

**Estudio de Factibilidad para la Exportación de Pulpa de Piña De la Empresa FRUEXCOL  
a Francia**

Angie N. Suarez, Esteban García y Jennifer Almeyda

Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga, Santander

Administración de Negocios Internacionales

Mgtr. Julio Ramírez

08 de mayo de 2020

### **Dedicatoria**

Primeramente a Dios, que es el motor y nos guía en cada paso que damos, a nuestros padres, que nos han apoyado en todo este proceso, nos han inspirado a luchar y a esforzarnos por nuestros ideales, a nuestros profesores, Julio Ramírez y Diego Arenas que fueron parte de este proceso, que nos brindaron su apoyo incondicional y por su desempeño en la enseñanza en cada parte del proceso de este trabajo y a nuestro amigo, José Luis Garcés que ha sido un ejemplo, una guía en nuestro camino a ser profesionales.

### **Agradecimientos**

Principalmente le agradecemos a Dios por darnos la oportunidad de estudiar en tan privilegiada universidad, a nuestros padres por apoyarnos en todo este camino y nuestro proceso como profesionales y a los profesores quienes nos compartieron sus conocimientos y nos enseñaron a ser buenos profesionales.

## Tabla de Contenidos

Capítulo 1 Delimitación del problema.....	14
1.1 Problema de Investigación.....	14
1.2 Formulación del problema.....	14
1.3 Identificación del problema.....	14
1.4 Descripción del problema.....	14
Capítulo 2 Justificación.....	16
Capítulo 3 Objetivos.....	17
3.1 Objetivo general.....	17
3.2 Objetivos específicos.....	17
Capítulo 4 Caracterización del sector.....	18
4.1 Importancia de la agroindustria en la economía colombiana.....	18
4.2 Representación en el PIB, PIB industria y producción.....	18
4.2.1 Representación de PIB.....	18
4.2.2 Producción.....	18
4.3 Contribución al empleo.....	19
4.4 Exportación, importación y balanza comercial del sector.....	21
4.4.1 Exportaciones.....	21
4.4.2 Importaciones.....	23
4.5 Comercio mundial del sector.....	26
4.5.1 Exportaciones mundiales.....	26
4.5.2 Importaciones mundiales.....	26
4.6 Empresas productoras a nivel nacional.....	27
4.7 Ventas.....	27
4.8 Principales productos de comercialización.....	28
Capítulo 5 FRUEXCOL LTDA.....	29
5.1 Información.....	29
5.1.1 Información de contacto.....	29
5.1.2 Información legal.....	30
5.1.3 Actividad económica.....	30
5.1.4 Establecimiento de comercio.....	30

5.1.5 Representante legal .....	31
5.2 DOFA.....	31
5.3 DOFA cruzada .....	32
Capítulo 6 Análisis financiero .....	33
6.1 Indicadores de tamaño .....	33
6.2 Indicadores de liquidez .....	35
6.3 Indicador de endeudamiento .....	35
6.4 Indicador de rentabilidad .....	36
Capítulo 7 Análisis del producto .....	38
7.1 Descripción del producto .....	38
7.2 Factor Innovador.....	38
7.3 Información nutricional .....	39
7.4 Partida Arancelaria .....	39
7.5 Listado de Competidores en Colombia.....	40
Capítulo 8 Selección de mercados .....	41
8.1 Selección de países potenciales .....	41
8.1.1 Principales países a los que Colombia exporta el producto de frutas y sus derivados	41
8.1.2 Principales importadores de esta partida arancelaria a nivel mundial .....	41
8.1.3 Comparación de países. ....	42
8.2. Análisis de Mercados.....	42
8.2.1 Justificación de la Matriz de preselección de mercado.....	44
8.3 Condiciones de Acceso.....	46
8.3.1 Acuerdos comerciales .....	46
8.3.2 Condiciones Arancelarias .....	47
8.3.3 Condiciones no arancelarias (certificado de origen, normas fitosanitarias, documentación).....	47
Capítulo 9 4P'S.....	50
9.1 Precio .....	50
9.1.1 Competencia en Francia.....	51
9.2 Promoción.....	52
9.3 Producto .....	52

9.3.1 Información nutricional .....	52
9.3.2 Ficha técnica .....	53
9.3.3 Producción Estimada .....	54
9.4 Distribución o Punto de venta.....	54
Capítulo 10 Estrategia de inmersión.....	55
10.1 Estrategia genérica.....	55
10.1.1 Exportación.....	55
10.2 Demanda estimada para París, Francia.....	55
10.2.1 Tendencias de Consumo Europeo.....	55
10.3 Negociación .....	56
Capítulo 11 Logística y DFI .....	58
11.1 Cantidades a exportar.....	58
11.2 Precios de venta internacional .....	58
11.3 Término Incoterm .....	60
11.4 Ruta Nacional .....	60
11.5 Ruta internacional de la operación.....	62
11.5.1 Perfil de Logística desde Colombia Hacia Francia.....	62
11.5.2 Desempeño Logístico de Francia.....	62
11.5.3 Acceso Marítimo.....	63
11.6 Línea naviera.....	64
11.6.1 Simulador de la naviera .....	65
11.7 EMPAQUE Y EMBALAJE .....	66
11.7.1 EMBALAJE.....	66
11.7.2 Empaque secundario .....	66
11.7.3 EMBALAJE.....	67
11.7.4 Pallet completo .....	67
11.7.5 Contenedor Refrigerado.....	68
11.8 Ruta Destino .....	68
11.9 Costos.....	70
11.9.1 Costos operación.....	70
11.9.2 TRM.....	71

11.9.3 Tabla de costos de Empaque, Embalaje y Estibado.....	71
11.9.4 Tabla de costos logísticos DFI.....	72
11.9.5 Tabla Margen de Ganancia .....	72
11.10 Pago internacional.....	73
Capítulo 12 Evaluación financiera.....	74
12.1 Inflación proyectada .....	74
12.2 Proyección de Precios 2020-2024.....	75
12.3 Proyección de Ingresos 2020-2024.....	75
12.4 Proyección de Egresos Unitario 2020-2024 .....	76
12.5 Proyección Egresos Anuales 2020-2024 .....	77
12.6 Flujo de Caja.....	78
12.7 Evaluación Financiera.....	78
12.8 Crédito .....	78
Capítulo 9 Cronograma de actividades .....	80
Lista de referencias .....	81
Apéndice .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

**Lista de tablas**

Tabla 1 Información de contacto Fruexcol.....	29
Tabla 2 Información legal Fruexcol.....	30
Tabla 3 Actividad económica Fruexcol.....	30
Tabla 4 Información del establecimiento de comercio Fruexcol.....	30
Tabla 5 Información de los representantes legales de Fruexcol.....	31
Tabla 6 Competidores en Colombia.....	40
Tabla 7 Comparación de Países que exportan e importan el producto de frutas y sus derivados.	42
Tabla 8 Descripción del etiquetado.....	49
Tabla 9 Costo muestras sin valor comercial.....	57
Tabla 10 Tabla de costos.....	70
Tabla 11 TRM.....	71
Tabla 12 Costos de Empaque, Embalaje y Estibado.....	71
Tabla 13 Costos logísticos.....	72
Tabla 14 Margen de ganancia.....	72
Tabla 15 Cronograma.....	80

## Lista de figuras

Figura 1 Producción anual .....	19
Figura 2 Generación de empleo Sector Fruta y sus derivados, Colombia .....	20
Figura 3 Empleos sector frutas y sus derivados Colombia .....	20
Figura 4 Dinámica anual de exportaciones sector Frutas y sus derivados.....	21
Figura 5 Exportaciones por departamento .....	22
Figura 6 Subsector Piña .....	22
Figura 7 Países para exportar .....	23
Figura 8 Importaciones Anuales .....	24
Figura 9 Importaciones por productos sector frutas y sus derivados.....	24
Figura 10 Importaciones por departamento .....	25
Figura 11 Países de origen de las importaciones. ....	25
Figura 12 Dinámica de las exportaciones mundiales en frutas y sus derivados. ....	26
Figura 13 Dinámica de las importaciones mundiales en frutas y sus derivados.....	26
Figura 14 Listado de las empresas productoras de Frutas y sus derivados a nivel nacional. ....	27
Figura 15 Empresas del sector agroindustrial con mayor venta a nivel nacional.....	27
Figura 16 Listado de los principales productos de frutas y sus derivados.....	28
Figura 17 DOFA cruzada.....	32
Figura 18 Activos.....	33
Figura 19 Pasivos.....	33
Figura 20 Ventas.....	34
Figura 21 Utilidad.....	34
Figura 22 Liquidez.....	35

Figura 23 Endeudamiento .....	36
Figura 24 Rentabilidad.....	37
Figura 25 Imagen el producto .....	38
Figura 26 Tabla nutricional español, inglés y Frances. ....	39
Figura 27 Nomenclatura del producto .....	40
Figura 28 Países a los que Colombia exporta el producto de frutas y sus derivados .....	41
Figura 29 Países que importan el producto de frutas y sus derivados a nivel mundial .....	42
Figura 30 Gravamen arancelario Frutas y frutos comestibles .....	47
Figura 31 Precio del producto en el mercado nacional.....	50
Figura 32 Productos competencia.....	51
Figura 33 Productos competencia.....	51
Figura 34 Imagen del producto .....	52
Figura 35 Tabla nutricional español, Inglés y Frances .....	53
Figura 36 Ficha técnica.....	53
Figura 37 Tiquetes .....	56
Figura 38 Histórico TES año 2024 .....	58
Figura 39 Rendimiento .....	59
Figura 40 FORWARD .....	59
Figura 41 Precio de venta internacional.....	60
Figura 42 cotización servicio de transporte de carga.....	61
Figura 43 Formas de pago.....	62
Figura 44 Logistics Performance Index de Francia .....	63
Figura 45 Acceso marítimo.....	63

Figura 46 Frecuencias y tiempo de tránsito desde los puertos colombianos .....	64
Figura 47 Línea naviera .....	64
Figura 48 Carga marítima y recargos.....	65
Figura 49 Documentación y costos de manejo .....	65
Figura 50 Empaque primario .....	66
Figura 51 Empaque secundario.....	66
Figura 52 Tendido de un pallet .....	67
Figura 53 Pallet completo .....	67
Figura 54 Contenedor refrigerado.....	68
Figura 55 Cotización Transporte Destino .....	69
Figura 56 Tasas de Carta Crédito Bancolombia .....	73
Figura 57 Tasa de inflación.....	74
Figura 58 Proyección de precios.....	75
Figura 59 Proyección de ingresos .....	75
Figura 60 Proyección de egresos unitario.....	76
Figura 61 Proyección de egresos anuales .....	77
Figura 62 Flujo de caja .....	78
Figura 63 Evaluación financiera .....	78

## **Resumen general de trabajo de grado**

**TITULO:** Estudio de Factibilidad para la Exportación de Pulpa de Piña De la Empresa FRUEXCOL a Francia

**AUTOR(ES):** Angie N. Suarez, Esteban García y Jennifer Almeyda

**PROGRAMA:** Administración de Negocios Internacionales

**DIRECTOR(A):** Julio Ramírez

### **RESUMEN**

Este proyecto se realizó con el fin de analizar la viabilidad de la exportación de pulpa de piña de FRUEXCOL una empresa 100% Santandereana, hacia un nuevo mercado internacional donde aún no llega este producto, es por eso que identificamos nuestras ventajas competitivas y oportunidades para entrar en el Mercado europeo, en dónde nos enfocamos en Francia gracias a la investigación realizada, la cual nos dio como resultado que es viable este mercado por sus beneficios de TLC y su incremento exponencial sobre los productos orgánicos y Ready for Eat, también se analizó que la piña es un producto deseado por su sabor exótico.

Las capacidades de producción tanto de Colombia como de la empresa va hacia la alza con los productos orgánicos posicionándonos como un país y marca competitivo en las pulpas de frutas y sus derivados, perfecto para exportar a países de la Unión Europea.

### **PALABRAS CLAVE:**

Competitividad, exportación, frutas exóticas, productos orgánicos, TLC, unión Europea.

### **General summary of work of grade**

**TITLE:** Feasibility study for the export of pineapple pulp from FRUEXCOL to France

**AUTHOR(S):** Angie N. Suarez, Esteban García y Jennifer Almeyda

**FACULTY:** International Business Management

**DIRECTOR:** Julio Ramírez

#### **ABSTRACT**

This project was carried out in order to analyze the viability of exporting pineapple pulp from FRUEXCOL, a 100% Santander company, to a new international market where this product has not yet reached. This is why we identified our competitive advantages and opportunities to enter the European market, where we focused on France thanks to the research we carried out, which resulted in the viability of this market due to its benefits of TLC and its exponential increase over organic and Ready for Eat products.

The production capacity of both Colombia and the company is going up with organic products positioning us as a competitive country and brand in fruit pulp and its derivatives, perfect for export to countries in the European Union.

#### **KEYWORDS:**

Competitiveness, export, exotic fruits, European Union, FTA, organic products.

## **Capítulo 1**

### **Delimitación del problema**

#### **1.1 Problema de Investigación**

El problema de investigación de este proyecto está enfocado con la nueva comercialización de la pulpa de piña de la empresa FRUEXCOL en un mercado europeo, se necesita recopilar información acerca de la empresa, mercados, países y producción. con el fin de identificar las oportunidades y capacidades de la empresa y posibles mercados potenciales.

#### **1.2 Formulación del problema**

¿Cuáles son las oportunidades y capacidades de expansión comercial de FRUEXCOL para posicionar la pulpa de piña en un mercado europeo?

#### **1.3 Identificación del problema**

Oportunidades y capacidades de comercialización de la pulpa de piña de FRUEXCOL en un nuevo mercado europeo.

#### **1.4 Descripción del problema**

Desde 1996 la empresa FRUEXCOL se ha posicionado en el mercado nacional con la comercialización de fruta y pulpa de fruta, luego de más de 20 años en el mercado decidieron expandirse a mercados internacionales, aumentando su inversión para producción de pulpa exportable hacia estados Unidos y Canadá.

FRUEXCOL actualmente es una empresa que representa más o menos el 5% de la industria que exporta pulpa de frutas en Colombia, debido a que son los únicos que no congelan o usan pasteurizantes en ellas.

Su plan de expansión se basa en la comercialización de pulpa de fruta, tales como maracuyá, mora, lulo, piña, mandarina, entre otros. Esto llevó a la empresa a construir una planta para la transformación de esta fruta con un periodo de conservación de 6 meses. Según la directiva de FRUEXCOL, la empresa se ha fortalecido en la estandarización de procesos, y las normas de buenas prácticas fundamentadas en el decreto 3075 que rigen los parámetros ideales de una planta procesadora de alimentos.

La producción es de 10.000 unidades semanales que atienden el mercado interno y cuenta con una capacidad instalada para la producción de 30.000 unidades. Janeth Rodríguez, gerente de Fruexcol comentó que hoy en día tiene una capacidad de procesamiento de 60 toneladas

mensuales. De esta producción un 65% se exporta a EE. UU. y Canadá, mientras que el 35% restante se queda en el mercado interno.

## **Capítulo 2**

### **Justificación**

Nuestro estudio acerca de las oportunidades y capacidades de comercialización de la pulpa de piña de FRUEXCOL en un nuevo mercado europeo, demuestra las capacidades que tiene la compañía para internacionalizarse a otro continente, gracias a que Colombia está posicionado en el mercado, así como también en los mercados canadiense y norteamericanos.

Mediante estudios de mercados Realizados para FRUEXCOL y el acceso a información para la comercialización del producto que produce la compañía son oportunos para posicionarse en un nuevo mercado ya que tiene la capacidad de producción, comercialización e internacionalización de la empresa.

