



**Viabilidad del proceso de exportación de lulo liofilizado hacia Shanghái, China,
mediante la creación de una empresa.**

Daniela Sandoval Buitrago

Dayanara Julieth Duque Morales

Códigos

10702018105

10702014662

Universidad Antonio Nariño

Programa Comercio Internacional

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Bogotá D.C, Colombia

2023

**Viabilidad del proceso de exportación de lulo liofilizado hacia Shanghái, China,
mediante la creación de una empresa.**

Daniela Sandoval Buitrago

Dayanara Julieth Duque Morales

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

Comercio Internacional

Director (a):

profesor Nelly Barreto Caballero

Universidad Antonio Nariño

Programa Comercio Internacional

Facultad de Ciencias Económicas Y Administrativas

2023

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado
**Viabilidad del proceso de exportación de lulo
liofilizado hacia Shanghái, China, mediante la
creación de una empresa,**

Cumple con los requisitos para optar

Al título de _____.

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

Bogotá, octubre, 2023

TABLA DE CONTENIDO

Resumen.....	1
Abstract.....	2
1.Introducción.....	4
2.Estudios Preliminares	6
2.1 Planteamiento del Problema.....	6
3.Objetivos del Proyecto.....	9
3.1 Objetivo General.	9
3.2 Objetivos Específicos.....	9
4. Alcance	10
5. Justificación	11
6. Metodología	16
6.1 Población muestra	16
6.2 Técnicas e instrumentos para recolectar la información.	17
6.3 Técnicas e instrumentos para analizar la información.	18
6.4 Fuentes de información secundarias	20
6.5 Definición y justificación del tipo de estudio.....	20
7. Estudio De Mercado	22
7.1 Análisis de los Antecedentes.....	22

7.2 Producto	23
7.3 Características del consumidor.....	24
7.4 Análisis de la Demanda.....	25
7.5 Análisis de la Oferta	27
7.6 Análisis de Precios	27
7.7 Sistemas de Comercialización.....	28
7.8 Proyecciones de Mercado.....	30
7.8.1 Proyección de la Demanda	30
7.8.2 Proyección de Precios.....	31
7.9 Sistema de Comercialización a utilizar	31
8. Estudio Técnico	33
8.1 Tamaño: mercado, localización y financiamiento.....	33
8.1.2 Mercado	33
8.1.3 Cultura de Celebraciones Generales	36
8.1.4 Localización.....	39
8.1.5 Financiamiento	39
8.1.6 Localización: macro localización y micro localización tanto del país de origen como del país de destino	41
8.2 Ingeniería del proyecto (Logística).	44
9. Estudios Administrativos	55

9.1 Impacto empresarial generado con el proyecto	55
9.2 Estructura Organizacional	56
10. Estudio Legal	57
10.1 Tipo de empresa a crear o reestructurar	57
10.2 Requisitos legales de constitución o reestructuración	58
10.3 Normatividad aplicable en para el producto tanto en el país de origen como en el de destino general	59
11. Estudio Financiero	60
11.1 Inversiones y fuentes de financiación (balance preoperativo)	60
11.2 Presupuestos de ingresos, costos, gastos	61
11.3 Determinación de los costos unitarios de exportación	62
11.4 Estado de resultados del proyecto	63
11.5 Flujo de caja del proyecto	63
11.6 Análisis del punto de equilibrio	64
12. Evaluación Financiera.....	66
12.1 Valor Presente neto – VPN	66
12.2 Tasa Interna de retorno -TIR	66
12.3 Periodo de recuperación de la inversión – PRI	67
12.4 La razón ingreso a la inversión.....	68
12.5 Relación Costo – Beneficio.....	68

13. Impacto Social Y Ambiental.....	69
14. Conclusiones.....	71
15. Referencias Bibliográficas	72

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Clasificación arancelaria del producto objeto de investigación.....	6
Ilustración 2 Innova Fruits	19
Ilustración 3 Productos Tianjin Sai Yu Food Co., Ltd.	19
Ilustración 4 Xiamen Sonpy Import & Export Co	29
Ilustración 5 Shandong Jinxiang Udele Food Co., Ltd.....	29
Ilustración 6 Logo	32
Ilustración 7 Variedad de Platos Tradicionales.....	34
Ilustración 8 Localización.....	39
Ilustración 9 Macro Localización Origen	42
Ilustración 10 Macro Localización Destino	43
Ilustración 11 Micro Localización Origen	43
Ilustración 12 Micro Localización Destino.....	44
Ilustración 13 Embalaje Primario	45
Ilustración 14 Embalaje Secundario	46
Ilustración 15 Embalaje Terciario.....	47
Ilustración 16 Paletización	48
Ilustración 17 Trayecto desde Colombia hacia China	49
Ilustración 18 Proceso de Producción.....	51
Ilustración 19 Proceso de distribución.....	51
Ilustración 20 Minuta de Constitución.....	58
Ilustración 21 Industria Sostenible.....	70

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Principales exportadores de lulo a nivel mundial 2022-2023 (Toneladas).....	12
Figura 2 Países importadores de lulo colombiano 2022-2023 (Toneladas).....	13
Figura 3 Principales importadores de fruta fresca china. valor CIF. Periodo 2021-2022	14
Figura 4 Participación en el mercado de frutas y verduras liofilizadas	17
Figura 5 Destino de Producto Exportado por Colombia.....	26
Figura 6 Demanda insatisfecha	30
Figura 7 Estructura Organizacional	56
Figura 8 Punto de equilibrio	64

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Comparación De exportación de Colombia hacia China y hacia el mundo	27
Tabla 2 Demanda insatisfecha histórica.....	30
Tabla 3 Proyección de Precios	31
Tabla 4 Horarios Laborales.....	36
Tabla 5 Días Conmemorativos.....	37
Tabla 6 Amortización préstamo.....	40
Tabla 7 Activos intangibles	41
Tabla 8 Balance de obra físicas.....	52
Tabla 9 Maquinaria y Equipo	53
Tabla 10 Equipo de oficina.....	53
Tabla 11 Muebles y enseres.....	53
Tabla 12 Hoja de Costos	60
Tabla 13 Ingresos	61
Tabla 14 Costos de Producción.....	61
Tabla 15 Gastos Administrativos.....	61
Tabla 16 Gastos operacionales.....	62
Tabla 17 Compra de Materia prima	62
Tabla 18 Estado de resultados.....	63
Tabla 19 Flujo de caja.....	63
Tabla 20 Punto de equilibrio.....	64
Tabla 21 VPN	66
Tabla 22 TIR.....	66

Tabla 23 Periodo de recuperación de la inversión	67
Tabla 24 La razón ingreso a la inversión	68
Tabla 25 Costo - Beneficio	68

Agradecimientos

Nos gustaría expresar nuestro más sincero agradecimiento principalmente a nuestros padres, hermanos y seres amados que siempre nos han brindado su apoyo incondicional, a nuestros maestros que nos acompañaron a lo largo de la carrera, brindándonos su conocimiento y bases fundamentales que hicieron que todo esto sea posible, mil y mil gracias, este trabajo es por y para ustedes.

Resumen

Esta investigación, cuyo objetivo es conocer la viabilidad de exportación del lulo liofilizado hacia Shanghái China, se analiza mediante un proceso a través de la creación de una empresa llamada FILU S.A.S., dedicada a ejecutar el desarrollo del lulo liofilizado y a su vez, encargada de gestionar el proceso de exportación. Este proyecto nace a partir de la necesidad del consumidor al querer adicionar a su alimentación un producto sano y que asimismo pueda ser un sustituto perfecto de productos que no son amigables con la salud.

La liofilización la podemos encontrar en varias presentaciones y con varios productos distintos a las frutas, en este caso el proyecto va a estar enfocado a una fruta, el lulo; se escoge esta fruta, ya que es apetecida por su acidez y tiene gran aceptación en los consumidores, especialmente en los consumidores extranjeros ya que se encuentra catalogada como fruta exótica, así mismo es aceptada por los beneficios que aporta a la salud. Esta fruta al ser tan jugosa tiene una vida útil corta que puede llegar a afectar su exportación, es por eso por lo que el proyecto busca a través de la liofilización extender su conservación para poder ser distribuida al mercado de Shanghái, China.

Es por esto, que mediante el desarrollo de este proyecto se busca analizar qué tan viable resulta la exportación del lulo como fruta liofilizada hacia un mercado como Shanghái, lo anterior teniendo en cuenta que para hacer esto posible se requiere de la constitución de una empresa que fomente el empleo nacional mediante la transformación del producto y a su vez abre nuevos mercados internacionales.

Palabras clave: Liofilización, exportación, lulo, empresa.

Abstract

This research, whose objective is to know the viability of exporting freeze-dried lulo to Shanghai China, is analyzed by means of a process through the creation of a company called FILU S.A.S., dedicated to the development of freeze-dried lulo and, at the same time, in charge of managing the export process. This project was born from the consumer's need to add to their diet a healthy product that can also be a perfect substitute for products that are not friendly to health.

Freeze-drying can be found in various presentations and with various products other than fruits, in this case the project will be focused on a fruit, the lulo; this fruit is chosen because it is desired for its acidity and has great acceptance among consumers, especially in foreign consumers as it is classified as an exotic fruit, it is also accepted for the benefits it brings to health. This fruit, being so juicy, has a short shelf life that can affect its export, that is why the project looks for through freeze-drying to extend its conservation in order to be distributed to the market of Shanghai, China.

This is why the development of this project seeks to analyze how viable it is to export lulo as freeze-dried fruit to a market like Shanghai, taking into account that to make this possible it is required the constitution of a company that will be able to export the fruit to Shanghai, China.

This is why, through the development of this project, we seek to analyze how viable it is to export lulo as a freeze-dried fruit to a market such as Shanghai, taking into account that to

make this possible requires the establishment of a company that promotes national employment through the transformation of the product and in turn opens new international markets.

Key words: Freeze-drying, export, lulo, company.

1. Introducción

Mediante el presente trabajo se realiza el estudio de viabilidad correspondiente con el fin de llevar a cabo la exportación del lulo como fruta liofilizada hacia Shanghái, China. El proceso para la exportación se ejecutará teniendo en cuenta las diferentes variables del mercado y la competencia en el país de destino, así como la posible aceptación por parte de los consumidores.

El lulo es una fruta exótica que aporta grandes beneficios adicionales a su sabor cítrico característico que tiene buena aceptación en la mayoría de los consumidores; mediante investigaciones, datos reales y estadísticas se podrá conocer si este producto tiene una buena aceptación, y así mismo si esto marca o no un beneficio para la empresa. Sin embargo, se analizan igualmente aquellos aspectos que podrían afectar la exportación como lo son los factores ambientales y estructurales que influyen durante este proceso.

El objetivo del proyecto es analizar si la exportación del lulo en esta presentación es atractiva para el consumidor y si lo es, poder innovar en esta industria de la comida saludable con otras frutas que se puedan liofilizar, lo cual abre paso al desarrollo económico del país ya que al ser productores se estaría impulsando el agro colombiano y su reconocimiento en el exterior. Adicionalmente, lo que se busca es mejorar los hábitos de consumo de las personas, ya que actualmente se evidencia que las personas prefieren consumir alimentos ya preparados pero en ocasiones se puede observar que muchos de ellos no contienen los nutrientes y vitaminas esenciales que se requieren dentro del mismo, es por eso que, teniendo en cuenta un artículo publicado por la Escuela de Turismo y Gastronomía de los Pirineos (2022), se puede concluir que la fruta liofilizada tiene la ventaja de conservar las cualidades nutricionales como lo son

vitaminas, minerales, proteínas, etc; no altera los alimentos debido a su proceso basado en bajas temperaturas, se puede rehidratar el alimento y adicionalmente se vuelve un alimento con larga vida útil, ligera y práctica al momento de transportarla, por lo tanto se considera un snack delicioso y práctico de consumir.

2. Estudios Preliminares

2.1 Planteamiento del Problema.

El lulo es considerado una fruta exótica en la mayoría de los mercados latinoamericanos, ya que, su procedencia es de la cordillera de los Andes, esto ayuda a tener más abastecimiento al ser una fruta local; tiene un sabor característico cítrico que es de gran aceptación y no es común en el lugar al cual se va a exportar. Se realizará el procedimiento de la liofilización en donde se extrae toda el agua que contiene con el fin de facilitar el transporte hacia el país de destino, cabe resaltar que este es un proceso extenuante en su transformación, por la rigurosidad en la manipulación del producto, a pesar de ello, la liofilización asegura la conservación adecuada de las frutas.

Analizando las cifras de comercio exterior y validando el arancel de aduanas, se determina que la subpartida por la cual Colombia clasifica el producto objeto de investigación para su comercialización a mercados internacionales es 2008.99.90.00. La cual se usará como referencia durante la investigación.

Ilustración 1. Clasificación arancelaria para Colombia del producto objeto de investigación.

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	2008.99.90.00			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. - Los demás, incluidas las mezclas, excepto las mezclas de la subpartida 2008.19: -- Los demás: --- Los demás			01-ene-2007	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	

Nota: Tomado de DIAN Muisca

Teniendo en cuenta que la fuente estadística de comercio internacional más utilizada para esta investigación es Trade map, se aclara que la subpartida más desglosada registrada corresponde a 2008.99.90 - Prepared/preserved Fruit & Nuts & other edible p. of plants.

El cuestionamiento surge teniendo en cuenta que los países latinoamericanos que más exportan fruta fresca hacia China son Perú y Chile, los cuales reportan para el 2021 una exportación de 594 mil USD y 67 mil USD respectivamente. El mayor exportador de frutas hacia China es Vietnam, con exportaciones de 108.372 USD para el año 2021 y 198.507 USD para el año 2022 (TRADE MAP, 2022). Las cifras de comercio exterior descritas anteriormente, evidencian un escenario favorable para impulsar las exportaciones colombianas teniendo en cuenta que la participación de Latinoamérica no es muy alta.

Teniendo en cuenta el análisis anterior se plantea la siguiente pregunta orientadora para este proyecto, ¿Cuál es la viabilidad de un plan exportador del lulo liofilizado hacia Shanghái-China?

3. Objetivos del Proyecto

3.1 Objetivo General.

Conocer la viabilidad de la exportación de lulo liofilizado hacia Shanghái – China.

3.2 Objetivos Específicos.

3.2.1 Analizar la competencia en Shanghái-China en la venta de frutas liofilizadas.

3.2.2 Identificar los recursos y costos que implica la producción del lulo liofilizado.

3.2.3 Analizar el proceso de exportación requerido para el lulo con el fin de realizar un estudio de viabilidad para la exportación hacia China.

3.2.4 Revisar y observar el mercado potencial para la exportación del lulo como fruta liofilizada hacia China.

4. Alcance

Con este proyecto se pretende conocer la viabilidad para la exportación del lulo liofilizado, desde Bogotá D.C - Colombia hasta Shanghái - China en un periodo de cinco años; lo anterior teniendo en cuenta los datos obtenidos y analizados a lo largo de la investigación. Se analiza los costos para la exportación teniendo ventajas como la vida útil que no afecta al producto en el viaje, los costos incluyen factores como empaque, etiquetas y demás embalajes necesarios para que no haya daños.

