	\$ 250.000	\$ 250.000
SILLAS DE ESPERA	2	\$ 25.000	\$ 50.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 3.964.000</b>

### 6.2.3 Costos variables

Para los costos del producto se realizó la cotización con la compañía Pulpi fresh Ltda., la cual se escogió como proveedora por sus altos estándares de calidad.

COSTOS DIRECTOS	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
UNIDADES	\$ 15.500	\$ 15.500
PRODUCTO	\$ 9.700	\$ 150.350.000
EMPAQUE	\$ 450	\$ 6.975.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10.150</b>	<b>\$ 157.325.000</b>

### 6.2.4 Costos fijos

En los costos a continuación relacionados se representan en valor mensual y son independiente de valor de producción y de ventas en cada periodo.

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	
FIJOS	VALOR
ALQUILER OFICINA	\$ 1.800.000
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 180.000
INTERNET	\$ 160.000
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$ 2.140.000</b>

### 6.2.5 Costo nómina

La nómina considerada se estima en base las necesidades del proyecto, vale aclarar que esta se considera como fija ya que su valor en el tiempo es el mismo independientemente de las ventas del mes.

<b>GASTOS NÓMINA</b>	
SOCIOS	\$ 5.400.000
REPRESENTANTE	\$ 2.800.000
FINANCIERO	\$ 1.600.000
<b>MENSUAL</b>	<b>\$ 9.800.000</b>

<b>NÓMINA</b>	<b>VALOR</b>
Salarios	\$ 9.800.000
Auxilio de transporte	\$ 240.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 10.040.000</b>
Cesantías 8,33%	\$ 836.332
prima 8,33%	\$ 836.332
Vacaciones 4,17%	\$ 408.660
Int/Cesantías 1%	\$ 8.363
Pensión 12%	\$ 1.176.000
Salud 8,5%	\$ 833.000
ARL 2,436%	\$ 238.728
Caja compensación familiar 4%	\$ 392.000
<b>TOTAL NÓMINA MENSUAL</b>	<b>\$ 14.769.415</b>

### 6.2.6 Costos totales

En los costos totales se incluyen los gastos financieros, en este caso el préstamo que se realiza para la ejecución de proyecto.

<b>COSTOS TOTALES</b>	
<b>GASTOS/ COSTO</b>	<b>TOTAL</b>
COSTOS DIRECTOS	\$ 45.767.903
GASTOS DIRECTOS	\$ 34.845.703
GASTOS DE NÓMINA	\$ 14.769.415
GASTOS OPERACIONALES	\$ 2.140.000
INVERSIONES	\$ 3.964.000
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.354.166
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 102.841.187</b>

### **6.3. Determinación de los costos unitarios de exportación o importación**

Para los costos determinados de exportación, producto puesto en el país destino se tomaron como base cotizaciones de un agente de cargas de Agecoldex. (Validar esto)

<b>GASTOS DIRECTOS</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
UNITARIZACIÓN	\$ 1.450.000
MANIPULEO LOCAL	\$ 280.000
DOCUMENTACIÓN	\$ 380.000
TRANSPORTE HASTA PUNTO DE EMBARQUE	\$ 3.500.000
ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	\$ 400.000
MANIPULEO PREEMBARQUE	\$ 245.000
MANIPULEO EMBARQUE	\$ 1.500.000
SEGURO (PAIS EXPORTADOR)	\$ 450.000
AGENTE	\$ 502.816
TRANSPORTE INTERNACIONAL	\$ 18.641.000
SEGURO INTERNACIONAL	\$ 398.887
MANIPULEO DESEMBARQUE	\$ 2.648.000
TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR	\$ 3.200.000
ALMACENAMIENTO	\$ 650.000
SEGURO (PAIS IMPORTADOR)	\$ 600.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 34.845.703</b>

#### 6.4. Estado de resultados del proyecto

##### Utilidad

El resultado del proyecto al finalizar deja una utilidad mensual por contenedor puesto en el exterior de 24,8%. Se hace una estimación anual teniendo en cuenta que se hace envío de un contenedor por mes.