Parte de la visión de FRUEXCOL para la participación en el mercado nacional y mundial, mediante el desarrollo de nuevos productos está dando una actitud positiva para el desarrollo de la empresa.

## **Capítulo 3**

### **Objetivos**

#### **3.1 Objetivo general**

Identificar las oportunidades de comercializar pulpa de piña de Fruexcol en nuevos mercados potenciales europeos.

#### **3.2 Objetivos específicos**

1. Identificar las capacidades y ventajas competitivas de la empresa Fruexcol para la exportación de pulpa de piña en un mercado europeo.
2. Analizar financieramente a FRUEXCOL de modo que se evalúe la capacidad de liquidez de la empresa y los indicadores financieros que permitan a la empresa evidenciar que la propuesta es rentable.
3. Comparar los diversos mercados internacionales europeos para crear un nuevo canal de comercialización de la pulpa de piña.
4. Diseñar y evaluar varias estrategias logísticas que contengan todos los factores de la cadena de distribución logística internacional.

## Capítulo 4

### Caracterización del sector

#### 4.1 Importancia de la agroindustria en la economía colombiana

El sector agroindustrial en Colombia es un motor de inversión y crecimiento que cumple un papel fundamental en la economía del país y en la construcción de tejido social para invertir en el campo colombiano. De acuerdo con el DANE es la principal actividad económica del ámbito rural, ya que el 74% de las unidades de producción tienen un uso agropecuario.

Gracias a su potencial agrícola, características climáticas y recursos naturales el sector agroindustrial cuenta con las mayores oportunidades de inversión en el campo colombiano con más de 22 millones de hectáreas disponibles, de las cuales actualmente sólo se utilizan 7 millones.

Según la FAO (Organización de Comida y Agricultura).la expansión de la tierra cultivable destinada a la producción de alimentos seguirá aumentado. En los próximos 30 años, los países en desarrollo necesitarán otros 120 millones de hectáreas para cultivos. Alrededor de la mitad de la tierra que podría ingresar a la producción agrícola está localizada en 7 países tropicales: Angola, Argentina, Bolivia, Colombia, Brasil, Congo y Sudán.

#### 4.2 Representación en el PIB, PIB industria y producción

##### 4.2.1 Representación de PIB

Según el Ministerio de Agricultura, en el sector agroindustrial genera más del 20% del empleo nacional y representa alrededor del 5% del PIB Colombiano, un aproximado de 16.5 miles de millones de dólares.

##### 4.2.2 Producción

La producción en el sector de Frutas y derivados desde el 2008 ha tenido un crecimiento proporcional años tras años, llegó a 769.500 millones de pesos en 2018 con un aumento de aproximado de 470.000 millones de pesos en últimos 10 años. Según el Dane, “el sector agroindustrial ocupó el 31,7% del total de la producción nacional en 2016.” (DANE - Encuesta anual manufacturera).

**Figura 1****Producción anual**

Fuente: Maro.com.co

### 4.3 Contribución al empleo

En contraste el Ministerio de Agricultura, expone que el sector agroalimentario genera más del 20% del empleo nacional. El programa Colombia Siembra busca aumentar la producción agrícola con un 1'000.000 de nuevas hectáreas.

Al respecto, el Director Ejecutivo de Cultivando Futuro, menciona que “cada vez que se logra que una finca sea productiva por lo menos se están generando 5 empleos. Todo el alimento que recibimos en las ciudades pensamos que lo producen grandes empresas y que el agricultor produce unas pocas, pero realmente el 80% de todo lo que consumimos lo producen los pequeños agricultores”

**Figura 2****Generación de empleo Sector Fruta y sus derivados, Colombia**

Fuente: Maro.com.co

Donde más genera empleo el sector de la palma es en el departamento de Santander y Antioquia, donde aportan alrededor del 27% del empleo que genera el sector agroindustrial.

**Figura 3****Empleos sector frutas y sus derivados Colombia**

CIU Rev. 3.1 A.C.	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2018 Ene- Dic	2019 Ene- Dic	2019/2018 Var %	2019/2018 Var % Ene- Dic	TCAC 2019/2010
Santander	32.241	50.285	42.630	48.310	47.905	40.733	45.553	36.822	54.125	39.200	54.125	39.200	-27,6	-27,6	2,2
Antioquia	19.523	24.810	17.432	30.920	23.481	23.245	25.119	30.344	25.718	30.748	25.718	30.748	19,6	19,6	5,2
Valle del Cauca	20.943	28.835	28.024	26.496	18.482	20.836	16.143	18.431	24.854	27.874	24.854	27.874	12,2	12,1	3,2
Cundinamarca	29.921	33.412	22.207	20.292	24.044	27.360	21.590	22.549	29.985	24.325	29.985	24.325	-18,9	-18,9	-2,3
Boyacá	10.322	12.730	12.425	18.476	22.486	21.953	22.385	18.150	25.552	20.024	25.552	20.024	-21,6	-21,6	7,6
Tolima	17.770	8.602	20.570	19.952	22.360	14.609	19.214	12.008	19.691	19.126	19.691	19.126	-2,9	-2,9	0,8
Meta	7.179	6.942	6.114	7.906	9.040	12.289	13.139	12.784	12.228	16.540	12.228	16.540	35,3	35,3	9,7
Caldas	4.333	5.145	8.586	9.236	8.033	9.944	7.881	11.997	16.089	13.129	16.089	13.129	-18,4	-18,4	13,1
Norte de Santander	8.906	13.420	8.938	10.546	12.992	11.036	9.040	17.751	17.204	13.039	17.204	13.039	-24,2	-24,2	4,3
Nariño	10.509	15.562	14.793	10.292	15.984	15.795	8.692	16.166	7.642	11.145	7.642	11.145	45,8	45,8	0,7

Número de ocupados. Fuente: Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH)-DANE. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Febrero de 2020.

Fuente: Maro.com.co

Santander es uno de los departamentos con mayor producción en el sector agrícola en el país lo cual es una ventaja para la región ya que gracias a su amplia producción ha generado empleo para los campesinos y de esa manera abastecer las necesidades de la canasta familiar en Santander.

#### 4.4 Exportación, importación y balanza comercial del sector

##### 4.4.1 Exportaciones

###### Figura 4

*Dinámica anual de exportaciones sector Frutas y sus derivados.*



Fuente: Maro.com.co

Según la gráfica de la dinámica anual de exportaciones en 2019 alcanzaron 112.000 miles de USD en el sector frutas y sus derivados, el cual ha tenido un crecimiento exponencial desde 2015, vemos un incremento total de 80% en los últimos 4 años.

**Figura 5**  
**Exportaciones por departamento**

Departamentos

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2018 Ene-Feb	2019 Ene-Feb	2019/2018 Var %	2019/2018 Var % Ene-Feb	TCAC 2019/2010
Antioquia	169	452	806	376	1.616	2.610	4.083	3.778	3.023	2.988	373	497	-1,2	33,2	37,6
Valle del Cauca	65	169	91	133	153	146	4.062	4.550	4.717	1.531	190	84	-67,6	-56,0	42,1
Caldas	302	534	422	704	498	101	79	597	935	1.091	131	79	16,7	-39,2	15,3
Bogotá, D.C.	218	545	598	964	317	1.194	1.945	1.222	615	503	70	69	-18,2	-1,6	9,7
Cundinamarca	124	148	194	172	8	27	20	225	279	53	4	27	-81,1	520,4	-9,1
Risaralda	32	40	40	21	6	17	43	254	101	109	3	13	8,1	420,9	14,7
Quindío	2	23	10	4	10	0	0	45	13	20	0	11	56,2	0,0	27,3
Tolima	0	0	0	0	0	0	0	0	29	147	13	10	409,1	-23,4	N.C.
Atlántico	0	21	59	35	70	0	1	2	4	19	5	2	344,1	-49,5	315,7
Santander	3	27	2	46	14	0	43	156	73	41	11	2	-44,1	-83,2	34,7

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Abril de 2020.

Fuente: Maro.com.co

Según el Dane y la Dian para abril de 2020, Santander ocupa el puesto 10 como mayor exportador en el sector Frutas y sus derivados con un total 41 miles de dólares y un crecimiento anual compuesto de 34%.

**Figura 6**  
**Subsector Piña**

Productos

Subpartida arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2018 Ene-Feb	2019 Ene-Feb	2019/2018 Var %	2019/2018 Var % Ene-Feb	TCAC 2019/2010
Aguacates (paltas), frescos o ...	108	172	11	1.179	3.573	10.279	35.040	52.948	62.732	89.053	22.135	21.780	42,0	-1,6	110,9
Mangos preparados o conservado...	6.850	6.266	4.716	5.448	6.159	6.196	6.291	10.101	8.197	8.369	1.094	1.706	2,1	55,9	2,3
Mangos y mangostanes frescos o...	435	511	259	631	684	1.093	2.208	2.804	3.722	5.857	797	803	57,4	0,7	33,5
Piñas tropicales (ananás), fre...	555	1.387	1.538	1.814	2.090	3.458	9.768	10.567	9.228	5.442	698	611	-41,0	-12,4	28,9
Papayas frescas.	318	114	87	106	15	60	56	4.281	730	711	3	297	-2,5	10.403,4	9,4
Jugo de mango sin fermentar y ...	0	0	61	23	57	9	30	895	1.138	1.312	166	98	15,3	-40,8	N.C.
Piñas tropicales (ananás), en ...	40	152	193	215	301	333	404	392	403	474	56	69	17,7	24,8	31,7
Las demás piñas tropicales (an...	102	178	247	241	270	252	425	1.159	344	432	63	62	25,5	-1,9	17,4
Compotas, jaleas y mermeladas ...	166	204	166	190	129	78	67	54	49	143	4	30	189,9	663,0	-1,7
Purés y pastas de piñas, obten...	35	40	26	7	0	0	0	0	0	0	0	15	0,0	0,0	-100,0

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Abril de 2020.

Fuente: Maro.com.co

En la gráfica por subsector, el producto a exportar Piña ha tenido una tasa de crecimiento anual de 2018 a 2019 del 37% para piñas en el sector de frutas y sus derivados. Es el 7 producto más exportable en el sector frutas y sus derivados.

### Figura 7

#### Países para exportar



País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2018 Ene-Feb	2019 Ene-Feb	2019/2018 Var %	2019/2018 Var % Ene-Feb	TCAC 2019/2010
Brasil	0	0	0	0	0	0	0	42	219	172	0	14	-21,6	0,0	N.C.
Guatemala	0	6	1	4	4	7	1	7	2	1	0	14	-60,3	25.935,4	N.C.
Curazao	0	0	0	0	0	34	153	133	179	120	4	12	-33,0	215,5	N.C.
Canadá	9	35	55	121	97	108	105	60	69	178	0	9	156,8	0,0	39,9
Perú	31	18	8	4	9	11	8	3	1	30	0	6	2.017,1	0,0	-0,4
Reino Unido	16	0	1	13	76	70	1.044	810	772	113	27	4	-85,3	-86,8	23,9
Países Bajos	3	0	80	0	67	121	923	534	527	126	45	3	-76,1	-92,7	52,6
Puerto Rico	0	0	1	0	0	0	0	1	9	6	1	2	-36,4	68,5	32,4
Suecia	5	2	0	30	28	17	41	23	12	5	0	1	-61,4	0,0	-1,3
Francia	0	0	2	0	0	1	161	339	123	157	11	1	27,5	-92,3	N.C.

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Abril de 2020.

Fuente: Maro.com.co

Según el listado realizado por Maro. la Dian y el Dane muestra un listado de los 60 países hacia donde se exporta el sector Frutas y sus derivados, Francia el país objetivo se encuentra en la posición 20 con un total de 157 miles de dólares para 2019.

#### 4.4.2 Importaciones

Según la gráfica anterior las importaciones en Colombia respecto al sector de frutas y sus derivados oscila en los últimos 9 años entre 2.500 miles de dólares y 3.000 miles en dólares, para el 2019 las importaciones de este sector fueron de 2.950 miles de dólares.

**Figura 8****Importaciones Anuales**

Fuente: Maro.com.co

**Figura 9****Importaciones por productos sector frutas y sus derivados**

Productos ×

Subpartida arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 Ene	2020 Ene	2019/2018 Var %	2020/2019 Var % Ene	TCAC 2019/2010
Mangos preparados o conservado...	1	6	1	45	30	8	14	12	346	895	325	100	159,1	-69,1	103,5
Mangos y mangostanes frescos o...	917	1.318	1.137	1.263	1.100	535	562	607	577	325	99	78	-43,7	-21,4	-10,9
Los demás jugos de piña (ananá...	431	594	559	542	905	1.149	1.441	957	1.169	1.223	223	61	4,6	-72,5	12,3
Purés y pastas de piñas, obten...	0	0	1	14	36	136	73	49	63	95	0	9	50,2	0,0	N.C.
Compotas, jaleas y mermeladas ...	5	23	31	20	15	13	0	5	9	25	0	5	173,7	0,0	21,0
Piñas tropicales (ananás), en ...	302	409	320	425	552	436	380	579	342	358	66	2	4,5	-97,6	1,9
Piñas tropicales (ananás), fre...	98	30	33	100	139	3	23	24	34	1	0	0	-97,7	0,0	-41,6
Aguacates (paltas), frescos o ...	702	518	433	314	218	77	16	9	0	17	0	0	0,0	0,0	-33,8
Papayas frescas.	7	157	18	14	15	1	1	7	0	0	0	0	0,0	0,0	-100,0
Mango (Mangifera indica L.), s...	39	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	-100,0

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Marzo de 2020.

Fuente: Maro.com.co

Los productos con mayor demanda de importación en Colombia en el sector de frutas y sus derivados se encuentran liderado por los mangos preparados, jugos de piña, purés y pastas de piña, compotas, jaleas y mermeladas entre otros.

**Figura 10****Importaciones por departamento**

 Departamentos x

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 Ene	2020 Ene	2019/2018 Var %	2020/2019 Var % Ene	TCAC 2019/2010
Bogotá, D.C.	270	258	231	474	311	574	218	135	620	1.125	376	110	81,6	-70,6	17,2
Nariño	1.519	1.930	1.423	1.143	948	369	506	543	475	286	74	78	-39,9	5,5	-16,9
Antioquia	447	598	757	782	1.050	1.030	1.507	1.028	1.003	1.164	198	43	16,0	-78,3	11,2
Cundinamarca	232	293	225	224	604	403	299	433	372	239	0	18	-35,8	0,0	0,4
Valle del Cauca	25	149	37	179	117	18	7	9	27	95	65	5	246,9	-91,6	15,8
Atlántico	103	98	105	160	120	48	25	47	29	33	0	0	13,8	0,0	-12,0
Caldas	0	0	0	0	0	0	20	98	82	0	0	0	-100,0	0,0	N.C.
Cauca	0	0	4	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	N.C.
La Guajira	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-100,0	0,0	N.C.
Santander	0	0	0	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	N.C.

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Marzo de 2020.

Fuente: maro.com.co

Los departamentos con mayor demanda en importaciones en productos de frutas y sus derivados es liderado por Bogotá, siguiente por Nariño, Antioquia, Cundinamarca entre otros, Santander se encuentra en el puesto 10 como mayor importador de este sector.