La empresa encargada de este proceso de liofilización debe estar debidamente preparada para la distribución de estos alimentos, debe contar con los elementos adecuados y el personal necesario para evitar riesgos o cualquier otro tipo de situación que se pueda presentar a lo largo del proceso.

De igual forma, se analiza el mercado potencial para poder establecer el punto de equilibrio de la venta teniendo en cuenta los costos y gastos que se generen, así mismo, este estudio brinda la oportunidad de conocer si el mercado en general está marcado por un posible consumidor diario del producto o si tiene la acogida sólo en algunos consumidores. El enfoque inicial se encuentra planteado hacia cualquier persona, adulto, adulto mayor o niño que desee probar una idea innovadora y saludable.

5. Justificación

Hoy en día el lulo o naranjilla es considerada una fruta exótica en el continente asiático, siendo este un primer indicador que focaliza la atención principalmente en promover la debida exportación y comercialización del lulo liofilizado hacia el mercado chino. Se incluye la liofilización como valor agregado al ser un proceso diferente, en especial teniendo claro que no es igual que la fruta deshidratada. Esta fruta es escasa en varios países debido a que es un producto perecedero que tiene mayor producción en Latinoamérica, ya que, contiene gran cantidad de agua y al transportarla con una temperatura muy baja la fruta se congela, al llegar al destino y descongelarse puede llegar a dañarse o incluso perder sus propiedades naturales, en cambio, por medio de la liofilización la fruta conserva los nutrientes, sabores y no se ve afectada en gran medida su forma natural. Lo anterior, teniendo en cuenta varios aspectos para su exportación, a su vez colocando en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera, buscando la oportuna mejora en cada proceso.

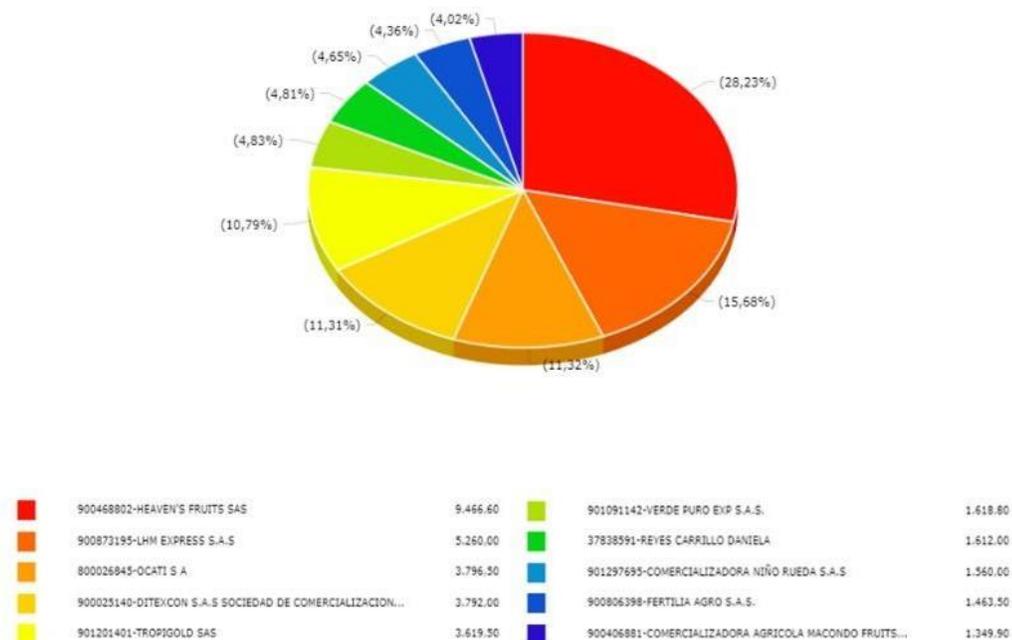
El lulo en Colombia se cultiva en regiones de economía campesina tradicional en un 74% y el 26% en regiones de economía empresarial, la mano de obra utilizada es 32% de tipo familiar, 24% contratada y en la modalidad de familiar-contratada 44%. Los cultivos se ubican en zonas de ladera entre los 1.200 hasta los 2.800 msnm, siendo una alternativa potencial para diversificar los sistemas de producción de los agricultores ubicados en la zona cafetera, por lo que la rentabilidad del cultivo está muy asociada al uso de mano de obra familiar (Muñoz, 2011).

El lulo es una fruta que es escasa al igual que las importaciones de la misma, proveniente de América Latina, ya que su producción está centralizada principalmente en esta zona;

Colombia es uno de los principales productores de lulo junto con Perú y Ecuador, por lo que se considera que podría llegar a ser viable siempre y cuando se manipule el producto de una manera correcta con el fin de que llegue al nuevo mercado y al consumidor en condiciones óptimas, con la calidad necesaria para su comercialización.

Para el análisis se tienen en cuenta gráficos en los cuales se indican los principales exportadores colombianos del lulo a nivel mundial. En la figura 1 se evidencia el esquema de los 10 principales exportadores colombianos de lulo en materia de cantidades, para el periodo de 2022 - 2023.

Figura 1. Principales exportadores de lulo a nivel mundial 2022-2023 (Toneladas)



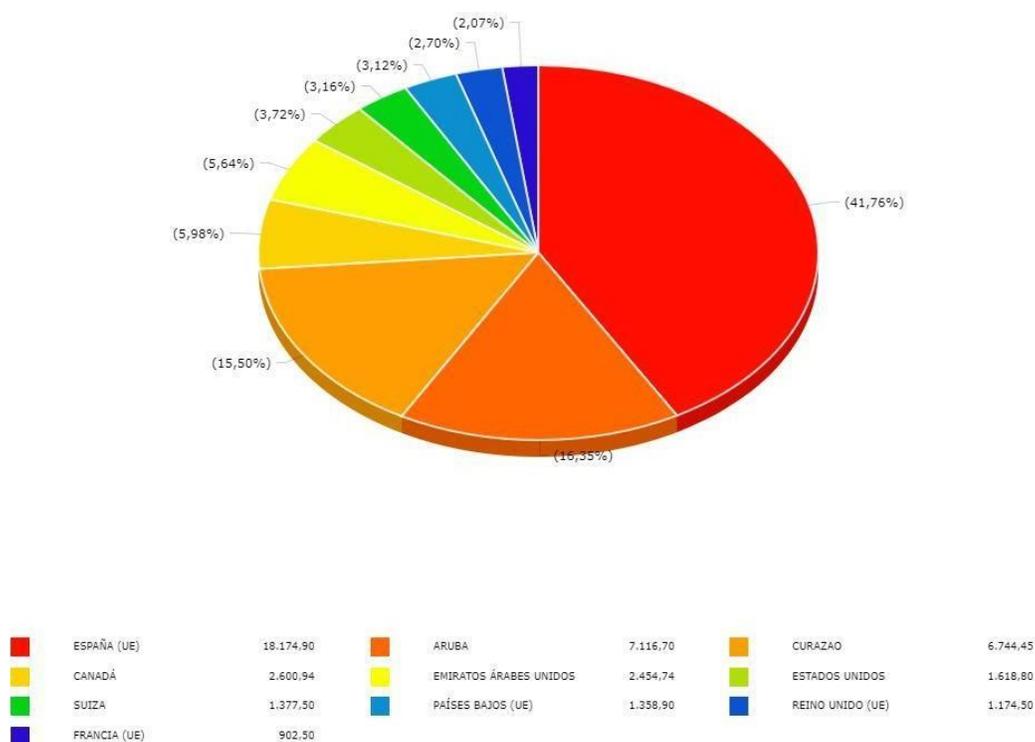
Nota: Tomado de Legis Comex.

De acuerdo con la gráfica anterior se puede observar que son cantidades pequeñas teniendo en cuenta la capacidad de producción que puede llegar a tener Colombia. En primer

lugar, se encuentra la empresa Heavens Fruits con una cantidad de 9.466 (toneladas) de lulo, la empresa que menos exporta es Comercializadora Agrícola Macondo, con una cantidad de 1.349 toneladas de lulo.

A continuación, los principales importadores de lulo colombiano:

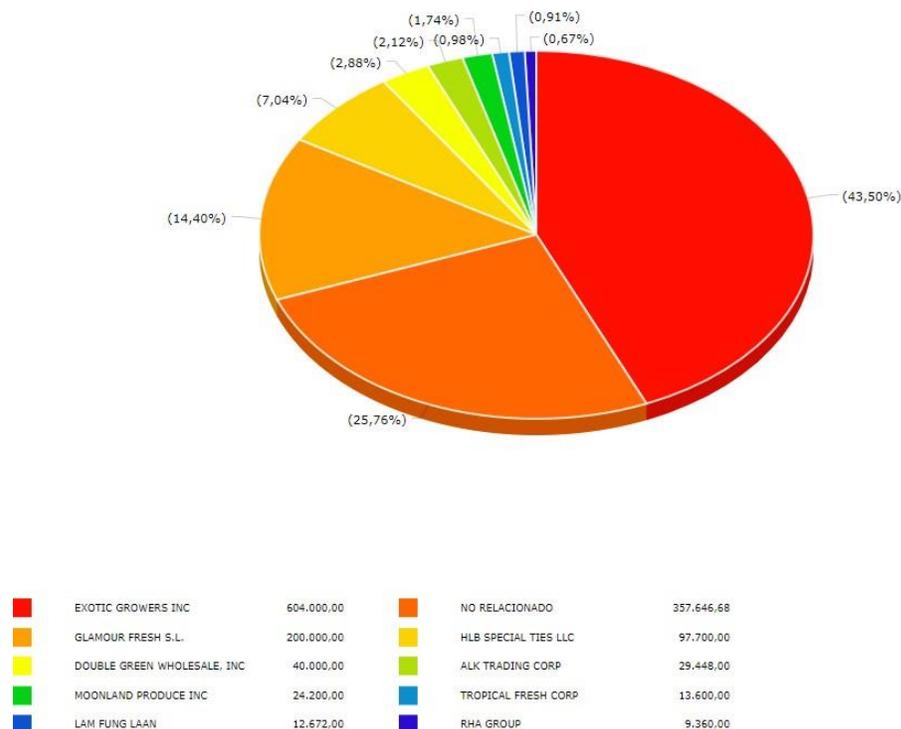
Figura 2. Países importadores de lulo colombiano 2022-2023 (Toneladas).



Nota: Tomado de Legis Comex.

Principalmente se evidencia que el mayor importador de esta fruta es España con una cantidad de 18.174 toneladas de lulo, y el que menos importa esta fruta es Francia con un reporte de 902 toneladas.

Figura 3. Principales importadores de fruta fresca China. Valor CIF. Periodo 2021-2022.



Nota: Tomado de Legis Comex.

En la Figura 3 se evidencia que el principal importador de frutas es la compañía Exotic Growers Inc con el 43.50% de las mismas, lo equivalente a 604.000 unidades. Y la compañía que tiene menor participación en las importaciones es Rha Group con el 0.67%, lo que se traduce a 9.360 unidades.

Según Agronegocios (2015) “El caso del lulo colombiano es similar al de la gran mayoría de frutas producidas para los mercados extranjeros, donde la posibilidad de exportar en fresco es prácticamente inexistente. Es así como las opciones se limitan a productos con valor agregado, que en el caso de esta fruta en particular se centra en pulpa y salsa.” asimismo se

pueden implementar alternativas de consumo del lulo, como lo es con el proceso de liofilización, la fruta al terminar la transformación tiene una característica en la cual puede volver a hidratarse con suficiente agua, pero esto solo para aquellas personas interesadas en realizar un retroceso.

El lulo liofilizado es una alternativa de exportación para el consumo, en donde tiene gran valor económico exportarlo al ser una fruta fresca por sus altos costos de envío siendo un producto perecedero, es por tal motivo que se piensa en una opción para el consumidor en destino, en Shanghai China.

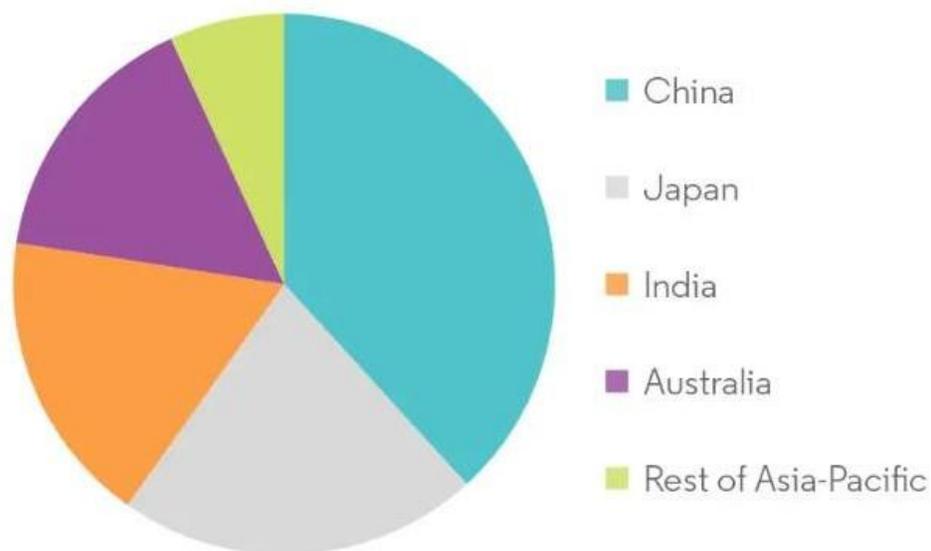
6. Metodología

6.1 Población muestra.

La población muestra serán aquellos consumidores en Shanghái que se encuentran interesados hacia la innovación de productos saludables o que quieren mejorar sus hábitos de consumo, esto enfocado a una percepción y crítica sobre el mismo. Se enfoca el segmento del mercado hacia los niños y adultos al poder considerarse un snack que reemplace de alguna manera un producto que no beneficie la salud, la fruta liofilizada es caracterizada por su crocancia, este factor siendo atrayente de este segmento.

Según Mordor, (2023) “Los consumidores en la región de Asia y el Pacífico tienden a inclinarse hacia la salud y la calidad de sus alimentos, lo que, a su vez, aumenta la demanda de productos alimenticios y nutricionales más premium. Esto ha llevado a la entrada de numerosos proveedores europeos y americanos en el segmento de frutas liofilizadas.” Es por esto, que la fruta liofilizada se ha destacado por ser un producto innovador para Asia y demás países interesados en el bienestar propio y común, además de la gran ventaja que se tiene al exportarse mediante la presentación de fruta liofilizada, lo cual incrementa la vida útil y hace más fácil su comercialización en mercados internacionales.

Figura 4. Participación en el mercado de frutas y verduras liofilizadas.



Nota: Tomado de Mordor Intelligence (2023).

Conforme a la anterior figura, la participación de frutas y verduras liofilizadas en el mercado asiático y pacífico lo lidera China, seguido de Japón, India y Australia, esto debido a que ha crecido el consumo de alimentos procesados como también productos que contribuyen o aportan positivamente a la salud. Este es el caso de la fruta liofilizada, aporta beneficios por lo cual el consumidor ha confiado en estos productos implementados hasta el momento.

6.2 Técnicas e instrumentos para recolectar la información.

La información se recolecta por medio de investigaciones, artículos, datos estadísticos y demás documentos que se encuentren relacionados tanto con la materia prima como con los procesos que se implementan al momento de obtener la fruta liofilizada. Así mismo se obtendrá

información por medio del análisis del mercado objetivo teniendo en cuenta la cultura y competencia en ese país.