MARGEN BRUTO DE DISTRIBUCIÓN		
TRM	\$ 3.800	
	<b>PESOS</b>	<b>USD</b>
VALOR UNITARIO VENTA	\$ 9.700	\$ 1,00
UNIDADES PRODUCTO	15.500	15.500
PRECIO VENTA TOTAL	\$ 157.325.000	\$ 15.500,00
COSTO DEL PRODUCTO EN EL EXTERIOR	102.841.187	\$ 27.063,47
UTILIDAD MENSUAL 23,5%	54.483.813	\$ 14.337,85
UTILIDAD ESTIMADA ANUAL	653.805.752	\$ 172.054,15

#### 6.5. Flujo de caja del proyecto

Se hacen proyecciones y cálculos con un incremento del 3.4% lo que muestra en los cuatro meses unas proyecciones positivas para la ejecución del proyecto.

PROYECCIONES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4
FLUJO DE CAJA	VALOR			
INGRESOS POR VENTAS	\$ 157.325.000	\$ 163.303.350	\$ 169.508.877	\$ 175.950.215
COBRO DE DEUDAS	0			
TOTAL INGRESOS	\$ 157.325.000	\$ 163.303.350	\$ 169.508.877	\$ 175.950.215
DETALLE EGRESOS				
COSTOS DIRECTOS	\$ 45.767.903	\$ 45.767.903	\$ 45.767.903	\$ 45.767.903
GASTOS DIRECTOS	\$ 34.845.703	\$ 34.845.703	\$ 34.845.703	\$ 34.845.703
GASTOS DE NÓMINA	\$ 14.769.415	\$ 14.769.415	\$ 14.769.415	\$ 14.769.415
GASTOS OPERACIONALES	\$ 2.140.000	\$ 2.140.000	\$ 2.140.000	\$ 2.140.000
INVERSIONES	\$ 3.964.000	\$ 3.964.000	\$ 3.964.000	\$ 3.964.000
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.354.166	\$ 1.354.166	\$ 1.354.166	\$ 1.354.166
TOTAL EGRESOS	\$ 102.841.187	\$ 102.841.187	\$ 102.841.187	\$ 102.841.187
SALDO NETO	\$ 54.483.813	\$ 60.462.163	\$ 66.667.690	\$ 73.109.027
<b>SALDO ACUMULADO</b>	<b>\$ 54.483.813</b>	<b>\$ 114.945.975</b>	<b>\$ 181.613.665</b>	<b>\$ 254.722.693</b>

## 6.6. Flujo de caja del Inversionista

Se puede observar en el flujo de caja que en el mes cuatro se logra un acumulado de la inversión necesaria, lo que genera buenas proyecciones del proyecto y permite continuar a largo plazo con el mismo, al poder financiarse por sí mismo.

## 6.7. Análisis del punto de equilibrio

$P.E. = \frac{CF}{P - CV}$ <p> <i>CF</i> Costos fijos  <i>P</i> Precio unitario  <i>CV</i> Costos variables unitarios         </p>	$\frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio- Costo Variable}}$ $= \frac{\$5000}{\$2-\$1} = 5000$
--	---

PUNTO EQUILIBRIO	
PRECIO VENTA (P*U)	\$ 157.325.000
COSTO VARIABLE (Cvu*U)	\$ 45.767.903
COSTOS FIJOS	\$ 102.841.187
VALOR EN UNIDADES FISICAS	\$ 8.715.910

## **7. Impacto Social y Ambiental**

El desarrollo de investigación de la viabilidad de comercialización la pulpa de fruta va comprometido con crecimiento del agro colombiano, generar un mayor nivel de empleo en el área rural, siendo así, una importante alternativa para los campesinos de nuestro país, orientándolos hacia la producción de alimentos agrícolas. Donde en busca del desarrollo de infraestructura en la industria nacional y basándonos en los siguientes aspectos:

Aprovechar las oportunidades de negocio en Canadá con el libre tratado, dar mayor participación a los productos colombianos en el mercado exterior, brindar un valor agregado a las exportaciones de fruta colombiana.

En buscar que se pueda desarrollar y aplicar políticas que velan por el cuidado del medio ambiente, bajo el marco de un trabajo sostenido de capacitación a nuestros colaboradores, el mejoramiento continuo de nuestra organización y la calidad los procesos de comercialización.