**Figura 11****Países de origen de las importaciones.**

 Países x

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019 Ene	2020 Ene	2019/2018 Var %	2020/2019 Var % Ene	TCAC 2019/2010
México	151	171	88	95	42	27	5	28	387	895	325	100	131,2	-69,1	21,9
Ecuador	1.537	1.717	1.446	1.130	729	330	436	259	354	276	74	78	-21,9	5,5	-17,4
Países Bajos	0	59	0	303	461	876	768	382	383	430	85	43	12,5	-49,4	N.C.
Costa Rica	8	38	74	47	3	6	20	25	114	80	24	18	-29,4	-25,8	29,7
Italia	1	1	3	19	19	60	7	25	64	95	0	9	49,0	0,0	61,7
Polonia	0	0	0	0	0	0	0	0	9	25	0	5	182,1	0,0	N.C.
Filipinas	0	8	20	49	42	41	21	26	26	27	1	2	1,6	17,5	N.C.
Bolivia	0	10	9	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0,0	0,0	N.C.
Brasil	0	0	0	0	0	12	2	0	0	0	0	0	0,0	0,0	N.C.
Sudáfrica	0	0	0	0	17	13	0	0	0	15	0	0	0,0	0,0	N.C.

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Marzo de 2020.

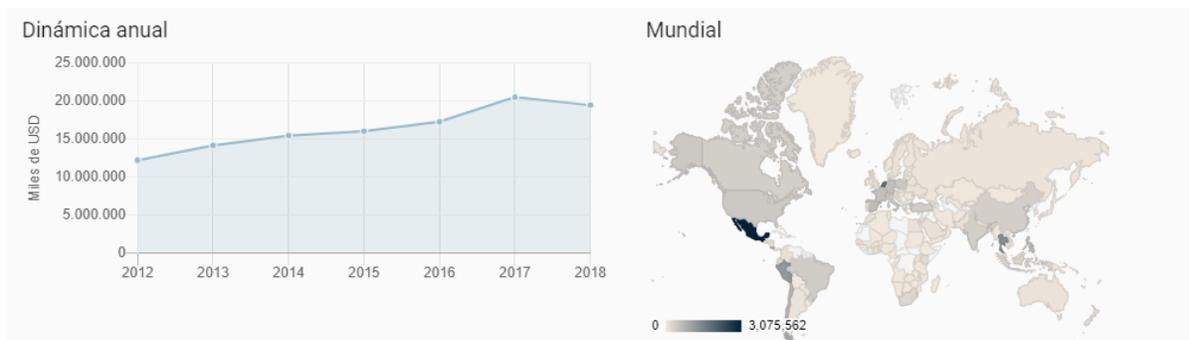
Fuente: Maro.com.co

## 4.5 Comercio mundial del sector

### 4.5.1 Exportaciones mundiales

**Figura 12**

*Dinámica de las exportaciones mundiales en frutas y sus derivados.*



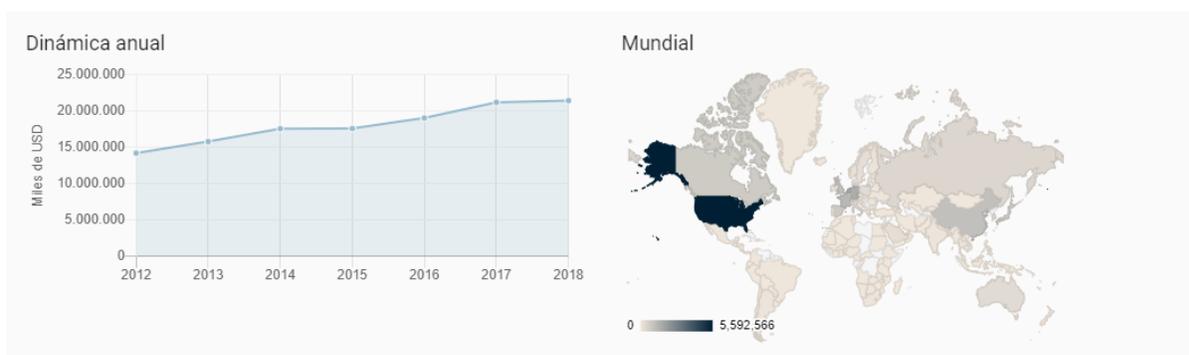
Fuente: Maro.com.co

Las exportaciones mundiales en los productos de frutas y sus derivados corresponden en 2018 a un total de 19.409.562 miles de dólares. lo cual tuvo una reducción mínima desde 2017 esto debido al incremento de precios en las frutas y sus derivados. Los productos más exportables de este subsector, es liderado por los aguacates, seguido por jales, mermeladas, guayabas, mangos y jugos.

### 4.5.2 Importaciones mundiales

**Figura 13**

*Dinámica de las importaciones mundiales en frutas y sus derivados.*



Fuente: Maro.com.co

Las importaciones de frutas y sus derivados a nivel mundial para 2018 corresponde un total de 21.373.493 miles de dólares. los productos con mayores importaciones a nivel mundial son los aguacates, guayabas, frutos comestibles, piñas, entre otros.

#### 4.6 Empresas productoras a nivel nacional

**Figura 14**

*Listado de las empresas productoras de Frutas y sus derivados a nivel nacional.*

Num	País	Compañía	Industria	Total Ingreso O	Año Fiscal	Auditado	Consolidado	Fuente
1	Colom...	Meals Mercadeo De Alimentos De Colombia S A S Que ...	Comerciantes al ...	428,591.75	2018	Y	Individual	Superintendenci...
2	Colom...	Congelados Agrícolas S A Congelagro S A	Conservación de...	173,221.61	2018	Y	Individual	Superintendenci...
3	Colom...	Panamericana De Alimentos S.A.S	Conservación de...	113,016.73	2018	Y	Individual	Superintendenci...
4	Colom...	Nutrimenti de Colombia S.A.S.	Conservación de...	78,903.50	2018	Y	Individual	Superintendenci...
5	Colom...	Pulpafruit S A S	Conservación de...	68,399.44	2019	N	Individual	Bogota Chamber...
6	Colom...	Compañía Envasadora Del Atlantico S.A.S.	Conservación de...	68,052.15	2018	Y	Individual	Superintendenci...
7	Colom...	Compañía Internacional Agrofrut S.A.	Conservación de...	57,042.03	2018	Y	Individual	Superintendenci...
8	Colom...	Nutrium S.A.S.	Conservación de...	56,781.24	2018	Y	Individual	Superintendenci...
9	Colom...	Frigorifico De La Costa S.A.S.	Conservación de...	45,646.30	2018	Y	Individual	Superintendenci...
10	Colom...	Industrias la Coruña S.A.S.	Conservación de...	42,282.86	2018	Y	Individual	Superintendenci...
11	Colom...	Alimentos Sas S A S	Conservación de...	20,899.68	2019	N	Individual	Bogota Chamber...
12	Colom...	Productos Yuli S.A. - Bajo Investigación Legal	Conservación de...	20,630.69	2018	Y	Individual	Superintendenci...
13	Colom...	Proterra Foods S.A.S.	Conservación de...	17,294.01	2018	Y	Individual	Superintendenci...
14	Colom...	Hugo Restrepo Y Cia. S.A.	Conservación de...	16,999.37	2018	Y	Individual	Superintendenci...
15	Colom...	Productos Alimenticios Fritomix Sas	Conservación de...	16,808.69	2018	N	Individual	Bogota Chamber...
16	Colom...	C.I.Flp Colombia Sas	Conservación de...	16,311.35	2019	N	Individual	Bogota Chamber...
17	Colom...	Santo Frio Sociedad Por Acciones Simplificada	Conservación de...	13,916.93	2018	N	Individual	Medellin Chamb...
18	Colom...	Monar S.A.S.	Conservación de...	12,988.61	2018	N	Individual	Medellin Chamb...

Fuente: EMIS.

#### 4.7 Ventas

**Figura 15**

*Empresas del sector agroindustrial con mayor venta a nivel nacional*

OTROS ALIMENTOS							
FILTRAR POR NOMBRE O REGIÓN							
Mostrar	10	entradas	Buscar:				
RÁNKING	EMPRESA	VENTAS (\$ MILLONES)	VAR. (%)	ACTIVOS (\$ MILLONES)	UTILIDAD NETA (\$ MILLONES)	EBITDA (\$ MILLONES)	UTILIDAD NETA / PATRIMONIO (%)
1	Nutrium	55.928	12,7	185.164	10.852	9.284	7,1
2	Ascender	42.330	29,6	15.636	5.316	9.378	76,7
3	Salsan	35.158	21,9	15.094	1.100	2.938	13,8
4	Tecnologías Alimenticias	34.783	7,1	15.610	2.335	4.592	32,4
5	Tropical Fress	28.318	25,6	7.039	1.546	2.659	44,8
6	B. Altman & Compañía	26.987	24,2	22.058	1.242	3.985	12,5
7	Ibeaser	26.950	-18,8	24.378	-1.067	574	-11,7
8	Frozen Express	26.833	12,8	52.625	1.302	8.240	6,1
9	Conservas Delcasino	25.475	12,5	19.571	1.372	1.904	11,1
10	Productos El Tomatico	25.457	7,6	12.539	913	2.552	17,1

Fuente: Dinero.com

## 4.8 Principales productos de comercialización

**Figura 16**

**Listado de los principales productos de frutas y sus derivados**

Productos x

Subpartida arancelaria	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2018 Ene- Feb	2019 Ene- Feb	2019/2018 Var %	2019/2018 Var % Ene- Feb	TCAC 2019/2010
Aguacates (paltas), frescos o ...	108	172	11	1.179	3.573	10.279	35.040	52.948	62.732	89.053	22.135	21.780	42,0	-1,6	110,9
Mangos preparados o conservado...	6.850	6.266	4.716	5.448	6.159	6.196	6.291	10.101	8.197	8.369	1.094	1.706	2,1	55,9	2,3
Mangos y mangostanes frescos o...	435	511	259	631	684	1.093	2.208	2.804	3.722	5.857	797	803	57,4	0,7	33,5
Piñas tropicales (ananás), fre...	555	1.387	1.538	1.814	2.090	3.458	9.768	10.567	9.228	5.442	698	611	-41,0	-12,4	28,9
Papayas frescas.	318	114	87	106	15	60	56	4.281	730	711	3	297	-2,5	10.403,4	9,4
Jugo de mango sin fermentar y ...	0	0	61	23	57	9	30	895	1.138	1.312	166	98	15,3	-40,8	N.C.
Piñas tropicales (ananás), en ...	40	152	193	215	301	333	404	392	403	474	56	69	17,7	24,8	31,7
Las demás piñas tropicales (an...	102	178	247	241	270	252	425	1.159	344	432	63	62	25,5	-1,9	17,4
Compotas, jaleas y mermeladas ...	166	204	166	190	129	78	67	54	49	143	4	30	189,9	663,0	-1,7
Purés y pastas de piñas, obten...	35	40	26	7	0	0	0	0	0	0	0	15	0,0	0,0	-100,0

Fuente: Maro.com.co

Los principales productos de comercialización son los aguacates, guayabas, mangos y piñas con una variación de 4,29% al 25,32% en los años 2016/2017 que fueron los años de mayor producción en el sector agrícola.

## Capítulo 5

### FRUEXCOL LTDA

#### 5.1 Información

FRUEXCOL LTDA es una empresa santandereana, creada por mujeres santandereanas en 1996, el cual se dedican a la producción y distribución de pulpas de fruta donde tienen como misión, llevar a clientes en Colombia y el mundo frutas o pulpas frescas de sabores exóticos, donde son elaborados y transformados cuidadosamente por rígidas normas fitosanitarias para el mercado nacional e internacional, el cual ya se exportan a países como Estados Unidos y Canadá.

La visión de esta empresa está enfocada en los próximos 5 años donde quieren incrementar la participación en el mercado nacional y mundial, mediante el desarrollo de nuevos productos y utilización de nuevas tecnologías vanguardista.

##### 5.1.1 Información de contacto

**Tabla 1**

##### **Información de contacto Fruexcol.**

Nombre o Razón Social	FRUEXCOL LTDA
tipo jurídico	SOC. LIMITADA
Identificación	900136631-7
Dirección Comercial	KILOMETRO 9 - 1 VEREDA SAN IGNACIO
Ciudad Comercial	BUCARAMANGA
Departamento Comercial	SANTANDER
Dirección Judicial	CALLE 105 # 26 - 18
Ciudad Judicial	BUCARAMANGA
Departamento Judicial	SANTANDER
Teléfonos	- 6300210 - 6300210
Email	fruexcol@hotmail.com

Fuente: Cámara de comercio de Bucaramanga.

### 5.1.2 Información legal

**Tabla 2**

#### **Información legal Fruexcol**

Matrícula Mercantil	138849
Edad empresarial	13
Nro. Empleados	19
Últimos estados financieros depositados	2018,2017,2016

Fuente: Cámara de comercio de Bucaramanga.

### 5.1.3 Actividad económica

**Tabla 3**

#### **Actividad económica Fruexcol**

CIU	1020
Descripción CIU	Procesamiento y conservación de frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos
Sector	3
Descripción Sector	Industrias manufactureras
Subsector	1
Descripción Subsector	Elaboración de productos alimenticios

Fuente: Cámara de comercio de Bucaramanga.

### 5.1.4 Establecimiento de comercio

**Tabla 4**

#### **Información del establecimiento de comercio Fruexcol**

Nombre	Dirección	Ciudad	Estado	Activo
FRUEXCOL LTDA	CALLE 105 # 26 - 18	BUCARAMANGA	ACTIVO	\$460.638.470

Fuente: Cámara de comercio de Bucaramanga.

### 5.1.5 Representante legal

**Tabla 5**

#### **Información de los representantes legales de Fruexcol**

<b>Nombre</b>	<b>Documento</b>	<b>Tipo</b>
JAIMES RIVERA RENE	91271224	GERENTE
RODRIGUEZ SAENZ JANETH LUCIA	63508796	SUBGERENTE

Fuente: Cámara de comercio de Bucaramanga.

## 5.2 DOFA

### **Fortalezas**

- La calidad de los productos ofrecidos por FRUEXCOL
- Medidas fitosanitarias estrictas en el proceso de producción y distribución.
- Diseño innovador de los envases.
- Capacitación constante del personal.
- Los propietarios conocen el negocio.

### **Debilidades**

- Dificultad de acceso a la planta de producción.
- Falta de personal administrativo.
- Capacidad de producción reducida.
- Normalización irregular de la calidad en la compra de materias primas a los proveedores.

### **Oportunidades**

- Tendencia del consumo en Francia de alimentos saludables como frutas y verduras.
- Tendencia creciente de los alimentos "listos para comer".
- Alto consumo de fruta en Francia.
- El consumo de frutas exóticas en toda Europa ha crecido considerablemente.
- TLC con la Unión Europea, Arancel 0% para frutas y derivados.

### Amenazas

- Falta de infraestructura en el país de origen (Colombia).
- Poca tecnificación de los proveedores.
- Pérdida de materia prima debido a la mala manipulación por parte del proveedor.
- Falta de reconocimiento de la marca FRUEXCOL en el mercado europeo.

### 5.3 DOFA cruzada

*Figura 17*

*DOFA cruzada*

<b>DOFA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>FORTALEZAS</b>	Producto innovador y de calidad con medidas fitosanitarias y certificación Invima y conocimiento del negocio con oportunidades en el mercado francés para las tendencias de alto consumo de frutas, frutas exóticas y productos "listos para comer".	El producto es innovador con buenas medidas fitosanitarias e Invima, pero hay ineficiencia en la infraestructura del país y la falta de tecnificación y manipulación por parte de los proveedores donde nos lleva a una estandarización de calidad irregular.
<b>DEBILIDADES</b>	El difícil acceso a la planta de producción, la reducida capacidad de exportación y la falta de personal administrativo, pero con una alta tendencia al consumo de frutas y derivados en Francia, da espacio para mejorar las debilidades y llegar a este nuevo mercado.	La falta de infraestructura en Colombia, la falta de tecnificación y manipulación de los proveedores y el débil posicionamiento de la marca sumado a la falta de capacidad y acceso a la planta de producción con ineficiencia de los proveedores no serían competitivos en la venta masiva.