Teniendo en cuenta que la fuente estadística de comercio internacional más utilizada para esta investigación es TradeMap, se aclara que la subpartida más desglosada registrada corresponde a 2008.99.90 - Prepared/preserved Fruit & Nuts & other edible p. of plants.

6.3 Técnicas e instrumentos para analizar la información.

Las técnicas e instrumentos que se tienen en cuenta son investigaciones y análisis del mercado objetivo, estas ayudaran en cuanto a la posible aceptación del consumidor en el mercado, de igual forma se plantea un monitoreo del producto en las redes sociales siendo este un excelente medio para conocer la aceptación en el país de origen, como demás herramientas importantes como fuentes abiertas, entrevistas u otros.

Se analiza el producto por medio de competidores fuertes en el mercado que ofrezcan el mismo producto en todas sus características, se observa una empresa que también realiza el proceso de liofilización del lulo, es una empresa colombiana ubicada en la ciudad de Bogotá D.C, una empresa enfocada al sector agroindustrial con el nombre de Innova Fruits SAS, ofrece varios productos como aceite de aguacate, pulpas de frutas, Frutas Liofilizadas, frutas pulverizadas utilizando estos también para procesos de exportación.

Ilustración 1. Innova Fruits.



Nota: Tomado de la Página Oficial - Innova Fruits.

En cuanto a empresas en China se encuentra Tianjin Sai Yu Food Co., Ltd. Esta empresa dedicada a la operación para la producción de liofilización al vacío de frutas y verduras con casi 20 años de experiencia en la fabricación de liofilización es una de las primeras empresas involucradas en la industria de liofilización en China dedicada a la comercialización en el país y en el extranjero consumiendo 5000 toneladas de fruta fresca para los procesos desarrollados en la empresa. (CYfoods, 2021)

Ilustración 2. Productos Tianjin Sai Yu Food Co., Ltd.



Nota: Tomado de Cyfoods.

6.4 Fuentes de información secundarias.

Como fuentes de información secundarias se utilizan estudios en los cuales se hayan realizado estos procedimientos y sus opiniones en cuanto a ese tema serán de gran ayuda para poder identificar riesgos o ventajas que se puedan demostrar en el desarrollo de este. También fuentes como tesis que se hayan realizado con productos similares, libros y artículos con los que se puedan recolectar datos y aclarar dudas que surjan.

6.5 Definición y justificación del tipo de estudio.

El tipo de estudio es cuantitativo, ya que se van a tener en cuenta los diferentes estudios que muestran por medio de datos para asimismo obtener resultados viables para la investigación, y analizando el porcentaje de aceptación del producto en el país al que se quiere llegar.

Se realiza este tipo de estudio, dado que este se basa en la recopilación de datos numéricos y estadísticos para responder las preguntas que están sujetas a la investigación. Para ejecutar este tipo de estudio se cuentan con experimentos, análisis de datos secundarios, estudios longitudinales, una investigación correlacional o estudios de casos y series temporales. El estudio cuantitativo se caracteriza por su enfoque en la medición y análisis numérico de datos para obtener resultados objetivos y generalizables, estos métodos están siendo utilizados en las diferentes disciplinas como la psicología, la sociología, la economía, la epidemiología y otras áreas de la investigación científica.

El proyecto se hará por medio de fuentes de información verídicas que nos den con claridad datos que nos ayuden en la investigación del producto a analizar en el lugar de

comercialización. Se han realizado investigaciones con diferentes frutas, pero con el mismo proceso de liofilización que servirán como guía y como base para la fruta que se utilizara.

7. Estudio De Mercado

7.1 Análisis de los Antecedentes.

La liofilización es una técnica de conservación creada para revolucionar la producción tradicional de alimentos, probióticos, cosméticos, nutracéuticos o medicamentos. (Garrote, 2023). Esta técnica tiene como proceso eliminar el agua del alimento que se vaya a utilizar ya sea fruta, vegetal o dulces. El producto pasa por un proceso de sublimación, es decir congelación y evaporación, este es un método eficaz, ya que, al extraer el agua evita que el mismo genere microorganismos encargados del deterioro.

El nombre de liofilización se atribuye formalmente a Alexander Fleming (1943), quien creó este proceso para conservar el plasma sanguíneo durante la Segunda Guerra Mundial y también para la creación de los primeros antibióticos compuestos por Penicilina (BBVA, s.f.). Los procesos de liofilización iniciaron con todo tipo de producto, es por esto por lo que en la actualidad muchos alimentos contienen esta característica y son comercializados, sin embargo, suelen tener un alto costo en su producción, ya que para obtener este resultado se consume mucha energía eléctrica, por esta razón su comercialización es limitada en el mercado.

La fruta liofilizada es un proceso que se creó con el fin de la conservación de un alimento perecedero, es conocida como la congelación al vacío, dado que implica la eliminación del agua para prolongar la vida útil de un alimento, este proceso es dirigido a carnes, verduras y lácteos, últimamente utilizado en frutas. La liofilización se creó en la primera mitad del siglo XX por la necesidad de conservación para las expediciones antárticas por lo que fue necesario que

científicos y exploradores se reunieron para poder hallar un modo de preservar los alimentos (Garrote, 2023).

Según Garrote (2023) la liofilización en la segunda guerra mundial tuvo lugar al realizar este proceso para suministrar alimentos a las fuerzas armadas demostrando así su utilidad de conservación, después esta tomó popularidad debido a su sabor, textura y valor nutricional, y capacidad de conservación en lugares sin refrigeración, por lo que cada vez tiene más reconocimiento y se va implementando en diferentes industrias por su facilidad de almacenamiento y transportabilidad y principalmente por su perfil nutricional.

7.2 Producto.

La palabra “lulo” tiene como significado pequeña naranja, se caracteriza por su aroma, acidez, y por ser catalogado como un fruto cítrico exótico, teniendo gran reconocimiento al ser una fruta que puede integrarse perfectamente en una receta de alta cocina. Esta fruta tiene dos especies, la primera es subespecie quitoense esta especie es diferenciada por el tipo de planta al no tener espinas en los tallos se encuentra en Ecuador y al sur de Colombia, por otro lado, está la variedad septentrional es espinosa y resistente, esta planta suele crecer de 1000 a 1900 metros sobre el nivel del mar y se encuentra en Costa Rica y Colombia. (Ammarket, 2021).

La liofilización del lulo como se ha dicho anteriormente es un proceso que se utiliza para prolongar su vida útil al eliminar el agua sin afectar su sabor y textura es por esto por lo que resulta de mayor beneficio el envío marítimo por costos y tiempo de vida del producto. Esto hace posible transportarlo sin que se deteriore debido al tiempo, lo cual es especialmente importante en el caso de frutas perecederas como el lulo. (Marcos, 2018).

En cuanto, a la presentación es en tamaño de 20 g, se considera que es una cantidad promedio para un niño o un adulto, este producto puede ser catalogado como un snack por lo tanto se hará la venta de este producto en esta única presentación y se irá ampliando el catálogo de venta según la necesidad y la aceptación del consumidor.

7.3 Características del consumidor.

El producto se dirige a las personas que buscan ser parte de un nuevo estilo de vida en el que el consumo de productos liofilizados suele contener alternativas de transformación y en el cual se aportará un nuevo artículo (lulo). Dentro de su alimentación diaria implementen el consumo de alimentos saludables o bien, aquellas que estén buscando mejorar sus condiciones alimenticias asimismo que tengan capacidad de compra. De igual manera, este al ser un producto natural y saludable es apto para el consumo de niños, gestantes y personas mayores. Es un producto que puede reemplazar otros, muchas personas están acostumbradas al consumo de productos con una textura similar, pero con contenidos químicos que pueden dañar la salud y teniendo alternativas saludables como lo es la fruta liofilizada.

Teniendo en cuenta un estudio realizado por Nielsen (2019), se afirma que, el consumidor chino se encuentra más cercano hacia el mundo de las compras tecnológicas o E-commerce, la tendencia de consumo suelen ser aquellos productos que representan su cultura y costumbres en los diferentes bienes ofrecidos o buscan y compran aquellos productos que sean innovadores y difíciles de encontrar dentro del mercado común.

El producto va dirigido hacia Shanghái - China en donde es importante mencionar según Marcos (2018) que algunas frutas con sabores ácidos, como los cítricos son populares y son de

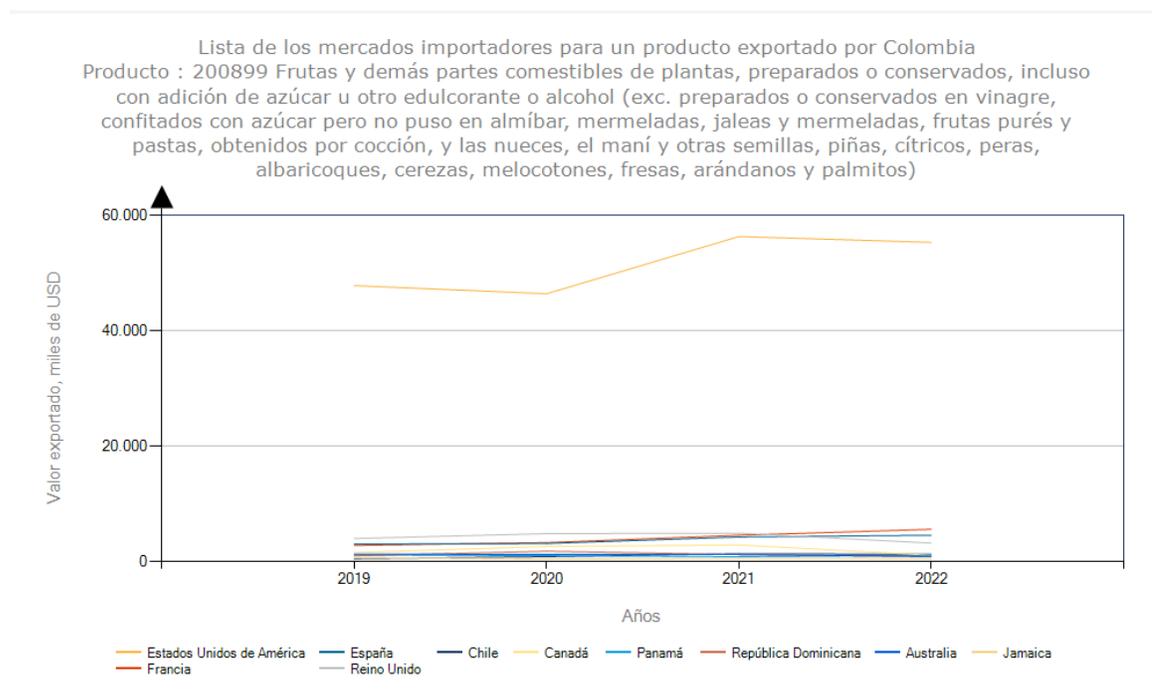
alto consumo. Según la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura “Las importaciones de cítricos a China han crecido enormemente en la última década. Según las cifras de la oficina de aduanas, las importaciones oficiales fueron 270 toneladas métricas en 1993; 6.240 toneladas métricas en 1996 y 56.435 toneladas métricas de enero a octubre del 2000. Lo que queda menos claro, es el volumen de cítricos que se moviliza en la frontera con Hong Kong”.

Es decir que China aumentó sus importaciones debido a que utilizan estas frutas de forma ostentosa, son una razón para el manejo del gran volumen de frutas cítricas, en las ciudades más grandes de China, donde la población es más diversa se encuentran comunidades extranjeras en donde hay lugares en los que venden mayor variedad de frutas incluyendo el lulo y en donde este tiene reconocimiento y gusto por las comunidades.

7.4 Análisis de la Demanda.

La fruta es un producto que tiene gran demanda en muchas partes del mundo debido a sus nutrientes y beneficios que aportan, china es un gran importador de frutas con calidad sabor e inocuidad, las frutas tienen una vida útil muy corta y en este caso el lulo aún más, pero aumentando esta, con tecnología se extiende hasta por 15 días pero no es lo suficiente para que el producto llegue en las mejores condiciones desde Colombia sin contar con un transporte costoso, se toma una opción viable realizando un proceso de liofilización que no tiene conservantes o químicos.

Figura 5. Destino de Producto Exportado por Colombia.



Nota: Tomado de Trade Map.

De acuerdo con la gráfica anterior, podemos notar los principales importadores para el producto procesado por parte de Colombia, Estados Unidos es el que encabeza la lista, seguido de Reino Unido, Francia y Panamá.

Según Mordor Intelligence “El mercado de alimentos liofilizados en China está experimentando una rápida expansión, debido al creciente consumo de alimentos procesados y la creciente preferencia por las comidas listas para consumir, debido a la tendencia al alza de los estilos de vida activos de los consumidores.” Es decir, que esta forma de consumir alimentos ricos en vitaminas se está expandiendo por el mundo, es una forma de reemplazar productos que afectan la salud y formas más sencillas para las personas que no cuentan con suficiente tiempo.

Tabla 1. Comparación De exportación de Colombia hacia China y hacia el mundo.

Código del producto	Descripción del producto	Colombia exporta hacia China			Colombia exporta hacia el mundo		
		Valor en 2020	Valor en 2021	Valor en 2022	Valor en 2020	Valor en 2021	Valor en 2022
'2008992000	Frutas y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados, incluso con adición ...	0	0	0	347	312	294
'2008993000	Frutas y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados, incluso con adición ...	0	0	0	9503	10309	5741
'2008999000	Frutas y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados, incluso con adición ...	0	19	0	61647	73562	70541

Nota: Tomado de Trade Map.

La imagen evidencia un comparativo en miles de USD de cuánto exporta Colombia hacia China vs. lo que Colombia exporta al mundo de la subpartida 2008.99.90.00 correspondiente a los alimentos procesados y/o conservados. Para el año 2021 se registró que Colombia exportó hacia China 19.000 toneladas de fruta liofilizada.

7.5 Análisis de la Oferta.

China cuenta con productores de verduras y frutas liofilizadas, tienen un gran variedad aunque no cuentan con el lulo liofilizado, según Mordor Intelligence “El mercado de alimentos liofilizados en China está experimentando una rápida expansión, debido al creciente consumo de alimentos procesados y la creciente preferencia por las comidas listas para comer, debido a la tendencia al alza de los estilos de vida activos de los consumidores”, este producto puede tener acogida en este mercado al ser una alternativa y al tener características favorables para los consumidores.

7.6 Análisis de Precios.

Se realizan pruebas de mercado para conocer el comportamiento del producto y se implementan técnicas para que el producto pueda posicionarse en el mercado, por tanto, se envía el producto a organizaciones que tienen libre disposición para diseñar técnicas que puedan

mejorar las ventas de este. Para llevar a cabo este análisis se debe tener claro el incoterm a utilizar así mismo identificando los precios en el país destino de la fruta liofilizada teniendo en cuenta el proceso logístico que es necesario para la exportación.

Se puede analizar los precios de venta para las frutas liofilizadas importadas con una presentación de 1000g o 1 kg, de acuerdo con información recopilada en la página de Alibaba y MercadoLibre se concluye que el precio de venta para estos productos oscila entre 100 a 150 dólares, lo equivalente a \$400.000 y \$600.000 pesos colombianos.