### Referencias Bibliográficas

- Buitrago, Nathaly, Gomez, J., & Ramirez, W. (2013). *Perfil de Negocio "Fruit Canada"*. Bogotá D.C: Universidad EAN. Obtenido de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/4044/BuitragoNathaly2013.pdf?sequence=1>
- Clark, J. P. (25 de 05 de 2009). Fruit and Vegetable Juice Processing. *Case Studies in Food Engineering*, 49-57. Recuperado el 2020, de [link.springer.com](http://link.springer.com): [https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-1-4419-0420-1\\_6](https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-1-4419-0420-1_6)
- Datosmacro.com. (2016). *Piramide de población*. (O. ediciones, Ed.) Recuperado el 31 de 07 de 2020, de [datosmacro.expansion.com](http://datosmacro.expansion.com): <https://datosmacro.expansion.com/demografia/estructura-poblacion/canada>
- Diaz Perez, V. (2014). *Cuaderno Tecnológico No. 7: Conservación de frutas tropicales*. Unión Europea: Instituto Nacional de tecnología industrial .
- Dinero. (2018). *Escasez de coco en Colombia* . Agro.
- drgoerg. (s.f.). *drgoerg*. Obtenido de <https://www.drgoerg.com/int/es/se-reconoce-buen-aceite-coco>
- ES, F. (s.f.). *REPIICA.IICA*. Obtenido de [http://repiica.iica.int/docs/B0605e/B0605e\\_3.html](http://repiica.iica.int/docs/B0605e/B0605e_3.html)
- FEDEPALMA.ORG. (s.f.). *FEDEPALMA*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/7120-Texto%20del%20art%C3%ADculo-7282-1-10-20121211.pdf>
- iica.int. (s.f.). *proyectos* . Obtenido de [apps.iica.int](http://apps.iica.int): <http://apps.iica.int/dashboardproyectos/>
- Organización Mundial de la Salud OMS. (2007). *Aumentar el consumo de frutas y verduras para reducir el riesgo de enfermedades no transmisibles*. Recuperado el 31 de 07 de 2020, de [who.int](http://www.who.int): [https://www.who.int/elena/titles/fruit\\_vegetables\\_ncds/es/](https://www.who.int/elena/titles/fruit_vegetables_ncds/es/)
- Organizacion Mundial de Salud OMS. (2016). *OMS, Serie de Informes Técnicos 916: Dieta, nutrición y prevención de enfermedades crónicas*. Ginebra : OMS. Obtenido de [who.int](http://www.who.int): [https://www.who.int/nutrition/publications/obesity/WHO\\_TRS\\_916\\_spa.pdf](https://www.who.int/nutrition/publications/obesity/WHO_TRS_916_spa.pdf)
- Procolombia. (2016). *Perfil de Logística desde Colombia hacia Canadá*. Recuperado el 22 de 07 de 2020, de [colombiatrader.com.co](http://www.colombiatrader.com.co): <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del->

exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-canada

Proexport Colombiay; Banco Interamericano de Desarrollo; Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN). (2016). *Estudio de mercado - Canadá: Frutas exóticas*. Bogotá D.C., Colombia.

Pulpi Fresh. (2018). *Apoyo al agro Colombiano: Distribución de pulpa de fruta*. Recuperado el 22 de 06 de 2020, de sitios.claro.com.co: <https://sitios.claro.com.co/pulpi-fresh/venta-de-pulpa-de-frutas/valle-del-cauca/cali/comuna-7-zona-oriente/juanchito/>

Salud, G. O. (2002). *Informe sobre la salud en el mundo 2002*. Obtenido de [https://www.who.int/nutrition/publications/obesity/WHO\\_TRS\\_916\\_spa.pdf](https://www.who.int/nutrition/publications/obesity/WHO_TRS_916_spa.pdf)

venturagroup. (18 de 08 de 2019). *La exportación de frutas colombianas procesadas continúa abriendo mercados internacionales*. Recuperado el 25 de 06 de 2020, de [venturagroup.com: https://www.venturagroup.com/la-exportacion-de-frutas-colombianas-procesadas-continua-abriendo-mercados-internacionales/](https://www.venturagroup.com/la-exportacion-de-frutas-colombianas-procesadas-continua-abriendo-mercados-internacionales/)