Fuente:

## Capítulo 6

### Análisis financiero

#### 6.1 Indicadores de tamaño

*Figura 18*

*Activos*

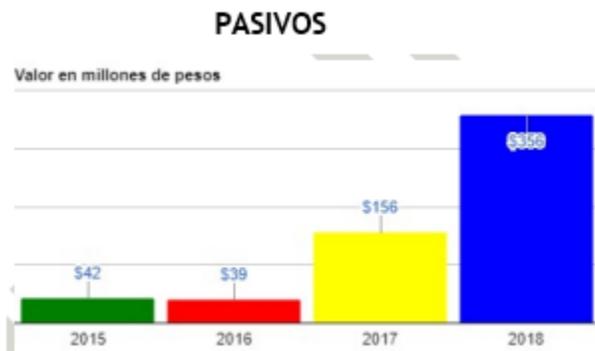


Fuente: Compite360.com

El historial de activos que posee la empresa FRUEXCOL LTDA. Donde podemos evidenciar un aumento de 389 millones de pesos en tan solo 3 años, esto se debe a unas inversiones en maquinaria y equipo para innovar y optimizar los procesos de producción.

*Figura 19*

*Pasivos*



Fuente: Compite360.com

Los pasivos de la empresa tuvieron un incremento en las obligaciones financieras, motivo por el cual ha adquirido más deudas con proveedores y/o bancos, con el fin de aumentar la producción de productos tipo exportación. de igual manera estos créditos fueron invertidos en la capitalización de la empresa e inversión de activos fijos.

**Figura 20**

**Ventas**



Fuente: Compite360.com

En el año 2018 tuvo un crecimiento de ventas del 50% con respecto al año 2017, este incremento fue superior al IPC y al comportamiento de la competencia, ya que Fruexcol entró en nuevos mercados internacionales con productos tipo exportación.

**Figura 21**

**Utilidad**



Fuente: Compite360.com

La empresa tuvo un decrecimiento en el último año, en su utilidad final, derivado de la consecución de créditos y los costos de las obligaciones financieras, los cuales fueron invertidos en activos y costos de producción. Amortizando los pasivos a mediano plazo.

## 6.2 Indicadores de liquidez

**Figura 22**

### Liquidez

	Nacional	Top 5 Sector (2018)	Empresa (2017)	Empresa (2018)
<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>	<b>Razón Corriente</b>			
	Activo Corriente / Pasivo Corriente	1,37	1,47	1,29
	Este indicador mide la disponibilidad de la compañía para responder por las obligaciones existentes. -> -12,29% -> Variación Compañía 2017 - 2018			
<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>	<b>Capital de Trabajo</b>			
	Activo Corriente - Pasivo Corriente (cifra en millones de pesos)	\$1.519,182	\$74	\$104
	Este indicador muestra el exceso o el déficit de la empresa después de cancelar todos los pasivos de corto plazo. -> 40,92% -> Crecimiento Compañía 2017 - 2018			

Fuente: Compite360.com

La razón corriente muestra la capacidad que tiene FRUEXCOL LTDA. para responder las obligaciones que posee, esto quiere decir que la empresa por cada peso que debe tiene 1.29 pesos para pagar la deuda. con lo cual se demuestra solidez y respaldo hacia los terceros.

En cuanto, al capital de trabajo donde muestra el exceso que la empresa tiene después de cancelar los pasivos, esto quiere decir que la empresa es capaz de pagar sus pasivos de corto plazo y mediano, aun así, puede seguir reinvertiendo en su producción o distribución.

## 6.3 Indicador de endeudamiento

El endeudamiento que tiene la empresa a corto plazo es el 100% esto nos indica que la empresa está soportando un excesivo volumen de deuda.

Nivel de endeudamiento mide la inversión de la empresa que ha sido financiado por deuda, donde vemos que está un poco alto ya que supera el 60% recomendado. El importe total de sus deudas supone el 77.33% de sus fondos propios, lo que significa que su endeudamiento es excesivo, a pesar de que está respaldada con crecimiento en producción.

La razón de autonomía determina la posibilidad de que la empresa pueda financiarse con su capital propio donde se redujo al 32% en 2017 y al 23% en el 2018.

En el apalancamiento externo encontramos que, si se duplica la utilidad antes de impuestos, se podría llegar a aumentar un 3.41, es decir que la utilidad neta podría aumentar un 341%. Con respecto al apalancamiento interno que se encuentra con un aumento menor pero que podría llegar al 29%.

**Figura 23**

**Endeudamiento**

<b>RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>	<b>Endeudamiento a Corto Plazo</b>			
	Total, Pasivo Corriente / Pasivo Total (%)	137%	100%	100%
	<small>Mide el porcentaje total de la deuda, que la empresa debe pagar en el corto plazo, es decir, en menos de un año. -&gt; 0 p.p. -&gt; Variación % Compañía 2017 - 2018</small>			
	<b>Nivel de Endeudamiento</b>			
	Pasivo Total / Activo Total (%)	39,06%	67,83%	77,33%
	<small>Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda. -&gt; 9,50 p.p. -&gt; Variación % Compañía 2017 - 2018</small>			
<b>Razón de Autonomía</b>				
Patrimonio Total / Activo Total	0,61	0,32	0,23	
<small>Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los dueños. -&gt; -29,54 % -&gt; Variación Compañía 2017 - 2018</small>				
<b>Apalancamiento Externo</b>				
Pasivo Total / Patrimonio Total	0,64	2,11	3,41	
<small>Este indicador mide hasta qué punto está comprometido el capital de los socios de la compañía con respecto a sus acreedores. -&gt; 61,80 % -&gt; Variación Compañía 2017 - 2018</small>				
<b>Apalancamiento Interno</b>				
Patrimonio Total / Pasivo Total	1,56	0,47	0,29	
<small>Este indicador mide la relación entre el uso de la deuda como mecanismo de financiación con respecto a los fondos de los socios. -&gt; -38,20 % -&gt; Variación Compañía 2017 - 2018</small>				

Fuente: Compite360.com

#### 6.4 Indicador de rentabilidad

La rentabilidad del patrimonio de la empresa durante el último año obtuvo una rentabilidad del 31.95%. disminuyendo con respecto al año anterior, o que deja ser llamativo para inversionistas o nuevos cupos de crédito.

La rentabilidad neta del activo de la empresa durante el 2018 fue de 7.24%. disminuyendo un 17,74% respecto al año anterior, o sea que la capacidad del activo disminuyó en beneficios hacia la empresa.

El margen operacional de la empresa después de descontar los costos operacionales y ventas fue de 3.48%, disminuyendo con respecto al año anterior, queriendo decir que los costos y gastos operacionales se incrementaron en el último año.

**Figura 24**

**Rentabilidad**

<b>RAZONES DE RENTABILIDAD</b>	<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>			
	Utilidad Neta / Patrimonio (%)	18,33%	77,66%	31,95%
	Evalúa la rentabilidad (antes o después de impuestos) que tienen los propietarios de la empresa. -> -45,71 p.p. -> Variación % Compañía 2017 - 2018			
	<b>Rentabilidad Neta del Activo</b>			
	Utilidad Neta / Activo Total (%)	11,17%	24,98%	7,24%
	Este indicador mide la rentabilidad global de la compañía. -> -17,74 p.p. -> Variación % Compañía 2017 - 2018			
	<b>Margen Operacional</b>			
	Utilidad Operacional / Ingresos Operacionales (%)	0%	7,42%	3,48%
	Este indicador mide el porcentaje de utilidad operacional que se genera, después de descontarle a las ventas su costo y gastos operacionales. -> -3,94 p.p. -> Variación % Compañía 2017 - 2018			

Fuente: Compite360.com

## Capítulo 7

### Análisis del producto

#### 7.1 Descripción del producto

Producto pastoso, no diluido ni fermentado por la separación de la fracción comestible de fruta fresca, sana, madura, limpia, desinfectada, mezclada con conservantes apto para alimentos y empacada asépticamente para su conservación en refrigeración entre 2°C y 6°C (35.6°F. a 42.8°F).

#### 7.2 Factor Innovador

Elaboración y distribución de pulpas funcionales de fruta enriquecida con super alimentos hidrolizados y congelada mediante proceso de congelamiento rápido individual.

El empaque posee un innovador sistema de presentación y almacenamiento, es un también un empaque práctico por su bolsa doy-pack que evita pérdidas por maduración donde permite conservar el sabor original de la fruta fresca que se presenta en pequeños cortes cúbicos.

#### Figura 25

#### Imagen el producto



Fuente: Fruexcol

### 7.3 Información nutricional

**Figura 26**

*Tabla nutricional español, inglés y Frances.*

<b>Nutrition Facts/Información Nutricional</b>	
Serving size/Tamaño de la porción	69ml (2,3oz)
Servings/Porciones por empaque	7 (vasos de 7oz)
<b>Amount per serving/Cantidad por porción 1</b>	
<b>Calories/Calorías</b>	26,91
Calorías de grasa	0
<b>% del Valor Diario*</b>	
<b>Total fat/Grasa Total</b>	0,18g 0,90%
Sat. Fat/Grasa saturada	0g 0%
<b>Cholesterol/Colesterol</b>	0g 0%
<b>Sodium/Sodio</b>	0g 0%
<b>Total Carbohydrate/Carb. totales</b>	6,08g 2,02%
Sugars/Azúcares	4g
Dietary fiber/Fibra dietética	0,22g
Proteins/Proteínas	0,17g
Vitamin A/Vitamina A	5,25 UI
Vitamin C/Vitamina C	8,28mg
Iron/Hierro	0,27mg
Calcium/Calcio	14,49mg
<b>Calories per gram/Calorías por gramo:</b>	
Fat/Grasa:	9
Carbohydrate/Carb.:	4
Protein/Proteína:	4
* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs.	
* El porcentaje de valor diario está basado en una dieta de 2000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de las necesidades calóricas.	

<b>L'INFORMATION NUTRITIONNELLE</b>		
TAILLE DE LA PORTION	69 ml	
PORTIONS PAR PAQUET	7 verres	
Montant par portion	1	
Calories	26,91	Gras 0
<b>% DE LA VALEUR QUOTIDIENNE</b>		
TOTAL DES GRAISSES	0,18 g	0,90%
GRAISSES SATURÉES	0 g	0%
CHOLESTEROL	0 g	0%
SODIUM	0 g	0%
TOTAL CARBES	6,08 g	2,02%
SUCRES	4 g	
FIBRE ALIMENTAIRE	0,22 g	
PROTEINS	0,17 g	
VITAMINE A	5,25 UI	VITAMINE C 8,28mg
IRON	0,27mg	CALCIUM 14,49mg
<b>CALORIES PAR GRAMME:</b>		
GRAISSE	9	GLUCIDE 4
		PROTEINE 4
LE POURCENTAGE DE LA VALEUR QUOTIDIENNE EST BASÉ SUR UNE ALIMENTATION DE 2000 CALORIES. VOS VALEURS QUOTIDIENNES PEUVENT ÊTRE PLUS GRANDES OU MOINS SELON LES BESOINS CALORIQUES.		

Fuente: Fruexcol, Elaboración propia.

### 7.4 Partida Arancelaria

La partida arancelaria de la Pulpa de Piña Gold marca TURUMBA pertenece a la nomenclatura con código 0811.90.99.00, como se evidencia en la siguiente imagen con la respectiva descripción del producto.

**Figura 27****Nomenclatura del producto**

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	0811.90.99.00			01-ene-2007	...	
Descripción	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante. - Los demás: - - Los demás: - - - Los demás			01-ene-2007	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			01-ene-2007	...	

Fuente: Dian.

**7.5 Listado de Competidores en Colombia****Tabla 6****Competidores en Colombia**

Competidores en Colombia
3D GROUP SAS- Bogotá.
Agro productora del Norte SAS-Plato.
Agro Túnez SA-Medellín.
Alimentos ALAN SAS- Medellín.
Alimentos Andinos de Colombia SAS (Alanco1)- Dosquebradas.

Fuente: elaboración propia

## Capítulo 8

### Selección de mercados

#### 8.1 Selección de países potenciales

##### 8.1.1 Principales países a los que Colombia exporta el producto de frutas y sus derivados

A continuación, se encuentra una imagen tomada de Maro, la cual nos muestra los 10 principales países a los que Colombia exporta más, en el producto de frutas y sus derivados con la partida arancelaria 0811.90.99.00.

**Figura 28**

##### *Países a los que Colombia exporta el producto de frutas y sus derivados*

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2019	2020	2019/2018	2020/2019	Var %	TCAC 2019/2010
											Ene	Ene	Ene	Ene		
Estados Unidos	8.162	11.306	13.806	17.086	17.491	21.069	27.164	31.834	38.470	41.550	2.545	3.068	8,0	20,5	19,8	
Francia	457	451	546	829	840	1.197	1.003	1.965	2.027	2.628	237	281	29,6	18,7	21,5	
Reino Unido	681	965	1.273	1.598	2.937	3.777	3.519	3.713	3.840	3.951	262	238	2,9	-9,0	21,6	
México	472	617	758	763	544	623	402	754	925	3.139	173	206	239,4	19,0	23,4	
España	1.008	1.124	1.181	1.011	1.593	1.595	2.024	1.959	2.235	2.793	144	190	24,9	32,1	12,0	
República Dominicana	107	95	25	93	36	79	173	101	566	1.021	72	135	80,6	88,6	28,5	
Jamaica	141	166	183	107	112	57	75	403	421	465	9	114	10,4	1.186,4	14,2	
Panamá	3.906	4.112	282	253	377	402	656	988	1.620	2.022	103	102	24,8	-0,2	-7,1	
Canadá	103	204	277	281	401	1.252	1.640	970	1.436	1.412	40	90	-1,7	125,7	33,7	
Chile	104	134	194	204	305	461	524	392	696	509	64	79	-26,9	24,2	19,3	

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Gerencia de Inteligencia Competitiva - Colombia Productiva. - Última actualización: Marzo de 2020.

Fuente: [Maro.com.co](http://Maro.com.co)

##### 8.1.2 Principales importadores de esta partida arancelaria a nivel mundial

En la siguiente imagen tomada de Maro, se puede apreciar los principales Países que importan el producto de frutas y sus derivados con la partida arancelaria 0811.90.99.00 a nivel mundial.