7.7 Sistemas de Comercialización.

Para la comercialización del producto se tiene en cuenta la venta directa, ya que, se va a generar una exportación que se va a distribuir a los diferentes clientes de la ciudad de Shanghai y estos así mismo generando las diferentes comercializaciones como lo es la venta cruzada o ventas personales. Se comercializa por medio de ventas por internet al ser este gran atractivo para las personas que no pueden desplazarse por temas personales o de trabajo.

Como cliente enfocado, está la empresa XIAMEN SONPY IMPORT & EXPORT CO., LTD “La empresa XIAMEN SONPY IMPORT & EXPORT CO., LTD, es una Fabricante/ Productor, que desarrolla su actividad en el sector Cítricos. También está presente en los sectores fruta fresca, exportación frutas, y frutas y verduras importación/exportación, producción y venta” (EuroPages, SF). Generando acuerdos para que este productor y vendedor de frutas cítricas en china amplíe su directorio de ventas y sus lugares de comercialización con una fruta exótica con valor agregado.

Ilustración 3. Xiamen Sonpy Import & Export Co.



Nota: Tomado de EuroPages.

Por otro lado, contamos con la focalización de otro cliente que desarrolla su actividad en el sector de frutas y verduras, este es SHANDONG JINXIANG UDELE FOOD CO., LTD, dedicado tanto a la importación como exportación para la comercialización de sus productos, sería un cliente potencial con el cual se determinarían acuerdos para que implementara el lulo liofilizado siendo este una alternativa para probar una fruta exótica en una presentación distinta y dando un reconocimiento de marca.

Ilustración 4. Shandong Jinxiang Udele Food Co., Ltd.



Nota: Tomado de EuroPages.

7.8 Proyecciones de Mercado.

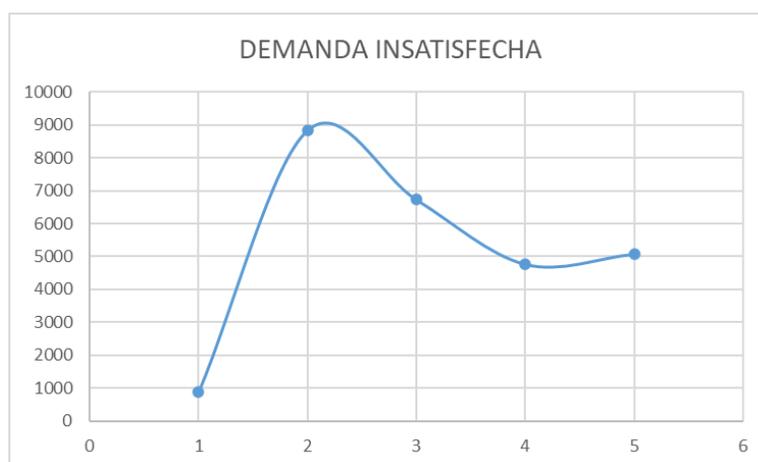
7.8.1 Proyección de la Demanda.

Tabla 2. Demanda insatisfecha histórica.

AÑOS	DEMANDA (TONELADAS)	OFERTA (TONELADAS)	DEMANDA INSATISFECHA
2018	11123	10247,85	875,15
2019	9866	1034,63	8831,37
2020	7668	939,21	6728,79
2021	5678	912,18	4765,82
2022	5983	908,42	5074,58

Nota: Elaboración propia (datos obtenidos de National Bureau of Statistics of China).

Figura 6. Demanda insatisfecha.



Nota: Elaboración propia.

Se hace un análisis para hallar la demanda insatisfecha, según la demanda total del producto en toneladas y la oferta total en toneladas con datos históricos para asimismo tener un dato real.

7.8.2 Proyección de Precios.

Tabla 3. Proyección de Precios.

PROYECCIÓN DE PRECIOS				
AÑO	AJUTE POR INFLACIÓN	PRECIO AJUSTADO EN COP	TRM	PRECIO AJUSTADO YUAN
2022	1,800	6200	0,002	11,05
2023	1,890	11718	0,0014	16,41
2024	1,896	22217	0,0018	39,99
2025	1,930	42879	0,002	85,76
2026	1,950	83615	0,0019	158,87
2027	2,000	167230	0,002	334,46

Nota: Elaboración propia (datos obtenidos del Banco de la República y TRM Xen).

Con los datos obtenidos se analiza según la TRM proyectada en los 5 años estimados el valor promedio del lulo liofilizado en yuanes, teniendo un precio ajustado entre los 11,05 yuan a 334,46 yuanes.

7.9 Sistema de Comercialización a utilizar.

El sistema de comercialización de la empresa se llevará a cabo por medio de la venta B2B, ya que por medio de la exportación se hará la venta a un cliente mayorista, el cual se encargará de revender el producto a un consumidor final de acuerdo con sus necesidades. Para esta venta es necesario llegar a acuerdos con los clientes focalizados.

Al tener dos clientes se llega a un acuerdo para que asimismo el producto que se va a enviar tenga una comercialización adecuada por parte del cliente, se dan instrucciones para el conocimiento de almacenaje y distribución, se acuerda una cantidad que justifique el envío y se deja a libre disposición del cliente.

Adicionalmente, el proceso correspondiente a la transformación del lulo se llevará a cabo mediante la creación de una empresa la cual se especialice en lulo liofilizado, lo anterior se determina teniendo en cuenta los impactos que se generan con la misma, ya que al crear empresa no solo se beneficia a los socios, sino que también se beneficia al mercado local por medio de la generación de empleo.

Para posicionar el proyecto como marca en el mercado de Shanghai, se crea el logo que se evidencia a continuación con el fin de que el producto pueda ser diferenciado de la competencia.

Ilustración 5. Logo.



Nota: Creación propia.

El logo se realiza pensando en el consumidor, que este sea atractivo para el cliente al momento de encontrarlo en el mercado y adicionalmente, se busca que refleje la esencia del producto, algo saludable, sencillo y diferente.

8. Estudio Técnico

8.1 Tamaño: Mercado, localización y financiamiento.

8.1.2 Mercado.

Shanghái - China es una ciudad ubicada en Asia, es una de las ciudades más pobladas de China, está situada en la China del este, es considerado un importante centro económico, financiero y comercial que ha logrado un rápido desarrollo en los últimos años. Es una ciudad de gran turismo debido a sus paisajes y cultura liberal, por lo cual en ella se hospeda gran parte de la población del mundo.

Esta ciudad ofrece grandes oportunidades profesionales, y ha sido cuna de grandes empresas que han decidido tener una sede en este territorio, es un lugar en el cual las personas pueden vivir con un entorno global y multicultural al tener diferentes escenarios culturales o artísticos, además es famosa por su gastronomía, su variedad de platos tradicionales del país los ha destacado de forma internacional.

Ilustración 6. Variedad de Platos Tradicionales



Nota: Centeno, L. (2017). Breve recorrido por la gastronomía de Shanghai.

Se cuenta con diversidad de frutas en el mundo es por esto por lo que se analizan diferentes frutas que llegan a ser importantes por su textura y sabor, en China se encuentra el liche es un producto originario del sur de china, de la isla de Hainan, es atractiva debido a su forma y sabor particular, resaltan gran cantidad de frutas exóticas, así como apoyan su producción nacional también son grandes exportadores de esta fruta.

Según Procolombia (2012) “Un informe de Euromonitor Internacional reveló que el aumento del poder adquisitivo de los chinos y la preocupación por la salud han impulsado una mayor demanda de fruta, la cual prefieren que sea importada por tener un mejor sabor, niveles de nutrición y aspecto, así como mayores variedades respecto a las disponibles a nivel doméstico” Es así como la población en este país recalca la importancia de consumir fruta y al tener información correcta de los beneficios de las

diferentes frutas del mundo se pueden ir aumentando sus importaciones, así mismo aceptando y mostrando interés por las frutas procesadas.

Por otro lado, la arquitectura de Shanghai es conocida por sus monumentos y sus templos budistas, pero se han enfocado en gran parte en la construcción de sus museos y galerías de arte en las que exponen su cultura. (Lonely Planet, 2017).

En esta ciudad se encuentra el puerto de Shanghai uno de los puertos con más movimiento de contenedores y considerado uno de los más importantes del mundo, este puerto está ubicado estratégicamente para que su salida e ingreso de mercancías sea lo más eficiente posible conectando con destinos y orígenes de forma sencilla.

Por último, Shanghái es una de las ciudades más pobladas del mundo por lo cual se quiere llegar a implementar un producto que sea innovador pero que tenga un reconocimiento en cuanto a su proceso por gran parte de la población, así mismo darlo a conocer a la mayoría de las personas que no lo conocen y que estén interesadas en consumir un producto que les aporta y no le resta a su salud.

La semana laboral en China es de lunes a viernes con un horario de máximo 8 horas diarias según lo establece la ley, dentro de la hora laboral se realiza una pausa para el almuerzo entre las 12 del mediodía y las 2:00 pm, este según el huso horario de Beijing.

Tabla 4. Horarios Laborales.

Comercio
Lunes a Domingo de 8:00 a 23:00 horas
Centros Comercial
Lunes a Domingo de 9:00 a 22:00 horas
Oficinas Públicas
Lunes a Viernes de 9:00 a 17:00 horas Una hora para la siesta
Bancos
Lunes a Domingo de 8:30 a 16:00 Lunes a Domingo de 9:30 a 18:00
Oficinas
Lunes a Viernes de 8:00 a 18:00 horas En algunas ciudades se inicia a las 9:00 o 10:00
Empresas
Lunes a Viernes de 8:00 a 17:00 horas Lunes a Viernes de 9:00 a 18:00 horas Lunes a Viernes de 8:30 a 17:30 horas

Nota: Tomado de Legis Comex.

8.1.3 Cultura de Celebraciones Generales

Dentro de la cultura, hay diferentes celebraciones las cuales son importantes, a continuación, se enlistan:

Tabla 5. Días Conmemorativos.

Día	Celebración
1 de Enero	Año nuevo
1.er día del 1.er mes lunar	Año Nuevo Chino
7 al 13 de Febrero	Fiesta de la Primavera
8 de Marzo	Día Internacional de la Mujer (las mujeres trabajan solo medio día)
2, 3 y 4 de Abril (5° periodo solar)	Festival de Qingming
1 de Mayo	Día del Trabajo
4 de Mayo	Día de la juventud (los jóvenes de 14 a 28 años trabajan media jornada)
1 de Junio	Día del Niño
9, 10 y 11 de junio (5° día del 5° mes lunar)	Festival del Barco Dragón
Día	Celebración
1 de Agosto	Día del Ejército
15, 16 y 17 de septiembre (15° día del 8° mes lunar)	Festival de Mitad del Otoño
1 al 7 de Octubre	Día Nacional de China

Nota: Tomado de Legis Comex

En cuanto a las citas es de vital importancia contar con un intermediario el cual va a ser el encargado de gestionar el proceso de agendamiento con los anfitriones, generalmente por escrito y con mínimo 2 meses de anticipación, así mismo es importante tener en cuenta la distribución de los asistentes dentro del espacio de encuentro, de igual forma no se puede pasar por alto el aspecto de enviar la información que se va a tratar antes del encuentro. La puntualidad es un aspecto vital al momento de reunirse, es muy importante llegar al lugar con mínimo 30 minutos antes de la hora pactada, el hecho de llegar puntual a la cita evidencia respeto y confianza.

En cuanto al vestuario es importante tener en cuenta que en ciudades como Shanghai son más formales con respecto al vestuario; a los hombres se les recomienda el uso de traje formal de colores oscuros, con corbata de color neutral, con zapatos de cordones y con un corte clásico.

Para las damas es importante trajes discretos, no está permitido el uso de faldas cortas ni de escotes pronunciados, al igual que los hombres, los colores deben ser oscuros o neutros, los zapatos deben ser planos o de tacón bajo ya que la imagen de la mujer en esa cultura suele ser muy conservadora.

Para el momento del saludo, es importante el apretón de manos, no es bien visto dar un beso en la mejilla ya que es considerado como un acto de confianza muy íntimo, en algunos casos los empresarios suelen inclinarse hacia el suelo como señal de respeto. De igual manera, al momento de dirigirse hacia el empresario se debe hacer por su título honorífico seguido de su apellido.

Al momento de encontrarse ya en la reunión se tratan todos los temas teniendo en cuenta la agenda que debió ser enviada previa al encuentro, esto con el fin de poder discutir cada punto con claridad y más serenidad, hay que tener en cuenta que la agenda debe ir en los idiomas inglés y chino, de igual manera es importante llevar a un intérprete especialmente si se van a tratar temas de suma importancia o de ámbito técnico o jurídico.

Las negociaciones se dan dentro de un tiempo considerable, por lo que es importante ser muy paciente ya que China al ser un importador masivo de insumos recibe muchas propuestas, por lo que ellos se toman el tiempo para analizar y escoger la mejor opción. Adicionalmente, la mujer es bien recibida dentro del ámbito de negocios ya que usualmente ocupa altos cargos y es parte fundamental dentro de la toma de decisiones.

8.1.4 Localización.

El destino del producto será hasta el puerto de Shanghai en donde el cliente tendrá la mercancía a su libre disposición, el puerto de Shanghai anteriormente mencionado es uno de los puertos con mayor reconocimiento debido a su circulación de contenedores, y su estructura que ayuda eficientemente al proceso logístico tanto de importaciones como de exportaciones al estar geográficamente bien ubicado.

Ilustración 7. Localización.



Nota: Tomado de Opportimes (2022).

8.1.5 Financiamiento

Se inicia con un préstamo el cual sirve como financiamiento del proyecto, este está calculado de tal forma que cubra los gastos básicos de la empresa como lo son las obras físicas, maquinaria y equipo, equipo de oficina, muebles y enseres, adicionalmente el

capital de trabajo que se necesita para procesar el lulo. En total el costo es \$97.911.891,40 en base a esto se realizó la amortización a un plazo de 5 años y una tasa de interés EA del 28%, con ello se obtuvo que el pago se efectúa mediante cuotas anuales de \$38.669.690,86.

Tabla 6. Amortización préstamo.

Valor Prestamo	\$	97.911.891,40				
Plazo			5			
Tasa de Interés EA			28%			
Cuota	\$	38.669.690,86				

Años	Saldo Inicial	Cuota	Interes	Amortizacion	Saldo Final
1	\$ 97.911.891,40	\$ 38.669.690,86	\$ 27.415.329,59	\$ 11.254.361,27	\$ 86.657.530,13
2	\$ 86.657.530,13	\$ 38.669.690,86	\$ 24.264.108,44	\$ 14.405.582,42	\$ 72.251.947,72
3	\$ 72.251.947,72	\$ 38.669.690,86	\$ 20.230.545,36	\$ 18.439.145,50	\$ 53.812.802,22
4	\$ 53.812.802,22	\$ 38.669.690,86	\$ 15.067.584,62	\$ 23.602.106,24	\$ 30.210.695,98
5	\$ 30.210.695,98	\$ 38.669.690,86	\$ 8.458.994,88	\$ 30.210.695,98	-\$ 0,00
		\$ 193.348.454,29	\$ 95.436.562,89	\$ 97.911.891,40	\$ 242.932.976,05

Nota: Elaboración propia.