## Figura 29

### Países que importan el producto de frutas y sus derivados a nivel mundial

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2018 Ene-Dic	2019 Ene-Dic	2019/2018 Var %	2019/2018 Ene-Dic Var %	TCAC 2019/2010
Estados Unidos	13.802	22.721	36.798	64.281	83.660	81.545	69.428	67.241	69.665	70.536	69.665	70.536	1,3	1,3	18,1
Chile	46.207	52.320	52.884	48.520	48.505	37.569	34.747	35.377	34.567	36.887	34.567	36.887	6,7	6,7	-2,5
Bélgica	510	504	2.039	3.725	7.072	12.600	20.519	23.430	32.641	35.486	32.641	35.486	8,7	8,7	60,2
Brasil	2.532	4.185	3.577	2.653	4.444	5.565	5.075	7.445	12.608	14.347	12.608	14.347	13,8	13,8	21,3
Argentina	9.555	14.972	16.384	14.980	7.415	7.500	8.346	10.586	14.147	12.736	14.147	12.736	-10,0	-10,0	3,2
Países Bajos	2.957	6.137	7.708	5.059	6.294	6.996	6.760	7.383	10.204	11.848	10.204	11.848	16,1	16,1	16,7
Grecia	69	1.145	4.133	3.544	3.471	4.270	4.350	5.426	4.676	8.331	4.676	8.331	78,2	78,2	70,3
España	1.194	1.227	1.874	2.459	3.517	3.966	5.170	5.864	6.650	8.308	6.650	8.308	24,9	24,9	24,1
Tailandia	1.348	1.770	2.685	2.841	2.614	3.266	4.726	6.316	7.995	6.990	7.995	6.990	-12,6	-12,6	20,1
Nicaragua	4.114	6.897	10.115	6.235	9.202	10.279	7.213	5.021	6.527	6.010	6.527	6.010	-7,9	-7,9	4,3

Fuente: Maro.com.co

### 8.1.3 Comparación de países.

Tabla 7

#### Comparación de Países que exportan e importan el producto de frutas y sus derivados.

Países a los que Colombia exporta	Países que importan el producto de Frutas y sus derivados
Estados Unidos	Estados Unidos
Francia	Chile
Reino Unido	Bélgica
México	Brasil
España	Argentina
República Dominicana	Países Bajos
Jamaica	Grecia
Panamá	España
Canadá	Tailandia
Chile	Nicaragua

Fuente: elaboración propia

Para la selección de estos países se tuvo en cuenta la tabla que compara los países a los que Colombia exporta el producto de Frutas y sus derivados, y los países que más importan el producto, además de esto, se escogió Francia, ya que es uno de los países de los cuales Colombia exporta, además de que la empresa tiene como objetivo llegar a mercados europeos, por último, se escogió España, Chile y Francia, ya que la empresa ya ha exportado a Estados Unidos.

## 8.2. Análisis de Mercados

TIPO DE VARIABLE	VARIABLE	CHILE	P	C	R	FRANCIA	P	C	R	ESPAÑA	P	C	R	FUENTE
COMERCIO EXTERIOR	Importaciones del sector Agroindustrial USD	23.887 Millones USD, de los cuales los principales Países que les exportan en este sector, son, Feú, México, Costa Rica, Estados Unidos y Turquía.	3,40%	1	0,03	386.719 Millones USD, de los cuales los principales Países que les exportan en el sector son Polonia, Serbia, Marruecos, España y Bélgica.	3,40%	5	0,17	70.061 Millones USD, de los cuales los principales Países que les exportan en este sector, son, Marruecos, Bélgica, Portugal, Alemania y Polonia	3,40%	3	0,10	<a href="http://www.trademap.org">www.trademap.org</a>
	Importaciones del sector Agroindustrial %	En el crecimiento en el valor de las importaciones de este sector fue del -1% entre el año 2018-2019, En cambio la Tasa de crecimiento en cantidad de las importaciones entre 2018-2019 fue del 51%	3,40%	1	0,03	En el crecimiento en el valor de las importaciones de este sector fue del 0% entre el año 2018-2019, En cambio la Tasa de crecimiento en cantidad de las importaciones entre 2018-2019 fue del 5%	3,40%	3	0,10	En el crecimiento en el valor de las importaciones de este sector fue de 0% entre el año 2018-2019, En cambio la Tasa de crecimiento en cantidad de las importaciones entre 2018-2019 fue del 11%	3,40%	5	0,17	<a href="http://www.trademap.org">www.trademap.org</a>
	Exportaciones Colombianas del sector Agroindustrial USD	684 Miles USD	3,20%	3	0,10	1.487 Miles USD	3,20%	5	0,16	644 Miles USD	3,20%	1	0,03	<a href="http://www.trademap.org">www.trademap.org</a>
	Crecimiento de las exportaciones Colombianas del sector industrial %	El crecimiento en el valor de las importaciones en este sector desde Colombia fue de -6%	3,20%	5	0,16	El crecimiento en el valor de las importaciones en este sector desde Colombia fue de -18%	3,20%	3	0,10	El crecimiento en el valor de las importaciones en este sector desde Colombia fue de -18%	3,20%	1	0,03	<a href="http://www.trademap.org">www.trademap.org</a>
	TLC y/o Convenios	Vigente. El Acuerdo de Libre Comercio entre los Gobiernos de la República de Colombia y la República de Chile fue suscrito el 27 de noviembre de 2006 y entró en vigencia el 8 de mayo de 2009.	4,00%	5	0,20	Vigente. Acuerdo comercial con Unión Europea y sus Estados Miembros fue firmado en la ciudad de Bruselas, Bélgica, el 26 de junio de 2012. Por parte de la Unión Europea, el Parlamento Europeo aprobó el Acuerdo el 11 de diciembre de 2012, y posteriormente notificó la culminación de sus trámites internos para la aplicación provisional del Acuerdo el 27 de febrero de 2013.	4,00%	5	0,20	Vigente. Acuerdo Comercial con Unión Europea y sus Estados Miembros fue firmado en la ciudad de Bruselas, Bélgica, el 26 de junio de 2012. Por parte de la Unión Europea, el Parlamento Europeo aprobó el Acuerdo el 11 de diciembre de 2012, y posteriormente notificó la culminación de sus trámites internos para la aplicación provisional del Acuerdo el 27 de febrero de 2013.	4,00%	5	0,20	<a href="http://www.tlc.gov.co/">http://www.tlc.gov.co/</a>
LOGISTICA	Aranceles	0% TLC con Chile	3,80%	5	0,19	0% TLC Unión Europea	3,80%	5	0,19	0% TLC Unión Europea	3,80%	5	0,19	<a href="http://www.Procolombia.com">www.Procolombia.com</a>
	Modo de transporte	Infraestructura portuaria compuesta por más de 24 puertos que están habilitados para el manejo de diferentes tipos de carga, lo que permite que el 95% del comercio exterior del país se transporte por este medio. Transporte aéreo, cuenta con 7 aeropuertos que prestan todos los servicios más los de Policía Internacional, Aduana, y Servicio Agrícola y Ganadero (SAG)	3,30%	1	0,03	Transporte Marítimo: Este País cuenta con alrededor de 6.000 kilómetros de vías fluviales navegables y una moderna infraestructura portuaria. Además, cuenta con una amplia infraestructura portuaria compuesta por alrededor de 100 puertos entre principales y auxiliares. Los puertos de Le Havre, Marsella-Fos, Dunkirk y Brest son los receptores más importantes de las exportaciones no tradicionales colombianas. Transporte aéreo: Está compuesto por cerca de 30 aeropuertos con excelentes servicios aduaneros, facilitando la manipulación y el almacenamiento de la carga.	3,30%	5	0,17	Transporte marítimo: Cuenta con un excelente acceso al mar, sus costas albergan a más de 53 puertos internacionales de los cuales se destacan principalmente para la recepción de mercancías provenientes de Colombia, Algeciras, Barcelona, Bilbao y Valencia. Transporte aéreo: Cuenta con 35 son internacionales, los que más se destacan en cuanto a la recepción de mercancías colombianas son: Barcelona, El Prat, Madrid-Barajas, Málaga, Sevilla, Valencia, y Zaragoza.	3,30%	3	0,10	<a href="http://www.Procolombia.com">www.Procolombia.com</a>
	Frecuencia	Aéreo: Disponibilidad todos los días. Tránsito en días marítimo: Directo 7 días.	3,25%	5	0,16	Aéreo: Disponibilidad todos los días. Tránsito en días marítimo: Directo 13 días.	3,25%	3	0,10	Aéreo: Disponibilidad todos los días. Tránsito en días marítimo: Directo 18 días.	3,25%	1	0,03	<a href="http://www.Procolombia.com">www.Procolombia.com</a>
	Infraestructura	Segun el ranking de competitividad en infraestructura, Chile ocupa el puesto 33 a nivel mundial y el primer lugar en Sudamérica	4,00%	1	0,04	Segun Logistics Performance Index de Francia se encuentra en el puesto 15 a nivel mundial	4,00%	5	0,20	Segun Logistics Performance Index de España se encuentra en el puesto 17 a nivel mundial	4,00%	3	0,12	<a href="https://lpi.worldbank.org/">https://lpi.worldbank.org/</a>
	Calidad logístico	Segun el Banco Mundial el Índice de rendimiento logístico de Chile esta en 3,32	4,00%	1	0,04	Segun el Banco Mundial el Índice de rendimiento logístico de Francia esta en 3,84	4,00%	5	0,20	Segun el Banco Mundial el Índice de rendimiento logístico de España esta en 3,93	4,00%	3	0,12	<a href="https://datos.bancomundial.org/">https://datos.bancomundial.org/</a>
POLITICOS	Sistema de Gobierno	República democrática presidencialista	3,20%	5	0,16	República semipresidencialista	3,20%	3	0,10	Monarquía parlamentaria	3,20%	1	0,03	<a href="http://www.eurosur.com/">http://www.eurosur.com/</a>
	Riego de Pago	Segun la clasificadores Clasifica a Chile como A	3,20%	3	0,10	Segun la clasificadores Clasifica a Francia como AA	3,20%	5	0,16	Segun la clasificadores Clasifica a España como A-	3,20%	1	0,03	<a href="https://datosmacro.expansion.com/ratings">https://datosmacro.expansion.com/ratings</a>
ECONOMICOS	Inflación	3,90%	4,00%	1	0,04	1,50%	4,00%	3	0,12	0,70%	4,00%	5	0,20	<a href="https://datosmacro.expansion.com/inflacion-paises">https://datosmacro.expansion.com/inflacion-paises</a>
	PIB	277.1 más de millones USD	3,40%	1	0,03	2.583 biliones USD	3,40%	5	0,17	1.311 biliones USD	3,40%	3	0,10	<a href="http://datosatopics.worldbank.org/world-development-indicators/">http://datosatopics.worldbank.org/world-development-indicators/</a>
	PIB Per Capital	15.346.45 USD	3,40%	1	0,03	38.476.66 USD	3,40%	5	0,17	28.156.82 USD	3,40%	3	0,10	<a href="http://datosatopics.worldbank.org/world-development-indicators/">http://datosatopics.worldbank.org/world-development-indicators/</a>
	Tipo de cambio	El peso chileno frente al dólar se encuentra en 1 dólar = 863,00 pesos	3,30%	1	0,03	El Euro frente al dólar se encuentra en 1 dólar = 0,94 Euros	3,30%	3	0,10	El Euro frente al dólar se encuentra en 1 dólar = 0,94 Euros	3,30%	3	0,10	<a href="https://www.google.com/finance/disclosure/">https://www.google.com/finance/disclosure/</a>
	Devaluación	el peso chileno está devaluado un 39,7%	3,40%	1	0,03	a cotización del euro, que se ha apreciado respecto al dólar un 5% en los últimos 15 días.	3,40%	5	0,17	a cotización del euro, que se ha apreciado respecto al dólar un 5% en los últimos 15 días.	3,40%	5	0,17	<a href="https://www.elmundoo.es/economia/actualidad">https://www.elmundoo.es/economia/actualidad</a>
	Posición de Doing Business	Segun el Doing Business Report Chile se encuentra de 56	3,60%	1	0,04	Segun el Doing Business Report Francia se encuentra de 32	3,60%	3	0,11	Segun el Doing Business Report España se encuentra de 30	3,60%	5	0,18	<a href="http://www.doingbusiness.org">www.doingbusiness.org</a>
	Reporte de Competitividad	70,54	3,50%	1	0,04	78,81	3,50%	5	0,18	75,28	3,50%	3	0,11	<a href="https://www.competitividad-globa.com/">https://www.competitividad-globa.com/</a>
	Competencia	Avofrut, Ocatí S.A, Westfall Fruit	3,50%	5	0,18	Novacampo S.A, Jardín Exotics S.A, Pacific Fruits S.A.S	3,50%	5	0,18	Caribbean Exotics S.A, Frutas Comerciales S.A, Paradise S.A.S	3,50%	5	0,18	<a href="https://sicec.com/sisduan-comercio-mundial/">https://sicec.com/sisduan-comercio-mundial/</a>
	Demanda	El crecimiento del consumo de productos frescos en Chile, la falta de producción local en invierno y la novedad de los sabores exóticos son algunas de las razones que abren importantes oportunidades para la exportación de frutas colombianas.	4,00%	5	0,20	Según un estudio del Centro Técnico Interprofesional francés de las Frutas y Hortalizas (CTIFL), los mayores de 50 años consumen dos veces más hortalizas y un 20% más de frutas que los más jóvenes. Esta actitud de los mayores se explica porque, cuando llegaron a la vida adulta, la oferta de productos transformados era más baja. Por lo tanto, siempre consumieron productos frescos de forma natural. Al desarrollarse la oferta alimentaria, mantuvieron sus hábitos anteriores.	4,00%	1	0,04	Hasta julio de 2019, la demanda de frutas y hortalizas frescas en los hogares aumentó un 1,5% respecto al mismo periodo de 2018, totalizando 4.560 millones de kilos, con un gasto de 7.158 millones de euros, un 4% más.	4,00%	3	0,12	<a href="https://www.colombiaintrade.com.co/node/32394">https://www.colombiaintrade.com.co/node/32394</a>
	SOCIAL	Población	18 871 933	3,30%	1	0,03	65 717 181	3,30%	5	0,17	45 714 609	3,30%	3	0,10
Consumo de Fruta		2 824 279	4,00%	1	0,04	42 058 996	4,00%	5	0,20	35 200 849	4,00%	3	0,12	<a href="https://www.lavanguardia.com/vida/2019/04/01/461384634880/espaa-actualiza-gu%C3%ADa-de-la-union-europea-ent-el-consumo-diario-de-frutas-en-2017.html">https://www.lavanguardia.com/vida/2019/04/01/461384634880/espaa-actualiza-gu%C3%ADa-de-la-union-europea-ent-el-consumo-diario-de-frutas-en-2017.html</a>
LEGAL	Asuntos legales	En la amplia normativa existente para la exportación de frutas, entre la que figuran el trámite de exportación en aduana, que consiste en diligenciar la Solicitud de Autorización de Embarque (SAE) ante la DIAN mediante los servicios informáticos electrónicos - MUISCA - que la entidad ha dispuesto para tal fin.	3,30%	5	0,17	Según el portal de exportaciones de Colombia "Proexport" para llevar a cabo una exportación exitosa de frutas, es necesario estar enterados de las regulaciones que el gobierno de Francia le exige a un exportador para posicionar el producto en ese país Europeo.	3,30%	5	0,17	Nestor Guerrero, es el director técnico de Asuntos Internacionales del ICA. El funcionario explica que las frutas de exportación, además de este documento, tiene que contar con cuatro requisitos: primero que el distribuidor o importador esté inscrito en la Unión Europea; segundo, antes de ser enviado el producto debe notificar el envío a las aduanas del país de entrega; tercero, las entidades fitosanitarias de la UE deben ser reconocidas por el ICA. Y cuarto debe contar con un reconocimiento libre de plagas, control de residuos y	3,30%	5	0,17	<a href="http://repositorio.ujm.edu.co/8080/jspui/bitstream/handle/10839/837/0/asesoria%20a%20colombiano.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y">http://repositorio.ujm.edu.co/8080/jspui/bitstream/handle/10839/837/0/asesoria%20a%20colombiano.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y</a>
	Restricciones técnicas	Certificaciones Sanitarias, Veterinarias y/o Fitosanitarias	3,20%	5	0,16	Control de calidad a la importación (CONCAL), Inspección sanitaria de importación (SAMIN), Inspección Fitosanitaria (FITIN)	3,20%	5	0,16	Certificaciones Sanitarias, Veterinarias y/o Fitosanitarias [Barreras no arancelarias]	3,20%	5	0,16	<a href="http://www.barrerascomerciales.es/ES/Buscador/Barreras/Paginas/Buscador.aspx">http://www.barrerascomerciales.es/ES/Buscador/Barreras/Paginas/Buscador.aspx</a>
MEDIO AMBIENTE	Normas Fitosanitarias	Chile aplica la norma NIMF-15 desde el 1 de Junio de 2005 y el Servicio Agrícola y Ganadero de Chile está a cargo de hacer cumplir la norma. Esta medida reduce el riesgo de dispersión de plagas relacionadas con el empaque de madera, la medida recae en: Pallets, Estibas, Bloques, Cajas y demás empaques y embalajes de madera. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca	4,00%	5	0,20	Francia pertenece a la Unión Europea, en estos países a partir del 1 de marzo de 2005, se comenzó a aplicar la norma internacional para medidas fitosanitarias (NIMF 15). Esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el empaque de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional.	4,00%	5	0,20	Requisitos y Certificaciones Técnicas [Barreras no arancelarias]	4,00%	5	0,20	<a href="file:///C:/Users/Edison/AppData/Local/Packages/Microsoft.Windows.Common-Search/68958641-fafe-488a-b73d-7292606320af/StateD/Downloads/perfil_logistico_de_chile_1.pdf">file:///C:/Users/Edison/AppData/Local/Packages/Microsoft.Windows.Common-Search/68958641-fafe-488a-b73d-7292606320af/StateD/Downloads/perfil_logistico_de_chile_1.pdf</a>
	Responsabilidad ambiental	Los productores y exportadores del sector agroalimentario de Chile, están incorporando cada vez más la sostenibilidad ambiental como un aspecto relevante de su competitividad internacional. Con ello dan respuesta a las demandas de los mercados internacionales, particularmente de países desarrollados, y apoyan la generación de programas o normas nacionales que permitan mejorar el desempeño ambiental de los sectores agrícola, pesquero, acuícola, pecuario e industrial.	4,00%	5	0,20	Para Europa es de gran importancia el cuidado y la protección del Medio Ambiente, es por ello, que tienen uno de los aires más limpios a nivel mundial, gracias a las regulaciones que se han impuesto a las industrias ya que se está apostando en los últimos años por el desarrollo sostenible.	4,00%	5	0,20	Tiene por objetivo brindar confianza al consumidor español acerca de la manera que se lleva a cabo la producción agrícola; minimizando el impacto perjudicial de la explotación en el medio ambiente, reduciendo el uso de insumos químicos y asegurando un proceder responsable en la salud y seguridad de los trabajadores.	4,00%	5	0,20	<a href="https://www.cepal.org/es/publicaciones/43288-sostenibilidad-ambiental-exportaciones-agroalimentarias-casos-chile-colombia">https://www.cepal.org/es/publicaciones/43288-sostenibilidad-ambiental-exportaciones-agroalimentarias-casos-chile-colombia</a>
	Huella Ambiental	La huella ecológica de Chile es mayor al promedio mundial, aseró Mathis Wackernagel, creador de este concepto y fundador del Global Footprint Network. El estudio "El Sobregiro del planeta", que cada año publica la entidad, sostuvo que "si todo el mundo se comportara como Chile, los recursos de la Tierra se habrían agotado hace dos meses". Cada año el hombre es "más voraz" debido al aumento del consumo mundial de la naturaleza, incluyendo fruta y verdura, carne y pescado, agua y madera.	4,00%	5	0,20	Las dietas a base de frutas y vegetales y la comida orgánica se están presentando con más fuerza como alternativas para contrarrestar el impacto que los humanos hemos tenido en el medio ambiente. Pero ¿qué tan cierto es que este tipo de alimentación está ayudando a reducir nuestra huella ambiental sobre la tierra? Esta fue la pregunta que buscó responder un equipo de la Energía y la Agencia Francesa del Medio Ambiente y la Gestión de la Energía a través de una encuesta realizada a 34.000 adultos franceses.	4,00%	5	0,20	En los últimos tiempos, hemos oído hablar de la importancia que nuestra dieta tiene en el cambio climático. Según este estudio, la contribución al cambio climático de la dieta en los hogares es alrededor de un 19 %. El transporte y la energía	4,00%	5	0,20	<a href="http://mensajeviva.com/nc/incrementa-en-francia-el-consumo-bio/">http://mensajeviva.com/nc/incrementa-en-francia-el-consumo-bio/</a>
TOTAL			100%		135,35%		100%		229,65%		100%		156,55%	