En cuanto a activos intangibles se toma el costo de \$4.322.604 correspondientes a la escritura pública, la matricula del establecimiento, inscripción de documentos y el registro sanitario que verifica la calidad de los alimentos para consumo y uso humano. Esta financiación se realizará por medio de recursos propios, teniendo en cuenta que son los documentos requeridos para la constitución legal de la empresa FILU.

Tabla 7. Activos intangibles.

IMPUESTOS	Año 0
Escritura Publica	\$ 136.425
Matrícula del establecimiento	\$ 276.723
Inscripción de documentos	\$ 150.000
Registro sanitario para verificar calidad de los	\$ 2.048.115
TOTALES	\$ 2.611.263

Nota: Elaboración propia

Los activos descritos anteriormente, representan los documentos requeridos al momento de constituir una empresa en Colombia.

8.1.6 Localización: macro localización y micro localización tanto del país de origen como del país de destino.

a. Macro localización origen.

La fábrica para la producción de lulo liofilizado estará ubicada en Bogotá D.C, la capital de Colombia, es la ciudad más grande y poblada del país en la cual estará la fábrica encargada de la producción para la exportación del lulo liofilizado hacia China - Shanghai.

Ilustración 8. Macro Localización Origen.



Nota: Mende, L. (2018). Bogotá | Capital de Colombia.

b. Macro localización destino.

La exportación se hará hacia Shanghai-China, una de las ciudades más pobladas de China, se distribuye el producto a los distintos proveedores interesados en la venta de un producto innovador y bueno para la salud en un sector poblado como lo es la ciudad de Shanghai. Esta ciudad es el principal centro comercial y financiero del país como también uno de los más importantes del mundo.

Ilustración 9. Macro Localización Destino.

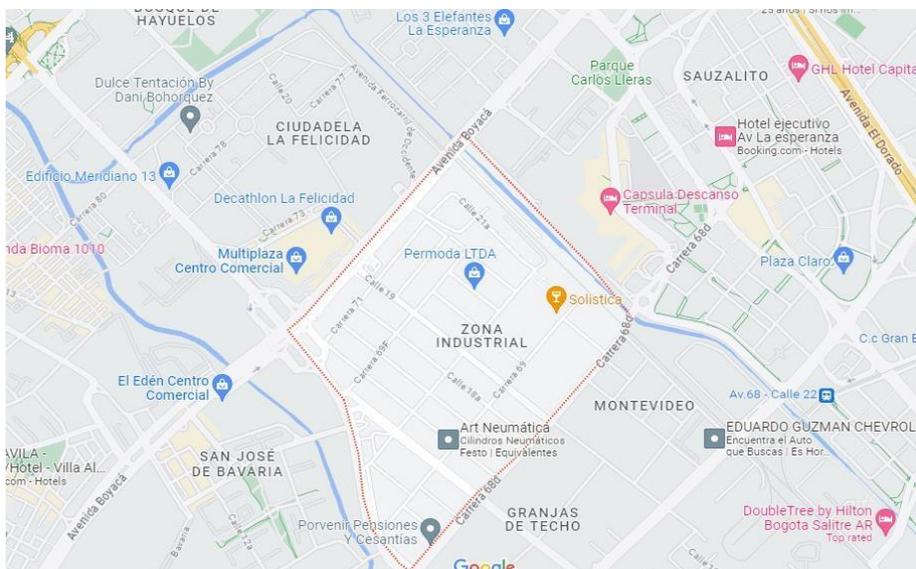


Nota: Beteta, M. (2023). Descubriendo Shanghai, la ciudad más grande de China.

Micro localización Origen

La empresa se encontrará ubicada más específicamente sobre la zona industrial de Fontibón, la anterior decisión se toma teniendo en cuenta su facilidad de transporte de la fruta ya procesada hacia el puerto por donde se exportará (Buenaventura).

Ilustración 10. Micro Localización Origen.



Nota: Tomado de Google Maps.

Micro localización Destino

La exportación tendrá destino en el puerto de Shanghai, al ser la ciudad en la que se encuentra el cliente, el cliente recogerá la mercancía en el lugar acordado y la distribuirá según su necesidad.

Ilustración 11. Micro Localización Destino.



Nota: Tomado de Google Maps.

8.2 Ingeniería del proyecto (Logística): Proceso de Importación o exportación del bien o servicio, Proceso de Producción, Distribución de la planta y/o bodega.

a. **Proceso de exportación:** El tratamiento para exportar el producto debe ser muy cauteloso teniendo en cuenta que el mismo se llevará por medio del transporte marítimo, para este caso, se realiza el siguiente proceso:

- **Empaque y embalaje:** Uno de los beneficios de la fruta liofilizada, es que su vida útil es muy larga por lo tanto el aspecto en el que más cautela se debe tener es en cuanto a su empaque y presentación.

El empaque primario consistirá en un papel parafinado, el cual gracias a sus características cumplirá dos funciones esenciales para el producto, la primera es conservar la frescura de este, y la segunda aislar el producto de cualquier filtración de agua o humedad que se pueda presentar durante su transporte ya que es 100% impermeable. Adicionalmente, gracias a sus recubrimientos por ambas caras, garantiza que el producto no altere ni su forma ni su sabor original.

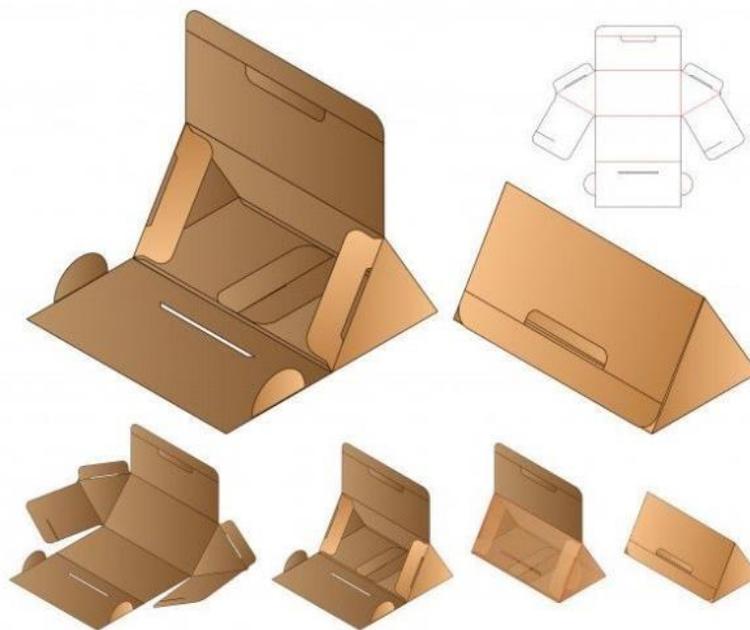
Ilustración 12. Embalaje Primario.



Nota: Tomado de Impresos Fénix. Imagen de referencia.

El empaque secundario es una caja de cartón plegadiza en forma triangular, esta presentación aparte de ser atractiva para el cliente se escoge pensando en la facilidad que tiene para el momento en el que el producto vaya a ser consumido. Su versatilidad se adapta a la practicidad que busca un consumidor cuando va a la tienda por un snack.

Ilustración 13. Embalaje Secundario.



Nota: Tomado de Alamy. Imagen de referencia.

El embalaje terciario es una caja de cartón corrugado en donde se agrupan las cajas triangulares, esta caja facilita la paletización y a su vez sirve como barrera para evitar que se filtre humedad en el producto. Adicionalmente con este embalaje se garantiza que estas puedan llegar a ser reutilizadas y así contribuir positivamente al cuidado del medio ambiente.

Ilustración 14. Embalaje Terciario.



Nota: Tomado de Máster Logística. Imagen de referencia.

En cuanto a la paletización, se realiza teniendo como referencia el software Quick Pallet Maker, en este se ingresa la información del empaque primario y el software se encarga de organizar la carga en las cajas adecuadas y el pallet que corresponda. Para este caso, se organizan las cajas de a 2 teniendo en cuenta su forma triangular y optimizando el espacio de la caja. Cada pallet se compone de cuatro cajas de longitud, seis cajas de ancho y siete de alto, para un total de 2.016 cajas triangulares y 168 cajas grandes por pallet, para un total de 10 pallets equivalentes a un contenedor de 20 pies, como se evidencia en la imagen a continuación.

Ilustración 15. Paletización.

Soluciones Disponibles - Sin Título 1

Inf. de Empaque Primario 808150.043C90
 Empaque Primario Longitud 8.00
 Empaque Primario Ancho 8.00
 Empaque Primario Altura 15.00
 Empaque Primario Peso 0.04

Número de Paleta 0002

Información de las Cajas box_808150.043C90...
 EP / Caja 6
 Longitud de caja int./externa 24.00/24.64
 Ancho int./externo de la caja 16.00/16.64
 Altura de caja int./externa 15.00/16.27
 Peso de Caja llena 0.41

Inf. de Cajas en la Paleta
 Cajas/Long. de Paleta 4
 Cajas por Ancho de Paleta 6
 Cajas por Altura de Paleta 7
 Cajas por Nivel 24
 Total de Cajas por Paleta 168

Paleta Eficiencia de Area 82.00%
 Paleta Eficiencia en Volumen 77.83%

Nombre CHEP 1200x1000

Paletas Factibles 18

Número de Cajas Factibles 6
Número de cajas Standard 0

n	Lon...	Anc...	Altura	Grp	L	W	H
0001	24.6	16.6	16.3	3	3	2	1
0002	24.6	16.6	16.3	4	3	2	1
0003	24.6	15.6	17.3	6	3	1	2
0004	24.6	15.6	17.3	1	3	1	2
0005	16.6	15.6	25.3	6	2	1	3
0006	16.6	15.6	25.3	1	2	1	3

Dimensiones de la Carga

	Sin incluir la paleta	Incluyendo la Paleta
Long. Carga	98.56	120.00
Ancho Carga	99.84	100.00
Alt. Carga	113.89	128.39
Peso Carga	68.76	98.76
Volumen de la carga	1,12 m ³	1,54 m ³

Total Empaques Primarios por Paleta 1008

Optimizar

Agrandar cajas 24,64 X 16,64 X 16,27

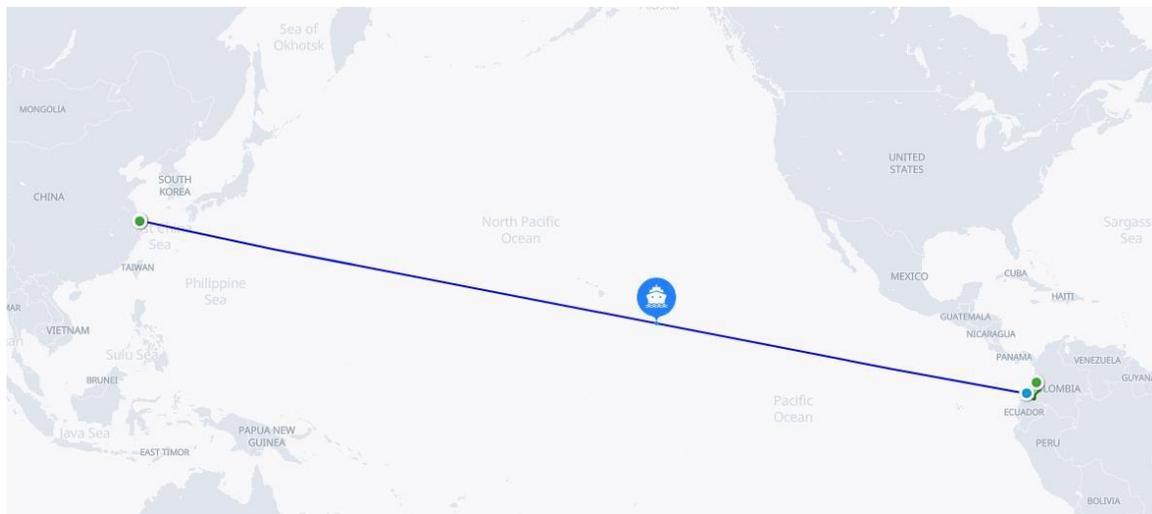
Sol	L Caja	A Caja	Alt C.	Peso...	Area	CxLon	CxAn...	CxAlt	CxNiv	Total	EP	Long...	Anch...	Altur...	Peso C	Ef. Ar...	Ef. Vol	Cod.
0001	24.64	16.64	16.27	0.41	0.28	4	6	7	24	168	1008	98.56	99.84	113.89	68.76	82.00%	77.83%	1
0002	24.64	16.64	16.27	0.41	0.28	7	4	7	28	196	1176	116.48	98.56	113.89	80.22	95.67%	90.80%	2
0003	24.64	16.64	16.27	0.41	0.28	7	28	7	28	196	1176	115.20	99.84	113.89	80.22	95.67%	90.80%	10
0004	24.64	16.64	16.27	0.41	0.28	4	6	7	24	168	1008	98.56	99.84	113.89	68.76	82.00%	77.83%	1
0005	24.64	16.64	16.27	0.41	0.28	7	4	7	28	196	1176	116.48	98.56	113.89	80.22	95.67%	90.80%	2
0006	24.64	16.64	16.27	0.41	0.28	7	28	7	28	196	1176	115.20	99.84	113.89	80.22	95.67%	90.80%	10

Nota: Tomado de Quick Pallet Maker.

Una vez se tiene la paletización se procede a transportar la carga desde la bodega ubicada en Bogotá, hasta el puerto de origen que para este caso es el puerto de Buenaventura, este será por medio terrestre.

En el puerto, se embarca en el buque correspondiente e inicia el proceso de exportación hacia el puerto de Shanghái con un tiempo de tránsito aproximado de 36 días; en el puerto de destino, el cliente aguarda por la mercancía y desde allí tanto los costes como el riesgo corren por cuenta de él.

Ilustración 16. Trayecto desde Colombia hacia China.



Nota: Tomado de Sea Rates

En la imagen se evidencia el trayecto de la motonave con destino al puerto de Shanghai, se elige el puerto de Buenaventura como destino por su facilidad de comunicación con la parte oriental del planeta, adicionalmente teniendo en cuenta que no se incurren en gastos mayores ya que la ruta es directa.

b. Proceso de producción:

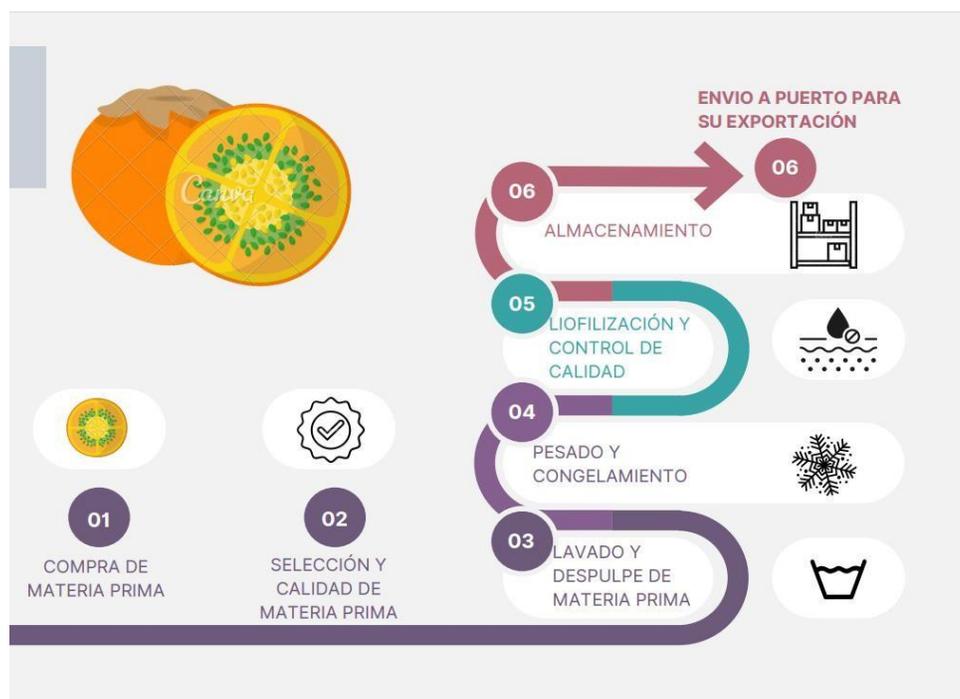
Inicialmente se procede a comprar la fruta (lulo) que se requiere para el proceso, es importante tener en cuenta que la fruta presenta cambios al momento de ser transportada, la mercancía es muy delicada y por eso requiere de un tratamiento cuidadoso; adicionalmente, se debe realizar un muestreo para realizar una buena compra, y luego proceder a realizar la selección de la fruta, ya que no todos los lulos pueden estar aptos para este proceso.

Luego de la verificación, se realiza el lavado de la fruta y el corte en rodajas, en este paso se debe tener en cuenta el aprovechamiento total de la pulpa; los lulos se cortarán de una forma agradable para el consumidor, pero a su vez pensada en aprovechar el espacio de la máquina y así mismo hacer buen uso del servicio eléctrico y el tiempo que se requiere para realizar el proceso de liofilización en cada una de sus etapas.

En las etapas de la liofilización como primera parte se encuentra la congelación, en donde se congela el producto y se realiza un proceso en donde la fruta pasa de un estado sólido a un estado gaseoso omitiendo un estado líquido, es decir que esta etapa realiza la cristalización del agua que contiene. Tiene un secado primario en donde al terminar la primera etapa inicia el proceso de liofilización y extracción del agua, en esta transformación se suministra un calor que debe ser controlado, ya que debe estar en un estado sólido-gaseoso que garantice las propiedades del producto y tenga la característica de volver a su estado original o de alguna manera pierda estas características al no controlar el proceso.

Continuando con el desarrollo de la fruta en su proceso, se efectúa un segundo secado está siendo la etapa de difusión en la cual el hielo pasa a vapor, la máquina cada vez va disminuyendo su velocidad a tal punto de contener el calor adecuado para que el producto pueda remover toda el agua contenida. Por otro lado, para el almacenamiento y conservación de este es necesario tenerlo en bajas temperaturas para que no pierda sus propiedades, con este proceso, la fruta incrementa su vida útil hasta en 12 meses. Lo que facilita en gran medida su exportación teniendo en cuenta que el agua que contienen las frutas es lo que obliga al exportador a transportarlas refrigeradas y con manipulaciones minuciosas que eviten su degeneración.

Ilustración 17. Proceso de Producción.



Nota: Elaboración propia.

c. Proceso de distribución:

Ilustración 18. Proceso de distribución.



Nota: Elaboración propia.

Para el proceso de distribución, inicialmente se hará la compra de la materia prima a un costo favorable para la empresa y con una calidad que no perjudique el desarrollo del producto en la transformación, ya con la cantidad necesaria de la fruta se enviará a la planta para su transformación, cuando se termine el proceso de liofilización se procede con el empaque y el embalaje del producto para ser dirigido al puerto de embarque en donde hará el recorrido hasta el puerto de destino.

d. Cálculo de inversiones: capital de trabajo, inversión fija, gastos operativos:

Tabla 8. Balance de obra físicas.

Ítem	Unidad de medida	Cantidad dimensionada m ²	Costo unitario	Costo total
Adecuaciones	50m ²	50	\$ 150.000,00	\$ 7.500.000,00
Inversión Total de Obras Físicas				\$ 7.500.000,00

Nota: Elaboración propia

En la tabla 8 se calculan las adecuaciones que se van a realizar en el espacio que se arrienda como bodega para la empresa, se estima que sea aproximadamente de 50 metros cuadrados.

Tabla 9. Maquinaria y Equipo.

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Vida Útil	Depreciación
Maquina Liofilizadora	1	\$ 30.000.000,00	\$ 30.000.000,00	10	\$ 3.000.000,00
Bascula Digital	1	\$ 1.500.000,00	\$ 1.500.000,00	10	\$ 150.000,00
Refrigerador	1	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00	10	\$ 500.000,00
Total			\$ 36.500.000,00		\$ 3.650.000,00

Nota: Elaboración propia.

La máquina liofilizadora, una báscula digital y un refrigerador son la maquinaria que se requiere al momento de llevar a cabo el proceso de la liofilización, para este caso, se estima una depreciación teniendo en cuenta su vida útil de 10 años a partir de la adquisición.

Tabla 10. Equipo de oficina.

Ítem	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Vida Útil	Depreciación
Computadores	2	\$ 1.500.000,00	\$ 3.000.000,00	5	\$ 600.000,00
Portátil	2	\$ 2.500.000,00	\$ 5.000.000,00	5	\$ 1.000.000,00
Impresora	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	5	\$ 100.000,00
Teléfono	4	\$ 1.000.000,00	\$ 4.000.000,00	5	\$ 800.000,00
Total			\$ 8.500.000,00		\$ 1.700.000,00

Nota: Elaboración propia.

En este apartado se calculan los implementos de oficina que requiere el personal para llevar a cabo adecuadamente sus funciones.

Tabla 11. Muebles y enseres.

Ítem	Cantidad	Costo Unitario	Costo total	Vida Útil	Depreciación
Escritorio de gerencia	2	\$ 250.000,00	\$ 500.000,00	10	\$ 50.000,00
Escritorio de secretaria	2	\$ 250.000,00	\$ 500.000,00	10	\$ 50.000,00
Sillas personal	4	\$ 150.000,00	\$ 600.000,00	10	\$ 60.000,00
Sillas para publico	6	\$ 100.000,00	\$ 600.000,00	10	\$ 60.000,00
Archivador 3 cajones	1	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00	10	\$ 70.000,00
Locker Metalico De 6 Puestos	1	\$ 480.000,00	\$ 480.000,00	10	\$ 48.000,00
Total			\$ 3.380.000,00		\$ 338.000,00

Nota: Elaboración propia.

Para los muebles y enseres se toma en cuenta las necesidades de cada una de las personas que hacen parte de la empresa, pensando en su bienestar y comodidad al momento de ejercer sus respectivas funciones.

9. Estudios Administrativos

9.1 Impacto empresarial generado con el proyecto.

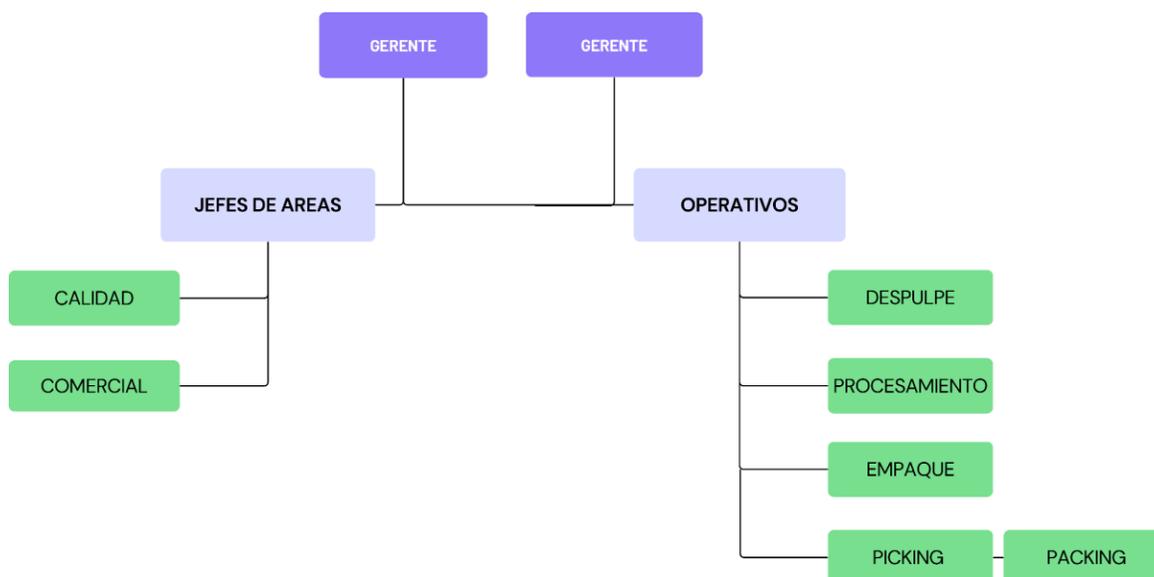
El proyecto va a ser orientado mediante la creación de una empresa, por lo cual un impacto que puede tener la misma es la generación de empleo, lo anterior teniendo en cuenta que se necesita personal calificado tanto operativo como administrativo para dar cumplimiento al adecuado y riguroso proceso de la liofilización. Además, se proyecta que, si las ventas incrementan, habrá que aumentar la producción y por tanto se incrementa la contratación de personal.

Además, incluyendo un impacto en el crecimiento profesional y personal de cada una de las personas que tengan la oportunidad de participar en una empresa con emprendimiento local, así mismo escalando y aumentando sus posibilidades de estar en un cargo mayor, con un mejor salario y continuando con un desarrollo profesional.

Por otro lado, considerando un impacto el posicionamiento de la marca con el inicio de la empresa, y con esto obteniendo beneficios para la estabilización de la empresa en el mercado con las ventas generadas a través del reconocimiento y la fidelización creada con el cliente.

9.2 Estructura Organizacional.

Figura 7. Estructura Organizacional.



Nota: Elaboración propia.

En cuanto a la estructura organizacional, se cuenta con 7 personas en la nómina, los gerentes encargados del eficiente funcionamiento de la empresa y todos los procesos para poder cumplir con los objetivos, los jefes de áreas de área serán administrados por los mismos gerentes encargados de un tema en específico para controlar por parte de calidad un proceso en el cual la fruta sea un factor que dañe un lote, y la parte comercial encargada de los costos y gastos en los cuales podemos incurrir. También contando con una parte fundamental como lo es la parte operativa, ya que, acá se encuentra toda la parte del proceso para una ejecución y logística eficaz.

10. Estudio Legal

10.1 Tipo de empresa a crear o reestructurar.

En primer lugar, está tener en cuenta el sector en el que se encuentra la empresa, este es el sector secundario, el que identifica la actividad y/o desarrollo que implementa la empresa, en este sector se representan todas las actividades relacionadas con la transformación de materias primas en productos de consumo o bienes. (Palacios, 2021) También es necesario analizar el tamaño de la empresa, si es una microempresa, pequeña, mediana o grande empresa, en este caso es considerada una pequeña empresa al tener menos de 10 empleados.

La pequeña empresa, es creada como una empresa internacional o multinacional debido a que se localiza en Colombia y vende sus productos en forma de exportación a Shanghai - China, en cuanto a su forma jurídica está representada como sociedad o asociación civil, ya que, en esta se contemplan varias personas para la creación; en este caso dos personas, las cuales son responsables de las actividades que se ejerzan, así como también encargadas de recibir los beneficios o deudas que se presenten.

La constitución es conforme a una Sociedad Anónima Simplificada, ya que, está es constituida por una o varias personas que tienen el mismo derecho en cuanto a beneficios o problemas que presente la empresa en todo su proceso, este tipo de sociedad es indefinida y flexible, una de las menos costosas de las sociedades y considerada una buena elección para ejecutar negocios y garantizar el pleno crecimiento de la empresa. (Semana, 2009).

10.2 Requisitos legales de constitución o reestructuración: minuta de constitución o reestructuración.

Ilustración 19. Minuta de Constitución.

Denominación: FILU S.A.S. En la ciudad de Bogotá D.C, República de Colombia, a los 20 días del mes de febrero del año dos mil veintidós (2022), se reunieron las señoras: Daniela Sandoval Buitrago y Dayanara Julieth Duque Morales, colombianas, mayores de edad, domiciliados y residentes en la Calle 59 #78h 14 de la ciudad de Bogotá, identificado con cédula de ciudadanía No. 1000732130 expedida en Bogotá D.C y No. 1000335577 expedida en la ciudad de Bogotá D.C Con el propósito de declarar que constituyen esta comercializadora internacional con naturaleza comercial, cuyo objeto principal es: la venta de lulo liofilizado que se regirá por los siguientes estatutos-----

CAPÍTULO I. NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO PRINCIPAL Y SOCIAL DE LA SOCIEDAD:

ARTÍCULO 1º. NOMBRE, NATURALEZA Y CLASE. La sociedad será una comercializadora internacional y girará bajo la razón social "FILU S.A.S" y es de naturaleza comercial.

ARTÍCULO 2º. NACIONALIDAD Y DOMICILIO. La Sociedad es de nacionalidad colombiana y tendrá su domicilio principal en la ciudad de Bogotá distrito capital, pero podrá establecer sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior. El lugar para notificaciones comerciales, judiciales y administrativas será en la carrera 123 #15ª 51 Bogotá D.C.

ARTÍCULO 3º. OBJETO PRINCIPAL. La sociedad tendrá como objeto principal, las siguientes actividades: 1. Venta de lulo liofilizado en el exterior, adquiridos en el mercado interno. 2. Exportar lulo liofilizado para comercializarlo en el mercado extranjero. Para el desarrollo y cumplimiento de estas actividades.

ARTÍCULO 4º.-OBJETO SOCIAL: Constituye objeto social es la comercialización de lulo liofilizado y en general realizar toda clase de actos, operaciones comerciales, financieras etc.

PARÁGRAFO: Es contrario al objeto social garantizar, respaldar, fiar o avalar deudas de personas naturales o jurídicas, distintas de aquellas personas jurídicas con quienes tenga la calidad de matriz, filial, subsidiaria o esté vinculada económicamente o en las que sea propietaria de acciones o cuota

Nota: Tomado de Repositorio de la UAN y UNIANDES

10.3 Normatividad aplicable en para el producto tanto en el país de origen como en el de destino general (legal, tributaria, aduanera, sanitaria, técnica, etc.).

a. Origen:

La normatividad aplicable al producto con subpartida arancelaria 2008.99.90.00 en origen, inicialmente se enfatiza que el régimen para las importaciones es libre, consta de un gravamen del 15% y adicionalmente del IVA con tarifa del 19%.