### **8.2.1 Justificación de la Matriz de preselección de mercado**

#### **Comercio exterior**

Se tomaron en cuenta varias variables en este factor, importaciones del sector agroindustrial en el respectivo país, es una de las que tiene mayor porcentaje (3,40%), debido a que esto nos ayuda a observar el comportamiento del mercado en cada uno de los países, Francia fue el que obtuvo una mayor calificación en comparación con España y Chile, ya que es el país que más importa con una cantidad respectiva de 386.719 millones USD.

TLC y/o Convenios y Aranceles, son las dos variables con mayor puntaje en este factor, siendo este 4,0% y 3,8% respectivamente, esto debido a que son variables que nos pueden llegar a beneficiar en la exportación con las barreras de entrada hacia cada país, en este caso la calificación para los tres países fue la misma, debido a que Colombia tiene convenios con cada uno de ellos y uno de los beneficios de esto es que presenta un 0% de arancel en cada uno.

#### **Logística**

En este factor, se tuvo en cuenta cuatro variables, las cuales son, modo de transporte, frecuencia, infraestructura y calidad logístico. De estas, las dos primeras tienen un menor porcentaje con respecto a las dos últimas, modo de transporte tiene un porcentaje de 3,30%, en esta variable se estudió el acceso marítimo, aéreo y terrestre de cada país, en el cual Francia obtuvo la mayor calificación debido a que es el país con más cantidad de puertos y aeropuertos, los cuales tienen una amplia infraestructura.

La segunda variable, la cual es Frecuencia, tiene un porcentaje de 3,25%, en la cual se estudió el tránsito aéreo y marítimo en cada uno de los países, en esta variable Chile obtuvo la mayor calificación debido a que es el País con menor número de días en tránsito vía transporte marítimo, en comparación con Francia y España.

#### **Políticos**

En este factor, se tuvo en cuenta dos variables, sistema de gobierno y Riesgo de no pago, las cuales tienen igual porcentaje, siendo este de 3,2%. El sistema de gobierno nos ayuda a observar y entender la naturaleza de cada uno de los países, en esta variable Chile obtuvo la mayor calificación en comparación a Francia y España, con un sistema de gobierno Semipresidencialista.

En cuanto a la segunda variable, la cual es Riesgo de no pago, se tomó para observar la capacidad de cada uno de los países y el riesgo que conlleva invertir en cada uno, en esta variable

el país que obtuvo mayor calificación fue Francia (con calidad AA), debido a que el riesgo en este país es menor en comparación con España y Chile.

### **Económicos**

En este factor se evaluaron varios sub-factores económicos principalmente las exportaciones e importaciones del sector de cada país, esto nos ayudó a identificar qué país maneja mayor flujo de importaciones de productos relacionados con el nuestro en el cual Francia se encuentra como segunda mejor opción.

El TLC es parte vital de este trabajo, ya que los tres países a evaluar tienen algún tratado con Colombia y por ende los tres tienen arancel 0% para la importación de frutas y derivados, esto definiendo una gran ventaja competitiva.

### **Social**

Como observamos en la variable social podemos analizar los factores de población y consumo de fruta el cual nos permite analizar que Francia a comparación de los otros países analizados tiene una población aproximada de 65.717.181 habitantes mucho más alta que los otros países y esto nos beneficia ya que Francia es uno de los países en Europa que más promueve la sana alimentación y el consumo de frutas y gracias a que en Colombia somos productores de las frutas con mayor demanda esto beneficia a la compañía y poseemos la capacidad de suplir las necesidades de nuestros clientes.

Por consiguiente en la segunda variable consumo de fruta tiene un porcentaje similar a los otros países analizados del 3,80% pero a diferencia de estos y gracias a lo mencionado anteriormente una de las ventajas competitivas es que aproximadamente el 50% de la población más exactamente 42.058.996 habitantes consumen activamente el producto que Fruexcol ofrece pero si lo comparamos con España que fue uno de los países analizados aproximadamente el 90% de su población consume fruta esto demuestra que en España el porcentaje de población consumidora es más alto pero si comparamos la cantidad de habitantes puesto que en Francia hay mayor población pues los consumidores activos de frutas son incluso mayores que en España.

### **Legal**

En el aspecto legal para poder realizar una exportación exitosa a Francia es de gran importancia estar al tanto de las regulaciones que el gobierno francés les exige a sus exportadores para

posicionar nuestro producto en Europa y como restricciones técnicas se debe tener en cuenta y vigente el control de calidad a la importación (CONCAL), la inspección sanitaria de importación (SANIM) y la inspección Fitosanitaria (FITIN).

En la tercera variable y muy importante están las normas fitosanitarias obligatorias de cada exportación e importación de productos alimenticios en nuestro caso pulpa de fruta, gracias a que Francia pertenece a la Unión Europea a partir del 1 marzo del 2005 se aplicó las normas internacionales de medidas fitosanitarias y gracias a estas medidas podemos reducir los riesgos de plagas en nuestros productos alimenticios que se relacionan con el embalaje de las estibas de madera y así proteger su control de calidad.

### **Medio ambiente**

La responsabilidad y Huella ambientales está siempre presente en la producción de productos perecederos orgánicos, ya que las medidas de cada país a evaluar fueron estrictas en sus barreras de entradas ambientales. Pero principalmente para Europa obtienen medidas ambientales más estrictas que por ende nuestra empresa tiene las capacidades y certificados orgánicos para entrar a competir en el mercado europeo.

## **8.3 Condiciones de Acceso**

### **8.3.1 Acuerdos comerciales**

Acuerdos relevantes firmados con Francia:

- Acuerdo de cooperación técnica y científica.
- Protocolo de cooperación aeronáutica.
- Convenio de cooperación técnico militar.
- Acuerdo complementario de cooperación técnica y científica en el campo de la cooperación universitaria.
- Convenio de asistencia judicial mutua en materia penal.
- Comunicado que establece mecanismo de consultas políticas bilaterales.
- OCDE: apoyo de Francia al ingreso de Colombia a la Organización, cuya sede está en París.
- Alianza del Pacífico: Francia fue aceptado como Estado Observador en 2013.
- CELAC-UE: Francia participó en la última reunión del grupo en octubre de 2016 en Santo Domingo, República Dominicana.

- Naciones Unidas: Francia es miembro permanente del Consejo de Seguridad.
- UNESCO: con sede en París. Miembro desde noviembre de 1946.
- OTAN: Estado miembro desde abril de 1949.
- Existen 41 acuerdos suscritos entre Colombia y Francia, en temas como comunicaciones, relaciones diplomáticas, inversiones, función pública, cooperación, comercio, transporte, entre otros.

### 8.3.2 Condiciones Arancelarias

Como podemos ver en la lista de desgravación, el producto 0811.90.99.00 Frutas y frutos comestibles se encuentra excluido de arancel para la exportación del producto agrícola gracias al TLC firmado con la Unión Europea en el cual Francia es miembro.

#### Figura 30

#### Gravamen arancelario Frutas y frutos comestibles

Gravámenes por acuerdos internacionales para importaciones – 0811909900								
Acuerdo	País	Concepto	Gravamen	Índice	Tasa PID	Desde	Hasta	Leg
124-AC. con UE - cód acuerdo 124 - general	FRANCIA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %			01-ene-2016	...	

Fuente: DIAN.

### 8.3.3 Condiciones no arancelarias (certificado de origen, normas fitosanitarias, documentación)

#### 8.3.3.1 Documentos requeridos para ingreso de mercancías.

La Factura Comercial debe contener descripción detallada de la mercancía, calidad, cantidad, precio unitario y valor total. Adicionalmente, se debe indicar si el término de venta es FOB, CIF, etc. Declaración firmada por el transportista, formulario del certificado de origen Exigencia cumplimiento de la norma internacional de protección fitosanitaria

Francia pertenece a la Unión Europea, en estos países a partir del 1 de marzo de 2005, se comenzó a aplicar la norma internacional para medidas fitosanitarias (NIMF 15). Esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional.

Es decir que los exportadores que usen este tipo de embalajes deben conseguir la autorización NIMF 15. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca.

### **8.3.3.2 Requisitos sanitarios y fitosanitarios**

Para lograr la exportación de frutas frescas hacia los países de la Unión Europea, se deben cumplir los requisitos exigidos por la Comisión Europea:

- Requisitos generales para la importación de alimentos incluidos en la ley general de alimentos de la UE, así como los relacionados con el principio de trazabilidad.
- Regulaciones sobre la higiene en productos alimenticios a través de todas y cada una de las fases de la cadena de producción, y la implementación general de los procedimientos que tienen como base los principios HACCP.
- Regulaciones relacionadas con niveles máximos de residuos de pesticidas y contaminantes; contaminación microbiológica y radioactiva.
- Normas de calidad para la comercialización de frutas frescas.
- Consideraciones especiales para los productos orgánicos.

### **8.3.3.3 Etiquetado**

Los productos alimenticios comercializados en la Unión Europea deben cumplir con las reglas de etiquetado establecidos para asegurar que los consumidores tengan toda la información para tomar la decisión de compra más apropiada. El etiquetado de alimentos debe ser acorde con las reglas generales establecidas por la directiva 2000/13/EC.

**Tabla 8****Descripción del etiquetado**

<b>Nombre del producto</b>	Se debe incluir en el nombre específico del producto y si tiene algún tipo de tratamiento especial como pulverizado, liofilizado, congelado, concentrado ahumado u otros.
<b>Lista de ingredientes</b>	Antecedido de la palabra " <b>Ingredientes</b> ", incluyendo todos los ingredientes en forma descendente según su peso al momento de ser fabricado y en el caso de contener ingredientes que pueden generar alergias debe procederse de la palabra " <b>Contiene</b> ".
<b>Cantidades netas</b>	Se debe especificar en peso neto, unidades métricas y unidades de medidas para líquidos.
<b>Fecha de duración mínima</b>	Debe especificarse el día, el mes y el año de vencimiento, precedido por la palabra usar " <b>Antes de</b> ".
<b>Condiciones especiales</b>	Especifique si el producto debe mantenerse en alguna condición especial o debe ser usado de una forma particular.
<b>Nombre comercial</b>	Nombre, dirección del importador, empacador o manufacturero establecido en la Unión Europea.
<b>Lugar</b>	Lugar de procedencia u origen.
<b>Lote marcado</b>	Para los productos envasados especifique el lote precedido por la letra " <b>L</b> ".

Fuente: PROCOLOMBIA.

## Capítulo 9

### 4P'S

#### 9.1 Precio

El precio final a ofertar el producto en Francia está dado por los costos directos e indirectos del producto más los gastos de exportación (aranceles, fletes, logísticos, transportes, etc.) más el margen de utilidad deseado para la recuperación de la inversión y de la sostenibilidad del producto en el mercado. a partir de la definición de este precio se realizará comparativos con las demás marcas distribuidas en Francia y definir una estrategia de precio asequible a los consumidores o compradores para ser competitivos en el mercado.

- Esta estrategia se enfocará en regular un precio con respecto a la competencia revisando segmentos de mercado y volúmenes a comercializar, es por esto por lo que realizaremos descuentos comerciales por la venta en unidades volúmenes.
- Otra estrategia que FRUEXCOL implementará es establecer el precio orientado a la introducción en el mercado con un valor aproximado entre **\$3.5-\$4,00 EUR** para el mercado francés.