Adicionalmente como se tratan de alimentos para consumo humano, requieren de unos documentos soporte o vistos buenos los cuales certifican que el producto se encuentra en óptimas condiciones, estos son: Documento de Requisitos Fitosanitarios de Importación - Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), Visto Bueno - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos (INVIMA).

b. Destino:

La normatividad aplicable al producto con subpartida arancelaria 2008.99.90.00 en destino, es libre, no requiere ni de arancel ni IVA para proceder con su exportación. Los únicos requisitos que hay que cumplir son los documentos soporte o vistos buenos los cuales certifican que el producto se encuentra en óptimas condiciones, estos son: Certificado fitosanitario - Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), Certificado de venta libre - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos (INVIMA) y Visto Bueno - Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos Y Alimentos (INVIMA).

11. Estudio Financiero

11.1 Inversiones y fuentes de financiación (balance preoperativo).

Tabla 12. Hoja de Costos.

ACTIVIDAD	CANTIDAD	VR. UNITARIO (\$COP)	VR.TOTAL (\$COP)	TIPO DE CAMBIO	VR. TOTAL (\$USD)	TIPO DE CAMBIO YUAN	VALOR UNITARIO YUAN	VALOR TOTAL YUAN	%
Mercancia	500	73.362,20	36.681.100,00	\$ 4.052,35	9.051,81	0,139	2,51785	1258,93	31,64%
Marquilla	1.680	800,00	1.344.000,00	\$ 4.052,35	331,66	0,139	0,09204	46,02	1,16%
Embalaje primario - Papel parafinado	50	70,91	1.429.444,80	\$ 4.052,35	352,74	0,139	0,09789	48,94	1,23%
Embalaje secundario - Caja triangular	20.160	1000,00	20.160.000,00	\$ 4.052,35	4.974,89	0,139	1,38053	690,27	17,39%
Embalaje terciario - Caja master	1.680	250,00	5.040.000,00	\$ 4.052,35	1.243,72	0,139	0,34513	172,57	4,35%
Certificado de Origen	1	3,97	80.000,00	\$ 4.052,35	19,74	0,139	0,00548	2,74	0,07%
Registro ICA	1	12,40	250.000,00	\$ 4.052,35	61,69	0,139	0,01712	8,56	0,22%
Costo Financiero		151,50	254.522,66	\$ 4.052,35	62,81	0,139	0,02245	452,68	0,22%
SUBTOTAL EXW		75650,98	65.239.067,46	\$ 4.052,35	16.099,07	0,167	4,48	2.681	
Transporte Interno	1	10000,00	5.000.000,00	\$ 4.052,35	1.233,85	0,139	0,34239	171,20	4,31%
Seguro Interno	1	3914,34	1.957.172,02	\$ 4.052,35	482,97	0,139	0,13402	67,01	1,69%
SUBTOTAL FCA		89565,32	72.196.239,48	\$ 4.052,35	17.815,89	0,164	4,95	2.919	
Gastos de agencia de aduana en origen	1	\$ 10.154,38	5.502.159,26	\$ 4.052,35	1.357,77	0,139	0,37678	188,39	4,75%
SUBTOTAL FOB		99719,70	77.698.398,74	\$ 4.052,35	19.173,66	0,16	5,33	3.107,29	
Flete internacional	1	15180,10	7.590.051,55	\$ 4.052,35	1.873,00	0,139	0,51976	259,88	6,55%
SUBTOTAL CFR		114899,80	85.288.450,29	\$ 4.052,35	21.046,66	0,16	5,85	3.367,17	
Seguro Internacional	1	7769,84	3.884.919,94	\$ 4.052,35	958,68	0,139	0,26603	133,02	3,35%
TOTAL COSTOS CIF		122669,64	89.173.370,23	\$ 4.052,35	22.005,35	0,16	6,12	3.500,19	
Utilidad 30%	1	53504,02	26.752.011,07	\$ 4.052,35	8.510,06	0,139	2,36154	1180,77	23,08%
Precio CIF			115.925.381		30.515,41		8,48	4.680,96	100,00%

Nota: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta el incoterm planteado, se realiza la hoja de costos la cual desglosa cada uno de los gastos en los que se incurre para el proceso de la exportación, para ello se toma en cuenta el embalaje, los vistos buenos, traslados, seguros y demás gastos. El precio final se da en el término CIF que abarca lo que tiene que ver con Costos, Seguro y Flete internacional, incluyendo la utilidad del ejercicio.

11.2 Presupuestos de ingresos, costos, gastos.

Tabla 13. Ingresos.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad Kilos	6.000	6.600	7.260	7.986	8.785
Costo 1000 gramos	\$ 235.408,26	\$ 247.178,68	\$ 259.537,61	\$ 272.514,49	\$ 286.140,21
Total Ingresos	\$ 1.412.449.575,18	\$ 1.631.379.259,33	\$ 1.884.243.044,52	\$ 2.176.300.716,43	\$ 2.513.627.327,47

Nota: Elaboración propia.

Para un total de 6.000 kilos sujetos a la exportación, se tiene un costo de 235.408,26 en el cual obtenemos un total de ingresos para el primer año de 1.412.449.575,18. Asimismo incrementando en los siguientes años la cantidad y los ingresos totales.

Tabla 14. Costos de Producción.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	\$ 30.000.000,00	\$ 31.500.000,0	\$ 33.075.000,0	\$ 34.728.750,0	\$ 36.465.187,5
Total	\$ 30.000.000,00	\$ 31.500.000,00	\$ 33.075.000,00	\$ 34.728.750,00	\$ 36.465.187,50

Nota: Elaboración propia.

Tabla 15. Gastos Administrativos.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
salarios administrativos	\$ 217.670.400,00	\$ 230.730.624,00	\$ 244.574.461,44	\$ 259.248.929,13	\$ 274.803.864,87
Mano de obra producción	\$ 117.904.800,00	\$ 124.979.088,00	\$ 132.477.833,28	\$ 140.426.503,28	\$ 148.852.093,47
Servicios Públicos	\$ 12.000.000,00	\$ 12.600.000,00	\$ 13.230.000,00	\$ 13.891.500,00	\$ 14.586.075,00
Depreciación de Maqui, Equip	\$ 5.688.000,00	\$ 5.688.000,00	\$ 5.688.000,00	\$ 5.688.000,00	\$ 5.688.000,00
Arriendo	\$ 24.000.000,00	\$ 25.200.000,00	\$ 26.460.000,00	\$ 27.783.000,00	\$ 29.172.150,00
Dotacion	\$ 3.150.000,00	\$ 3.307.500,00	\$ 3.472.875,00	\$ 3.646.518,75	\$ 3.828.844,69
Telefonia + Internet	\$ 4.800.000,00	\$ 5.040.000,00	\$ 5.292.000,00	\$ 5.556.600,00	\$ 5.834.430,00
Papeleria	\$ 960.000,00	\$ 1.008.000,00	\$ 1.058.400,00	\$ 1.111.320,00	\$ 1.166.886,00
Materiales	\$ 24.000.000	\$ 25.200.000,00	\$ 26.460.000,00	\$ 27.783.000,00	\$ 29.172.150,00
Total	\$ 410.173.200,00	\$ 433.753.212,00	\$ 458.713.569,72	\$ 485.135.371,15	\$ 513.104.494,03

Nota: Elaboración Propia.

Tabla 16. Gastos operacionales.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Promoción empaques	\$ 319.553.338	\$ 335.531.004,5	\$ 352.307.554,7	\$ 369.922.932,4	\$ 388.419.079,1
Transporte interno	\$ 60.000.000	\$ 63.000.000,0	\$ 66.150.000,0	\$ 69.457.500,0	\$ 72.930.375,0
Documentacion exportacion	\$ 39.000.000	\$ 40.950.000,0	\$ 42.997.500,0	\$ 45.147.375,0	\$ 47.404.743,8
Transporte maritimo	\$ 90.038.856	\$ 94.540.798,8	\$ 99.267.838,7	\$ 104.231.230,7	\$ 109.442.792,2
Costos Aduanas	\$ 36.000.000	\$ 37.800.000,0	\$ 39.690.000,0	\$ 41.674.500,0	\$ 43.758.225,0
Seguros	\$ 24.000.000	\$ 25.200.000,0	\$ 26.460.000,0	\$ 27.783.000,0	\$ 29.172.150,0
Total	\$ 568.592.194	\$ 597.021.803	\$ 626.872.893	\$ 658.216.538	\$ 691.127.365

Nota: Elaboración Propia.

11.3 Determinación de los costos unitarios de exportación.

Teniendo en cuenta que la máquina liofilizadora tiene una capacidad de producción diaria de 20 Kg, se realiza un costeo el cual indica que al mes se producen 500 kg del producto, es así como se determina el costo anual del mismo tomando como referencia un precio de compra de \$5.000 por kilo de lulo.

Tabla 17. Compra de Materia prima.

Por cada Kilo del producto

Producto	Cant Kilos	Precio / Kilo	Total
Lulo	10	\$ 5.000	\$ 50.000
	Costo por kg	\$	2.500.000 1 mes
	Costo año	\$	30.000.000

Los alimentos que son liofilizados alcanzan un peso aproximado del 10% a su peso original

Nota: Elaboración propia.

Es así como se determina que el precio de venta indicado es de USD 1.4 el cual aporta utilidad y crecimiento a la empresa. Esto teniendo en cuenta los precios de la competencia que rondan de USD 1 - 5 aproximadamente.

11.4 Estado de resultados del proyecto.

Tabla 18. Estado de resultados.

ESTADO DE PÉDIDAS Y GANANCIAS 2024	
CUENTAS	TOTAL
INGRESOS	\$ 1.412.449.575,18
VENTAS	\$ 1.412.449.575,18
EGRESOS	\$ 10.967.001,86
COSTOS DE VENTAS	-\$ 30.000.000,00
UTILIDAD BRUTA 30%	\$ 1.382.449.575,18
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-\$ 410.173.200,00
GASTOS OPERACIONALES	-\$ 568.592.193,60
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 403.684.181,58
GASTOS FINANCIEROS	-\$ 11.254.361,27
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 392.429.820,31
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 137.350.437,11
RESULTADO	\$ 266.333.744,47

Nota: Elaboración Propia.

11.5 Flujo de caja del proyecto.

Tabla 19. Flujo de caja.

Flujo de fondos o flujo de Caja							
	Cantidades	6.000,00	7.050,00	8.100,00	9.150,00	10.200,00	
CUENTAS / TIEMPO	0	1	2	3	4	5	VR
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	
INVERSIONES							
CT	-\$ 1.008.765.394						-\$ 1.109.314.675
ACTIVOS	-\$ 100.549.282						
VENTAS	\$ 1.412.449.575	\$ 1.659.628.251	\$ 1.906.806.926	\$ 2.153.985.602	\$ 2.401.164.278		
costos ventas	-\$ 30.000.000	-\$ 30.000.000	-\$ 30.000.000	-\$ 30.000.000	-\$ 30.000.000	-\$ 30.000.000	
Utilidad Bruta	\$ 1.382.449.575	\$ 1.629.628.251	\$ 1.876.806.926	\$ 2.123.985.602	\$ 2.371.164.278		
Gatos operacionales	-\$ 568.592.194	-\$ 597.021.803	-\$ 626.872.893	-\$ 658.216.538	-\$ 691.127.365		
Gastos administrativos	-\$ 410.173.200	-\$ 410.173.200	-\$ 410.173.200	-\$ 410.173.200	-\$ 410.173.200	-\$ 410.173.200	
Utilidad Operacional	\$ 403.684.182	\$ 622.433.248	\$ 839.760.833	\$ 1.055.595.864	\$ 1.269.863.713		
IR	-\$ 141.289.464	-\$ 217.851.637	-\$ 293.916.292	-\$ 369.458.552	-\$ 444.452.299		
FLUJO FINANCIERO DEL PROYECTO	-\$ 1.109.312.652	\$ 262.394.718	\$ 404.581.611	\$ 545.844.541	\$ 686.137.312	\$ 825.411.413	
AMORTIZACIÓN		\$ 11.254.361,27	14405582,42	18439145,5	23602106,24	30210695,98	
FLUJO FONDOS NETOS DEL PROYECTO	\$ 251.140.357	\$ 390.176.028	\$ 527.405.396	\$ 662.535.205	\$ 795.200.717		

Nota: Elaboración propia.

Al realizar el flujo de caja se observa que para el primer año el flujo financiero tiene un valor negativo, esto se da debido a que es en ese año donde se realiza la inversión inicial, pero este presenta una recuperación positiva al momento de iniciar a vender el producto.

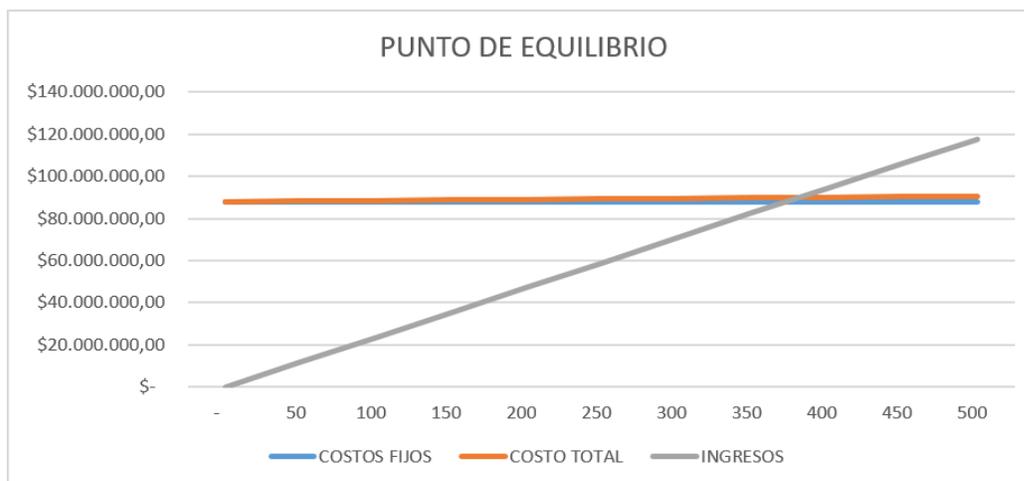
11.6 Análisis del punto de equilibrio.

Tabla 20. Punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO					
cantidad	costo fijos	costo variable	costo total	ingresos	utilidad
-	\$ 88.979.502,87	\$ -	\$ 88.979.502,87	\$ -	\$ -88.979.502,87
50	\$ 88.979.502,87	\$ 250.000,00	\$ 89.229.502,87	\$ 11.770.413,13	\$ -77.459.089,75
100	\$ 88.979.502,87	\$ 500.000,00	\$ 89.479.502,87	\$ 23.540.826,25	\$ -65.938.676,62
150	\$ 88.979.502,87	\$ 750.000,00	\$ 89.729.502,87	\$ 35.311.239,38	\$ -54.418.263,49
200	\$ 88.979.502,87	\$ 1.000.000,00	\$ 89.979.502,87	\$ 47.081.652,51	\$ -42.897.850,37
250	\$ 88.979.502,87	\$ 1.250.000,00	\$ 90.229.502,87	\$ 58.852.065,63	\$ -31.377.437,24
300	\$ 88.979.502,87	\$ 1.500.000,00	\$ 90.479.502,87	\$ 70.622.478,76	\$ -19.857.024,11
350	\$ 88.979.502,87	\$ 1.750.000,00	\$ 90.729.502,87	\$ 82.392.891,89	\$ -8.336.610,99
386	\$ 88.979.502,87	\$ 1.930.909,55	\$ 90.910.412,42	\$ 90.910.412,42	\$ -
400	\$ 88.979.502,87	\$ 2.000.000,00	\$ 90.979.502,87	\$ 94.163.305,01	\$ 3.183.802,14
450	\$ 88.979.502,87	\$ 2.250.000,00	\$ 91.229.502,87	\$ 105.933.718,14	\$ 14.704.215,27
500	\$ 88.979.502,87	\$ 2.500.000,00	\$ 91.479.502,87	\$ 117.704.131,26	\$ 26.224.628,39

Nota: Elaboración Propia.

Figura 8. Punto de equilibrio.



Nota: Elaboración Propia.

Teniendo en cuenta los datos obtenidos, se afirma que para obtener un punto de equilibrio para la empresa es necesario vender 386 unidades del producto, lo cual se resume en una venta total de COP \$90.910.412,42.

12. Evaluación Financiera.

12.1 Valor Presente neto – VPN.

Tabla 21. VPN.

Inversión inicial	-	1.109.312.652	➔	VAN o VNA	\$ 813.126.662,17
2024		251.140.357			
2025		390.176.028			
2026		527.405.396			
2027		662.535.205			
2028		795.200.717			

Nota: Elaboración propia.

Se realiza una inversión inicial de COP \$1.109.312.652, a partir del primer año se espera una recuperación de la inversión. El valor presente neto para este proyecto es de \$813.126.662,17 lo que se traduce en un proyecto factible para llevar a cabo.

12.2 Tasa Interna de retorno -TIR.

Es un valor complementario para el Valor Presente Neto (VPN), por medio de esta se indica qué porcentaje de ganancia o pérdida se obtendrá con el proyecto.

Tabla 22. TIR.

TIR	
Inversión inicial	
2024	251.140.357
2025	390.176.028
2026	527.405.396
2027	662.535.205
2028	795.200.717
TIR	30% 0,30

Nota: Elaboración Propia

Según el flujo de caja se obtuvo una TIR del 30%, esto quiere decir que de \$100.000.000 COP, retornan \$30.000.000 COP, indicando que es un aspecto muy favorable para la utilidad de este proyecto. Para calcularlo se toman como referencia los resultados de los flujos netos del proyecto para los 5 años establecidos.

12.3 Periodo de recuperación de la inversión – PRI.

Tabla 23. Periodo de recuperación de la inversión.

PRI	
Inversión inicial	- 1.109.312.652
2024	251.140.357
2025	390.176.028
2026	527.405.396
2027	662.535.205
2028	795.200.717
PRI	3,43

Nota: Elaboración propia.

En el periodo de recuperación de la inversión, se obtiene que se llevará a cabo en los 3 años posteriores a la inversión, lo cual resulta positivo para el proyecto teniendo en cuenta que inicialmente se toman como base 5 años para la recuperación.

12.4 La razón ingreso a la inversión.

Tabla 24. La razón ingreso a la inversión.

RAZÓN DE INGRESO A INVERSIÓN DEL PROYECTO		
AÑO	FLUJO DE CAJA	RAZÓN INGRESO INVERSIÓN
2024	\$ 251.140.357,00	0,23
2025	\$ 390.176.028,00	0,35
2026	\$ 527.405.396,00	0,48
2027	\$ 662.535.205,00	0,60
2028	\$ 795.200.717,00	0,72
INVERSIÓN		1.109.312.652

Nota: Elaboración Propia.

En la tabla anterior, indica que la razón ingreso inversión será de 1.109.312.652 COP, es decir que la empresa recibirá 7 veces lo invertido de ingreso para el quinto año del proyecto.

12.5 Relación Costo – Beneficio.

Tabla 25. Costo – Beneficio.

RAZÓN DE INGRESO A INVERSIÓN DEL PROYECTO		
AÑO	FLUJO DE CAJA	RAZÓN INGRESO INVERSIÓN
2024	\$ 251.140.357,00	- 581.462.664,00
2025	\$ 390.176.028,00	- 658.024.837,00
2026	\$ 527.405.396,00	- 734.089.492,00
2027	\$ 662.535.205,00	- 809.631.752,00
2028	\$ 795.200.717,00	- 884.625.499,00
INVERSIÓN		0,716

Nota: Elaboración Propia

De acuerdo con la información obtenida, se puede afirmar que con el proyecto se genera un costo beneficio del 0.716, lo cual es positivo para el proyecto.

13. Impacto Social y Ambiental

El proyecto tiene un impacto social en cuanto a la salud de cada persona que quiere tener un buen hábito alimenticio, esto sujeto a todas las propiedades y beneficios que se obtienen del producto, el producto como lo es indicado anteriormente no tiene edulcorantes o sustancias que afecten en un futuro la salud tanto de niños, adultos o personas mayores. Por otro lado, tenemos la generación de empleo al ser esta una empresa que recientemente tendrá una apertura, así mismo dando oportunidad a los empleados, oportunidades de disponibilidad para estudio y oportunidad de crecimiento.

FILU S.A.S ofrece empleos con las condiciones de trabajo justas y óptimas para el desarrollo del empleado, contando con un salario justificado, vacaciones según el tiempo laborado, descansos, seguridad y cumpliendo con las leyes establecidas, como también manteniendo una igualdad de derechos para todos.

Por otro lado, se tiene un producto sostenible siendo este el empaque del producto, acogiendo a la marca y dando ya una idea clara de que este va a ser una realidad para todo el mundo, creando conciencia de generar un cambio y controlando el impacto ambiental siendo una empresa sostenible.

Ilustración 20. Industria Sostenible.



Nota: Laborum (abril, 2023).

Se realizan estrategias enfocadas al buen uso de recursos para reducir los impactos que se puedan generar a través de herramientas tecnológicas o demás instrumentos utilizados por la empresa, así mismo reduciendo la contaminación del agua o aire con políticas o planes implementados reutilizando o realizando procesos en los cuales se ejecute el reciclaje u otros, evitando así impactos negativos como la contaminación, el cambio climático o la destrucción de ecosistemas.

14. Conclusiones

1. El nicho de mercado que se escoge es positivo para el proyecto, teniendo en cuenta su alta demanda y poca oferta de productos de la misma categoría. Adicionalmente, su clasificación como fruta “exótica” hace más llamativo el producto para el consumidor.
2. La liofilización permite prolongar la vida útil del lulo, facilitando su transporte y consumo, esto sin alterar las propiedades nutricionales del mismo; lo cual resulta algo innovador ya que los frutos cítricos no son comúnmente sometidos a este proceso.
3. A través del desarrollo de los estudios, es posible dar respuesta a la pregunta problema: la respuesta es sí, es viable realizar el proceso de exportación para el lulo como producto liofilizado hacia el mercado de Shanghái, China.
4. Mediante el proceso de exportación se analizaron todos los costos y gastos necesarios para que en el desarrollo del proyecto se concretara la viabilidad de este, considerando todos los factores que se vinculan a la exportación, asimismo como la observación de competidores y clientes potenciales.
5. Teniendo en cuenta el estudio financiero, se concluye que la inversión retorna dentro de los 3 años posteriores a la inversión inicial, lo que se traduce en un retorno menor de lo contemplado al plantear la idea del proyecto.
6. Por medio del análisis del producto se logra identificar el embalaje adecuado para el mismo que conserve sus propiedades y a su vez, sea llamativo para el consumidor.

15. Referencias Bibliográficas

Admin. (2023, 26 mayo). D *Las 12 frutas de China más exóticas y populares*.

Embarquemos. <https://embarquemos.com/frutas-de-china-exoticas/>

Alberto. (2021, 15 noviembre). *8 razones para usar cajas de cartón - Blog de empresa:*

Dirección de empresa, Marketing, logística, Recursos humanos, comercio y

finanzas. Blog de empresa: Dirección de empresa, marketing, logística, Recursos

Humanos, comercio y finanzas. [https://www.masterlogistica.es/8-razones-para-](https://www.masterlogistica.es/8-razones-para-usar-cajas-de-carton/)

[usar-cajas-de-carton/](https://www.masterlogistica.es/8-razones-para-usar-cajas-de-carton/)

Alibaba. (s.f) Freeze Dried Fruits - Freeze Dried Fruits Manufacturers And Suppliers.

<https://spanish.alibaba.com/trade/search?spm=a2700.details.the-new->

[header_fy23_pc_search_bar.keydown_Enter&tab=all&searchText=frutas+liofiliz](https://spanish.alibaba.com/trade/search?spm=a2700.details.the-new-)

[adas](https://spanish.alibaba.com/trade/search?spm=a2700.details.the-new-)

Communications. (2023, 17 julio). ¿Qué es la liofilización o ‘freeze-drying’? la técnica de

la conservación. BBVA NOTICIAS. [https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-](https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-liofilizacion-o-freeze-drying-la-tecnica-de-la-conservacion/)

[es-la-liofilizacion-o-freeze-drying-la-tecnica-de-la-conservacion/](https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-liofilizacion-o-freeze-drying-la-tecnica-de-la-conservacion/)

DIAN - MUISCA - OPERACION ADUANERA. (s. f.).

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>

Dima. (2023, 19 agosto). Descubre la fascinante Shanghai, la capital de la ciudad - Viajar

a China. *Viajar a China*. [https://guiaviajarachina.com/viajes-y-](https://guiaviajarachina.com/viajes-y-transportes/descubre-la-fascinante-shanghai-la-capital-de-la-ciudad/)

[transportes/descubre-la-fascinante-shanghai-la-capital-de-la-ciudad/](https://guiaviajarachina.com/viajes-y-transportes/descubre-la-fascinante-shanghai-la-capital-de-la-ciudad/)

En China prefieren las frutas importadas. (s. f.). PROCOLOMBIA.

<https://procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/en-china-prefieren-las-frutas-importadas>

Escuela de Turismo y Gastronomía de los Pirineos. (2022, 15 julio). *La liofilización en alimentos: pros y contras de este método.*

<https://escuelaturismopirineos.com/liofilizacion-alimentos-pros-y-contras/#Ventajas>

Garrote, P. (s. f.). *Historia de la liofilización: ¿cuál es su curioso origen?* Barnalab

Liofilizados. <https://www.barnalab.com/blog/historia-de-la-liofilizacion/>

Hernandez, O. (2021, 4 agosto). *Descubriendo Shanghai, la ciudad más grande de China -*

Marco Beteta. Marco Beteta. <https://mbmarcobeteta.com/descubriendo-shanghai-la-ciudad-mas-grande-de-china/>

International Trade Centre (ITC). (s. f.). *Trade Map - List of supplying markets for a product imported by Ireland.* Copyright © 2008-2014 International Trade Centre.

All rights reserved.

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx

Limited, A. (s. f.). *Diseño de plantilla de troquelado de embalaje de caja triangular.*

maqueta 3D. Alamy images. [https://www.alamy.es/disenio-de-plantilla-de-troquelado-de-embalaje-de-caja-triangular-maqueta-3d-](https://www.alamy.es/disenio-de-plantilla-de-troquelado-de-embalaje-de-caja-triangular-maqueta-3d-image339492442.html?imageid=1B9E42B3-0FFD-44DA-902A-8E5AC9EBC7FA&p=302751&pn=1&searchId=94c47804fd074028ee92f2c7b1ca4214&searchtype=0)

[troquelado-de-embalaje-de-caja-triangular-maqueta-3d-](https://www.alamy.es/disenio-de-plantilla-de-troquelado-de-embalaje-de-caja-triangular-maqueta-3d-image339492442.html?imageid=1B9E42B3-0FFD-44DA-902A-8E5AC9EBC7FA&p=302751&pn=1&searchId=94c47804fd074028ee92f2c7b1ca4214&searchtype=0)

[image339492442.html?imageid=1B9E42B3-0FFD-44DA-902A-](https://www.alamy.es/disenio-de-plantilla-de-troquelado-de-embalaje-de-caja-triangular-maqueta-3d-image339492442.html?imageid=1B9E42B3-0FFD-44DA-902A-8E5AC9EBC7FA&p=302751&pn=1&searchId=94c47804fd074028ee92f2c7b1ca4214&searchtype=0)

[8E5AC9EBC7FA&p=302751&pn=1&searchId=94c47804fd074028ee92f2c7b1ca4-](https://www.alamy.es/disenio-de-plantilla-de-troquelado-de-embalaje-de-caja-triangular-maqueta-3d-image339492442.html?imageid=1B9E42B3-0FFD-44DA-902A-8E5AC9EBC7FA&p=302751&pn=1&searchId=94c47804fd074028ee92f2c7b1ca4214&searchtype=0)

[214&searchtype=0](https://www.alamy.es/disenio-de-plantilla-de-troquelado-de-embalaje-de-caja-triangular-maqueta-3d-image339492442.html?imageid=1B9E42B3-0FFD-44DA-902A-8E5AC9EBC7FA&p=302751&pn=1&searchId=94c47804fd074028ee92f2c7b1ca4214&searchtype=0)

Legiscomex (s.f.). *Inteligencia de Mercados – Cultura de Negocios con China*.

<https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/cultura-negocios-china-completo-2016.pdf>

Lorena Centeno (2017,09 abril). *Breve recorrido por la gastronomía de Shanghái*. –

Cocina y vino. <https://www.cocinayvino.com/mundo-gourmet/viajes/breve-recorrido-la-gastronomia-shanghai/>

Lulo liofilizado - Comprar y vender, Información - QuimiNet. (2023, 6 septiembre).

QuimiNet. <https://www.quiminet.com/productos/lulo-liofilizado-77138036186.htm>

IPC de China 2023. (s. f.). Datosmacro.com. [https://datosmacro.expansion.com/ipc-](https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/china)

[paises/china](https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/china)

Opportimes, R. (2022, 19 julio). Puerto de Shanghái: un puerto inteligente. *Opportimes*.

<https://www.opportimes.com/puerto-de-shanghai-un-puerto-inteligente/>

Rivera, Y. (2023, 5 abril). *Ventajas del papel parafinado para tu negocio de comidas*.

Impresos Fenix. <https://impresosfenix.com.co/papel-parafinado-medellin-papel-encerado/>

SeaRates. (s. f.). *Calculadora en línea de tiempo de tránsito y envío de carga en*

searates.com. SeaRates. <https://www.searates.com/es/services/distances-time/>

Semana. (2020, 4 diciembre). SAS es el tipo de sociedad más usado en Colombia.

Semana.com Últimas Noticias de Colombia y el Mundo.

<https://www.semana.com/empresas/articulo/empresa-sas-en-colombia-que-tipo-de-sociedades-de-empresa-debo-elegir/84554/>

SHANDONG JINXIANG UDELE FOOD CO., LTD, Frutas y hortalizas - Importación-exportación - Europages. (s. f.). <https://www.europages.es/SHANDONG-JINXIANG-UDELE-FOOD-CO-LTD/00000003806543-142850001.html>

User, E. (2023, 24 abril). *El lulo, la fruta tropical que no puede faltar en tu alacena» Ammarket.com. Ammarket - Tienda online de Alimentación: Frutas, Verduras y productos Gourmet. <https://www.ammarket.com/el-lulo-la-fruta-tropical-que-no-puede-faltar-en-tu-alacena/>
-https://spanish.alibaba.com/trade/search?spm=a2700.details.the-new-header_fy23_pc_search_bar.keydown_Enter&tab=all&searchText=frutas+liofilizadas*