#### *Figura 31*

#### *Precio del producto en el mercado nacional.*



**\$ 6200**

Gramo a \$ 13,66

Fuente: Carulla.com

La empresa Fruexcol tiene actualmente sus productos en el mercado colombiano, en los supermercados Éxito, Carulla, Super almacén olímpica, Surtifruver de la Sabana y Marinal & Bardel. La pulpa de piña tiene un precio de \$6.200 COP, en el cual cada gramo sale a \$ 13.66 pesos.

EUR a COP: \$6.200COP/ \$4.394 EUR

Precio en EUR: \$1.41 EUR En Colombia.

### 9.1.1 Competencia en Francia

Los precios que tiene la competencia en Francia se encuentran entre 2-4 EUR, para esto se tomó como referencia los productos de diferentes marcas que ofrecen los supermercados Carrefour, Auchan y LeClerc.

**Figura 32**

#### Productos competencia

 <p>Piña St Mamet 3/4 piezas 570g ★★★★★ 5.0 (7) € 6,70 / kg</p> <p><b>2, 31 €</b> </p>	 <p>Piña St Mamet origen 3/4 rodajas -570g ★★★★★ 4.3 4.3 (3) € 6,81 / kg</p> <p><b>2, 35 €</b> </p>	 <p>Piña mandarino St Mamet en almibar sin azúcar añadido x4-320g 10,50 € / kg</p> <p><b>3, 36 €</b> </p>
--	---	---

Fuente: Auchandrive.fr

**Figura 33**

#### Productos competencia.

<p>Ananas morceaux FLORETTE le pot de 230 g 13.04 € / Kilogramme</p>  <p><b>3,00€</b> </p>	<p>Ananas frais morceaux DEL MONTE la barquette de 400 g 9.25 € / Kilogramme</p>  <p><b>3,70€</b> </p>	<p>Ananas mangue FLORETTE la barquette de 180g 16.11 € / Kilogramme</p>  <p><b>2,90€</b> </p>
--	--	--

Fuente: Carrefour.fr

## 9.2 Promoción

Para la marca FRUEXCOL se diseñó las siguientes estrategias de promoción con el fin de brindar una experiencia y reconocimiento de la marca a los consumidores franceses y establecimientos donde hagamos la negociación:

- Marketing Directo: Esta estrategia ayudará a FRUEXCOL a establecer un canal de comunicación directo con los supermercados de forma individual e inmediata, Gracias a esto fortaleceremos la relación cliente-marca.
- Generamos campañas de descuentos a los establecimientos donde se realicen negociaciones con FRUEXCOL. (10% de descuento, 2x1)
- FRUEXCOL desarrollará campañas publicitarias principalmente a través de las redes sociales de nuestros clientes. Dichas campañas serán: Lanzamiento, sostenimiento y reactivación. (Este último será una campaña para impulsar de nuevo la marca en días especiales y relacionados como el día de la tierra, día de la salud, etc.)

## 9.3 Producto

La pulpa de Piña TURUMBA es un producto 100% natural orgánico donde te permite saborear la dulzura original de la fruta fresca en pequeños cortes cúbicos que la hacen sencillamente irresistible al consumirla de inmediato o en la preparación de diversas recetas.

**Figura 34**

**Imagen del producto**



Fuente: Fruexcol.

### 9.3.1 Información nutricional

Figura 35

## Tabla nutricional español, Inglés y Frances

Nutrition Facts/Información Nutricional	
Serving size/Tamaño de la porción	69ml (2.3oz)
Servings/Porciones por empaque	7 (vasos de 7oz)
Amount per serving/Cantidad por porción	1
Calories/Calorías	26,91
Calorías de grasa	0
% del Valor Diario*	
Total fat/Grasa Total	0,18g 0,90%
Sat. Fat/Grasa saturada	0g 0%
Cholesterol/Colesterol	0g 0%
Sodium/Sodio	0g 0%
Total Carbohydrate/Carb. totales	6,08g 2,02%
Sugars/Azúcares	4g
Dietary fiber/Fibra dietética	0,22g
Proteins/Proteínas	0,17g
Vitamin A/Vitamina A	5,25 UI
Vitamin C/Vitamina C	8,28mg
Iron/Hierro	0,27mg
Calcium/Calcio	14,49mg
Calories per gram/Calorías por gramo:	
Fat/Grasa: 9	Carbohydrate/Carb.: 4
Protein/Proteína: 4	
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs.	
* El porcentaje de valor diario está basado en una dieta de 2000 calorías. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de las necesidades calorías.	

L'INFORMATION NUTRITIONNELLE	
TAILLE DE LA PORTION	69 ml
PORTIONS PAR PAQUET	7 verres
Montant par portion	1
Calories	26,91
Gras	0
% DE LA VALEUR QUOTIDIENNE	
TOTAL DES GRAISSES	0,18 g 0,90%
GRAISSES SATURÉES	0 g 0%
CHOLESTEROL	0 g 0%
SODIUM	0 g 0%
TOTAL CARBES	6,08 g 2,02%
SUCRES	4 g
FIBRE ALIMENTAIRE	0,22 g
PROTEINS	0,17 g
VITAMINE A	5,25 UI
VITAMINE C	8,28mg
IRON	0,27mg
CALCIUM	14,49mg
CALORIES PAR GRAMME:	
GRAISSE	9
GLUCIDE	4
PROTEINE	4
LE POURCENTAGE DE LA VALEUR QUOTIDIENNE EST BASÉ SUR UNE ALIMENTATION DE 2000 CALORIES. VOS VALEURS QUOTIDIENNES PEUVENT ÊTRE PLUS GRANDES OU MOINS SELON LES BESOINS CALORIQUES.	

Fuente: Fruexcol, Elaboración propia.

## 9.3.2 Ficha técnica

Figura 36

## Ficha técnica

NOMBRE DEL PRODUCTO / ITEM NAME	Pulpa de Piña Gold marca TURUMBA Gold Pineapple Fruit pulp brand TURUMBA
INGREDIENTES/ INGREDIENTS	Pulpa de Pifa Gold Conservante Sorbato de Potasio, Acido Ascórbico. Gold Pineapple Fruit Pulp, Preservative Potassium Sorbate, Ascorbic Acid.
DESCRIPCION DEL PRODUCTO/ ITEM DESCRIPTION	Producto pastoso, no diluido ni fermentado por la separación de la fracción comestible de fruta fresca, sana, madura, limpia, desinfectada, mezclada con conservante apto para alimentos y empacada asépticamente para su conservación en refrigeración entre 2° C y 6° C (35.6° F. to 42.8° F).  This is not diluted, it is Obtained from the extraction of the edible portion of the fresh fruit, healthy, ripen fruit, through clean and disinfected process, mixed with a suitable preservative for foods and aseptically packed for keeping in refrigeration between 2° C y 6° C (35.6° F. to 42.8° F).
PARTIDA ARANCELARIA/ TARIFF CUSTOMS	0811 90 99 00
VIDA UTIL/ SHELF LIFE	El producto en refrigeración tendrá una útil de 120 días. This product with refrigeration will have a shelf life of 120 days.
CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO/ CONDITIONS OF STORAGE AND CONSERVATION	Es necesario mantener el producto refrigerado entre 2°C y 6°C todo el tiempo. Is necessary to keep the product between 35.6°F and 42.8°F all the time.
PRESENTACIONES COMERCIALES / COMERCIAL PACKAGES	7 Oz (200 g) 16 Oz (454 g) 32 Oz (900 g)
PREPARACIÓN / PREPARATION	Mezclar la pulpa con agua o leche. Adicionar azúcar al gusto. Mix the pulp with water or milk. Add sugar to taste
MATERIAL DE ENVASE / PACKING MATERIAL	Boisa PE Doy Pack Bag PE Doy Pack

Fuente: Dian.

### **9.3.3 Producción Estimada**

Fruexcol tiene una capacidad de procesamiento de 60 toneladas mensuales. De esta producción un 70% es tipo exportación mientras que el 30% restante se queda en el mercado interno. De esas 60 toneladas, la piña representa el 20%, es decir un total de 12 toneladas mensuales. el cual 9 toneladas son para exportación.

### **9.4 Distribución o Punto de venta**

Extenderemos la comercialización de la Pulpa de fruta de FRUEXCOL al mercado francés ya que el resultado obtenido en el estudio de mercados donde se analizaron diferentes países y su viabilidad de exportar la pulpa de Piña. Gracias a este estudio identificamos una tendencia de consumo en alimentos más saludables y listos para consumir (Ready to eat). Las frutas son el principal producto de esta tendencia para los franceses.

Es por esto por lo que FRUEXCOL plantea las siguientes estrategias para penetrar el mercado europeo y como consecuencia mejorar la distribución:

FRUEXCOL desarrollara una distribución directa de tipo Proveedor - Minorista o detallista (**Carrefour, Auchan y LeClerc**) - Consumidor final. Esto con el fin de llegar lo más rápido a nuestros clientes potenciales y consumidores finales.

Esta estrategia nos ayuda a identificar con mayor exactitud y rapidez las necesidades, comportamientos de consumo y preferencias del consumidor final y con esto desarrollar y mejorar los procesos internos de FRUEXCOL, con los cuales se podrá satisfacer los requerimientos del cliente en cuanto a la calidad de nuestro producto, tiempos de entrega y presentación del producto, dando como resultado la representación de una comercializadora flexible con lo cual llegaremos a obtener nuevos clientes y así penetrar el nuevo mercado europea.

## Capítulo 10

### Estrategia de inmersión

#### 10.1 Estrategia genérica

##### 10.1.1 Exportación

La estrategia que se va a implementar en este caso para Fruexcol, es la Exportación de la pulpa de piña. El producto cuenta con una vida útil de 12 meses, lo cual permite que se pueda exportar el producto a cualquier parte del mundo, en este caso nos orientamos al mercado europeo, específicamente a Francia.

Gracias a las capacidades de producción en transformación de un producto exótico como lo es la piña y las estrictas medidas de seguridad y control que garantizan la calidad y buen manejo de los productos, hace que Fruexcol sea una empresa competente para la exportación, otra ventaja que presenta el producto final es que no tienen las mismas normas fitosanitarias que rigen la fruta entera ya que es un producto fresco y refrigerado.

Otro motivo, para lo cual la empresa es viable para la exportación son las tendencias de consumo del país francés, en productos refrigerados con trazabilidad en producción limpia y en donde está creciendo el consumo en productos de verduras y frutas, lo mismo que los alimentos ready for eat. lo cual Fruexcol entra perfectamente en este nicho de mercado para satisfacer los potenciales clientes que son las tiendas mayoristas, como, Carrefour, Auchan y LeClerc inicialmente.

Al posesionar el producto en el mercado francés, con calidad, oportunidad y constante suministro Fruexcol abre la puerta para que en un futuro se allegue con nuevos productos y expanda la red de aliados para su distribución.

#### 10.2 Demanda estimada para París, Francia.

##### 10.2.1 Tendencias de Consumo Europeo

- Dado el interés del consumidor europeo por cuidar su cuerpo, ha incrementado el consumo de productos sanos y naturales como las frutas y vegetales.
- Los alimentos listos para consumir (mejor conocidos como ‘ready to eat’) tienen mayor demanda en el mercado europeo. Las frutas son productos que se adaptan a esta tendencia.
- Entre los criterios de compra de los consumidores están el precio, la responsabilidad social y medioambiental en el proceso de producción del producto, así como el aporte a la salud y al bienestar del comprador.

Analizando el perfil del consumidor francés, encajamos en Slow-Shopper, donde los compradores están comprometidos con la tendencia de consumir productos orgánicos y saludables.

Nuestro mercado objetivo principal es Carrefour y otros hipermercados para la ciudad de París, Francia, donde se encuentran más de 80 sucursales, para satisfacer a una población aproximada de 12 millones de habitantes.

Analizando de igual manera el comportamiento de los consumidores, en París hay un aumento considerable en las temporadas de verano, otoño y primavera en consumo de frutas y sus derivados, también se identifica una demanda de compra con mayor participación de las mujeres entre las edades de 20 a 60 años en compras de fruta.

Demanda estimada: + 80 hipermercados satisfaciendo aproximadamente el 5% de la población parisina.

### 10.3 Negociación

Al iniciar las negociaciones se tuvieron que llevar muestras sin valor comercial para iniciar una prueba piloto en las tiendas Carrefour de la ciudad de París, Francia. en época de verano con el fin de determinar la tendencia de consumo y poner a prueba el caso para ver su éxito en la venta de pulpa de piña, para esta negociación se enviaron muestras sin valor comercial junto con un negociador que duró 2 semanas durante la prueba y proceso de negociación para ser proveedores de Carrefour Francia.

**Figura 37**

#### Tiquetes

Opción ida y vuelta más barata

Ida	Vuelta	Precio final ida y vuelta
13:26 BGA > 13:30 <sup>+1</sup> ORY 17h 04min 2 paradas	12:40 ORY > 06:17 <sup>+1</sup> BGA 24h 37min 3 paradas	US\$ 1021,10 Incluye tasas
Condiciones del pasaje		<input type="button" value="Seleccionar &gt;"/>

Fuente: Latam.

**Tabla 9****Costo muestras sin valor comercial**

<b>COSTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS</b>	
Muestras sin valor comercial (6Unid)	\$37.200
Tiquetes aéreos	\$4.039.321
Viaticos 2 Semanas	\$4.389.250
Publicidad para entrar al mercado	\$2.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$10.465.771</b>

Fuente: Elaboración propia

## Capítulo 11

### Logística y DFI

#### 11.1 Cantidades a exportar

Las cantidades para exportar para el mercado francés, específicamente para París, analizando la capacidad de producción de la empresa Fruexcol, la demanda y las tendencias de consumo, entre otros. Se estima inicialmente la exportación de un contenedor refrigerado de 20 pies, donde van 9 pallets, 864 cajas y **17.280** bolsas de pulpas sabor piña. Tratando así satisfacer un porcentaje inicial del 5% de la población de París.

#### 11.2 Precios de venta internacional

Para hallar el precio final de venta que se le dará a Carrefour Francia, primero se halló el Forward usando la tasa libre de riesgo de Colombia y Francia, como se muestran en las siguientes imágenes.

**Figura 38**

#### *Histórico TES año 2024*

Histórico TES				
Si desea ver gráficas e históricos dentro de un rango de fecha específico, haga clic en el indicador respectivo.				
Fecha	Indicador	Anterior	Actual	Variación
30/04/20	<a href="#">Julio 2020</a>	3.70	3.70	0.00
30/04/20	<a href="#">Mayo 2022</a>	4.28	4.15	-0.13
30/04/20	<a href="#">Julio 2024</a>	5.30	5.21	-0.09
30/04/20	<a href="#">Agosto 2026</a>	6.15	6.09	-0.06
07/03/17	<a href="#">UVR Febrero 2023</a>	3.10	3.26	0.17
08/03/17	<a href="#">UVR Marzo 2033</a>	3.90	3.88	-0.02

Fuente: Portal financiero grupo aval

**Figura 39**  
**Rendimiento**



Fuente: Investing.

Después, se realizó una tabla en la cual se muestra el precio unitario en Colombia y el precio unitario con Incoterm en Francia, para luego realizar con ayuda del Forward la operación para hallar el precio CIF en Euro.

**Figura 40**  
**FORWARD**

<b>FORWARD</b>	<b>TL Riesgo COP:</b>	<b>5,21%</b>	<b>TL Riesgo EUR:</b>	<b>-0.472%</b>
	<b>TOTAL, EUR</b>		<b>\$4.640</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 41****Precio de venta internacional**

<b>PRECIO EN FRANCIA</b>	
PRECIO UNITARIO COLOMBIA	\$6.200
PRECIO UNITARIO CON INCOTERM EN FRANCIA	\$7.920
<b>PRECIO CIF EURO FRANCIA</b>	<b>1,71 €</b>
<b>NOTA: COSTO FINAL PARA ELLOS, PERO PRECIO FINAL DE VENTA DE NOSOTROS</b>	

Fuente: Elaboración propia

**11.3 Término Incoterm**

El término incoterm que se decidió y se recomienda en el presente estudio a utilizar es CIF, ya que la empresa tendrá el control total sobre los costos y trámites del transporte internacional, al ser un producto alimenticio que necesita refrigeración, esto le dará a la empresa confianza sobre el producto que le entregará al comprador, además le da la opción como empresa de cotizar con diferentes navieras o realizar la exportación con una empresa logística que ya conozca y así reducir costos. Otra ventaja que se presenta al negociar en este término es que Fruexcol le pueda brindar precios más competitivos a sus clientes.

**11.4 Ruta Nacional**

La ruta nacional para este tipo de exportación se realizará de la fábrica ubicada en Bucaramanga hasta Cartagena por vía terrestre en una mini-mula, con la capacidad de llevar el contenedor de 20 pies refrigerado.

La empresa donde se cotizó este medio de transporte es:

**Figura 42****cotización servicio de transporte de carga**

Señor (a).  
 Esteban Garcia  
[esligaro@gmail.com](mailto:esligaro@gmail.com)  
 BUCARAMANGA - SANTANDER

Asunto: Cotización Servicio de Transportes de Carga

Es muy grato para nosotros presentar la siguiente oferta para el servicio de transporte de Carga, a continuación indicamos las características principales del servicio.

Fecha de prestación del servicio: Por definir

Característica del servicio:

ORIGEN	DESTINO	TIPO DE VEHÍCULO	PESO	VALOR
BUCARAMANGA	CARTAGENA	MINI MULA	12.000 KG	\$ 4.400.000

Condiciones Comerciales:

Validez oferta: 10 días hábiles

Tiempo de pago: A convenir

1. Nuestros vehículos cumplen con todos los requisitos exigidos por tránsito y transporte para prestar el servicio de carga
2. No incluye cargue y descargue de la mercancía
3. Incluye seguro de la mercancía

Para consolidar el servicio:

1. Enviar comprobantes de pago al correo de su asesor personalizado, junto con el Rut de la empresa o copia de la Cédula de quien contratara el servicio de transporte, de inmediato AS TRANSPORTES enviará la factura por correo electrónico y luego física.
2. No nos hacemos responsables de casos fortuitos como paros, cierres de vías, derrumbes, etc. que afecte la promesa de entrega

Fuente: Cotización vía Email

**Figura 43****Formas de pago****Formas de Pago:**

Transferencia a Cuenta de Ahorros Bancolombia

A nombre de: As Transportes

Número: 436.686.979-77

Transferencia a Cuenta de Corriente Bancolombia

A nombre de: As Transportes

Número: 436.768.284-78

[www.astransportes.com.co](http://www.astransportes.com.co)

Deseamos que este costo se ajuste a sus necesidades.

Asesor: Julio Cesar castrillon

Celular: 3162315456

Correo: [coordinadorcarga@astransportes.net](mailto:coordinadorcarga@astransportes.net)

Atentos a sus comentarios,

Cordialmente,

Fuente: Cotización vía Email

**11.5 Ruta internacional de la operación****11.5.1 Perfil de Logística desde Colombia Hacia Francia**

Francia está ubicada en Europa Occidental su área total metropolitana de Francia comprende 547.030 Km<sup>2</sup>, de los cuales 545,630 km<sup>2</sup> son de área terrestre y 1.400 km<sup>2</sup> son de área marítima. La línea costera de Francia abarca 4.668 Km.

Para la movilización marítima de mercancías, Francia cuenta con alrededor de 6.000 kilómetros de vías fluviales navegables y una moderna infraestructura portuaria.

De igual manera la infraestructura vial de Francia cuenta con uno de los sistemas de transporte más desarrollados de Europa, con 10.950Km de autopistas y una excelente red de carreteras, que comprenden más de 951.500km de vías pavimentadas que favorecen el transporte interno de mercancías.

**11.5.2 Desempeño Logístico de Francia**

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en 2016, Francia ocupa el puesto 16 en el mundo en cuanto al desempeño logístico.

**Figura 44****Logistics Performance Index de Francia**

LPI	Puntaje	Puesto
	<b>3,90</b>	<b>16</b>
<b>Aspectos evaluados</b>		
Eficiencia aduanera	3,71	17
Calidad de la infraestructura	4,01	15
Competitividad de transporte internacional de carga	3,64	20
Competencia y calidad en los servicios logísticos	3,82	19
Capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	4,02	15
Puntualidad en el transporte de carga	4,25	13

Fuente: The World Bank. 2016.

**11.5.3 Acceso Marítimo**

El puerto de Le Havre, ubicado en la costa occidental de Francia, se constituye en el segundo puerto más importante de este país. Dicho puerto sobresale por concentrar la mayoría del tráfico marítimo desde Colombia, principalmente desde los puertos de la Costa Atlántica. Además, está integrado con una importante zona comercial e industrial y posee conexiones con las principales ciudades de Francia por vía férrea y por carretera. Le Havre es líder en Francia en el manejo de tráfico de contenedores con más del 60% de la administración que se realiza en los puertos de Francia por este concepto.

**Figura 45****Acceso marítimo**

Fuente: PROCOLOMBIA.

**Figura 46****Frecuencias y tiempo de tránsito desde los puertos colombianos**

Puerto de Desembarque	Puerto de Embarque	Conexiones	Tiempo de Tránsito (Días)
<b>Le Havre</b>	<b>Cartagena</b>	<b>Directo</b>	<b>17</b>
	Barranquilla	Cartagena-Colombia	19
	Santa Marta	London Gateway-Reino Unido	25
	Buenaventura	Balboa-Panamá	28
<b>Fos sur Mer</b>	Cartagena	Directo	21
	Barranquilla	Cartagena-Colombia	29
	Santa Marta	Manzanillo-Panamá, Algeciras-España	28
	Buenaventura	Rodman-Panamá	27
<b>Dunkerque</b>	Cartagena	Directo	13
	Barranquilla	Cartagena-Colombia	15
	Santa Marta	Kingston-Jamaica, Pointe Pitre-Francia	18
	Buenaventura	Manzanillo-Panamá	29
<b>Marsella</b>	Cartagena	Manzanillo-Panamá	24
	Barranquilla	Manzanillo-Panamá	28
	Santa Marta	Cartagena-Colombia, Manzanillo-Panamá	29
	Buenaventura	Manzanillo-Panamá	32

Fuente: PROCOLOMBIA.

**11.6 Línea naviera****Figura 47****Línea naviera**

Fuente: SeaLand.

Son expertos regionales, impulsados por **MAERSK**, la compañía más grande del mundo. Trasladamos su carga de manera rápida y eficiente a través de América, Asia, Oceanía, Europa, África del norte y Medio oriente.

### 11.6.1 Simulador de la naviera

**Figura 48**

**Carga marítima y recargos**

Carga marítima y recargos	
<b>Subtotal</b>	<b>USD 1,012.34</b>
Carga marítima básica	640
Tarifa de documentación - Destino	28,89
Servicio de manejo de terminales - Destino	248,45
Recargo bajo en azufre	60 60
Origen de la tarifa de documentación	35

Fuentes: Connectamericas.com

**Figura 49**

**Documentación y costos de manejo**

Documentación y costos de manejo	
<b>Subtotal</b>	<b>USD 635</b>
Costo de exportación para <b>Cartagena, Colombia</b>	
Cumplimiento de fronteras y puertos	545
Cumplimiento documental	90
<b>Total estimado</b>	
<b>USD 1,647.34</b>	

Fuente: Connectamericas.com

## 11.7 EMPAQUE Y EMBALAJE

### 11.7.1 EMBALAJE

*Figura 50*

*Empaque primario*



Fuente: FRUEXCOL

### 11.7.2 Empaque secundario

*Figura 51*

*Empaque secundario*



Fuente: FRUEXCOL

### ***11.7.3 EMBALAJE***

En un pallet de medidas de 1.200 x 1.000 mm, con tres patines y cuatro entradas caben 12 Cajas en un tendido.

***Figura 52***

***Tendido de un pallet***



Fuente: FRUEXCOL

### ***11.7.4 Pallet completo***

En el pallet caben un total de 8 tendidos que serían iguales a 96 cajas por pallet.

***Figura 53***

***Pallet completo***



Fuente: FRUEXCOL

### 11.7.5 Contenedor Refrigerado

Para la exportación de fruta a Francia se escogió el Contenedor de 20 pies, donde se exportará la cantidad total de 9 Palets, 864 cajas, 17280 bolsas unitarias.

**Figura 54**

#### **Contenedor refrigerado**



Fuente: FRUEXCOL

### 11.8 Ruta Destino

La ruta del transporte en destino va desde el puerto de Le Havre en Francia, hasta la ciudad de París, este recorrido es de 197 Km, el cual tiene un tiempo de recorrido de 2 horas. Este transporte será encargado por CHRONOTRUCK. La cotización es de 370 EUR. para transporte de carga refrigerada.

**Figura 55**  
**Cotización Transporte Destino**



Fuente: Chronotruck.

## 11.9 Costos

### 11.9.1 Costos operación

Tabla 10

Tabla de costos

TABLA DE COSTOS PARA CONTENEDOR 20 PIES			
INCOTERM	LOCAL CURRENCY (COP)	INTERNATIONAL CURRENCY (USD)	INTERNATIONAL CURRENCY (EUR)
Precio unitario	\$6.200	1,56	1,44 €
Cantidad	17.280	17.280	17.280
Empaque, embalaje y estibado	\$15.687.000	\$3.944	3.634 €
<b>EX WORK</b>	<b>\$122.823.000</b>	<b>\$30.886</b>	<b>28.452 €</b>
Transporte y seguro Nacional	\$4.400.000	\$1.106	1.019 €
Otros recargos	\$600.000	\$150,88	139 €
<b>FCA</b>	<b>\$127.823.000</b>	<b>\$31.804</b>	<b>29.609 €</b>
Documentos de Origen	\$357.894	90	82 €
Cumplimiento de fronteras	\$2.167.247	545	502 €
Otros recargos	\$139.181	35	32 €
<b>FOB</b>	<b>\$130.487.322</b>	<b>\$32.474</b>	<b>29.913 €</b>
Flete internacional	\$2.545.024	640	589 €
Seguro internacional	\$1.511.108	380	412 €
Carta crédito (0,23% de la transacción* 3 meses + Comisión de Utilización 66 USD + IVA) + (Envío de documentos 57) +(Comisión de confirmación 0,23% subtotal CIF por trimestre) + Mensaje Libre 32 + utilización 72	\$2.306.428	\$580	534 €
<b>CIF</b>	<b>\$136.849.882</b>	<b>\$33.494</b>	<b>31.448 €</b>
Manejos portuarios	\$990.173	\$249	229 €
Documentos destino	\$115.321	\$29	31 €
Otros recargos	\$242.572	\$61	66,0 €
<b>DAP</b>	<b>\$138.197.948</b>	<b>\$33.833</b>	<b>31.774 €</b>
TLC	0%	0%	0%
Transporte y Seguro Destino	\$1.598.363	\$402	370
<b>DDP</b>	<b>\$139.796.311</b>	<b>\$34.235</b>	<b>32.144 €</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 11.9.2 TRM

**Tabla 11**

**TRM**

<b>TRM 20/04/2020</b>	
<b>USD</b>	<b>EUR</b>
3.976,6	4.319,9

Fuente: Elaboración propia.

### 11.9.3 Tabla de costos de Empaque, Embalaje y Estibado

**Tabla 12**

**Costos de Empaque, Embalaje y Estibado**

<b>TABLA DE EMPAQUE, EMBALAJE Y ESTIBADO</b>			
<b>VARIABLES</b>	<b>PRECIO</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>TOTAL</b>
<b>PALLET</b>	\$15.000	9	\$135.000
<b>CAJA</b>	\$2.000	864	\$1.728.000
<b>EMPAQUE</b>	\$800	17.280	\$13.824.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$15.687.000</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 11.9.4 Tabla de costos logísticos DFI

**Tabla 13**

**Costos logísticos**

<b>COSTOS LOGÍSTICOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Transporte y seguro Nacional	\$4.400.000	\$26.400.000
Otros recargos	\$600.000	\$3.600.000
Documentos de Origen	\$357.894	\$2.147.364
Cumplimiento de fronteras	\$2.167.247	\$13.003.482
Otros recargos	\$139.181	\$835.086
Flete internacional	\$2.545.024	\$15.270.144
Seguro internacional	\$1.511.108	\$9.066.648
Carta crédito	\$2.306.428	\$13.838.568
<b>TOTAL</b>	<b>\$14.026.882</b>	<b>\$84.161.292</b>
<b>TOTAL, UNITARIO</b>		<b>\$812</b>

Fuente: Elaboración propia

### 11.9.5 Tabla Margen de Ganancia

**Tabla 14**

**Margen de ganancia**

<b>MARGEN DE GANANCIA</b>	
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$4.200
UNITARIO	
COSTOS DE EMPAQUE, EMBALAJE Y ESTIBADO	\$908
UNITARIO	
COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	\$812
PRECIO DE VENTA CIF	\$7.920
<b>UTILIDAD CIF</b>	<b>\$2.000</b>
<b>MARGEN DE UTILIDAD</b>	<b>47,62%</b>

Fuente: Elaboración propia.

## 11.10 Pago internacional

Para el pago internacional se utilizará una carta crédito por medio de una entidad solvente, siendo esta Bancolombia, siguiendo las instrucciones de Fruexcol y Grupo Carrefour Francia para el proceso de pago internacional de las exportaciones.

El tiempo que se requiere en la carta crédito para que sea irrevocable, entre la realización de la exportación y el pago de esta, será de 90 días. Además de esto es necesario anexar los siguientes documentos:

- Factura Comercial.
- Póliza o Certificado de seguro.
- Documento de transporte: Marítimo (Bill of Lading - B/L)
- DEX
- Lista de empaque y documentos de aduanas.

A través de Bancolombia se encuentra que el costo de la carta de crédito es el 0.23% Trimestral de la transacción que irá a crédito + IVA de la carta crédito + 66 USD.

**Figura 56**

### ***Tasas de Carta Crédito Bancolombia***

Descripción	Tarifa (Sin IVA)
Aceptación o Pago diferido (Mes o fracción de mes).	* Desde 0.12% del monto de la operación; Mínimo USD 60
Cancelación Carta de Crédito.	USD 66
Confirmación (Trimestre o fracción)	* Desde 0.23% del monto de la operación; Mínimo USD 60
Confirmación períodos adicionales (Mes o fracción de mes)	* Desde 0.12% del monto de la operación; Mínimo USD 60
Convenio ALADI Banco de la República.	Tarifa vigente publicada por el Banco de la República
Envío de documentos	USD 57
Mensaje Libre.	USD 32
Mensaje Swift por Convenio ALADI.	USD 32
Mensaje Swift por utilización.	USD 32
Mensaje swift por cancelación.	USD 32
Mensaje swift por modificación.	USD 32
Modificación de Valor (sobre valor incrementado)	* Desde 0.23% del monto de la operación; Mínimo USD 60
Modificación de plazo (mensual sobre saldo sin utilizar)	* Desde 0.15% del monto de la operación; Mínimo USD 60
Otras modificaciones.	USD 66
Utilización.	USD 72

AFI

Fuente: Bancolombia.

## Capítulo 12

### Evaluación financiera

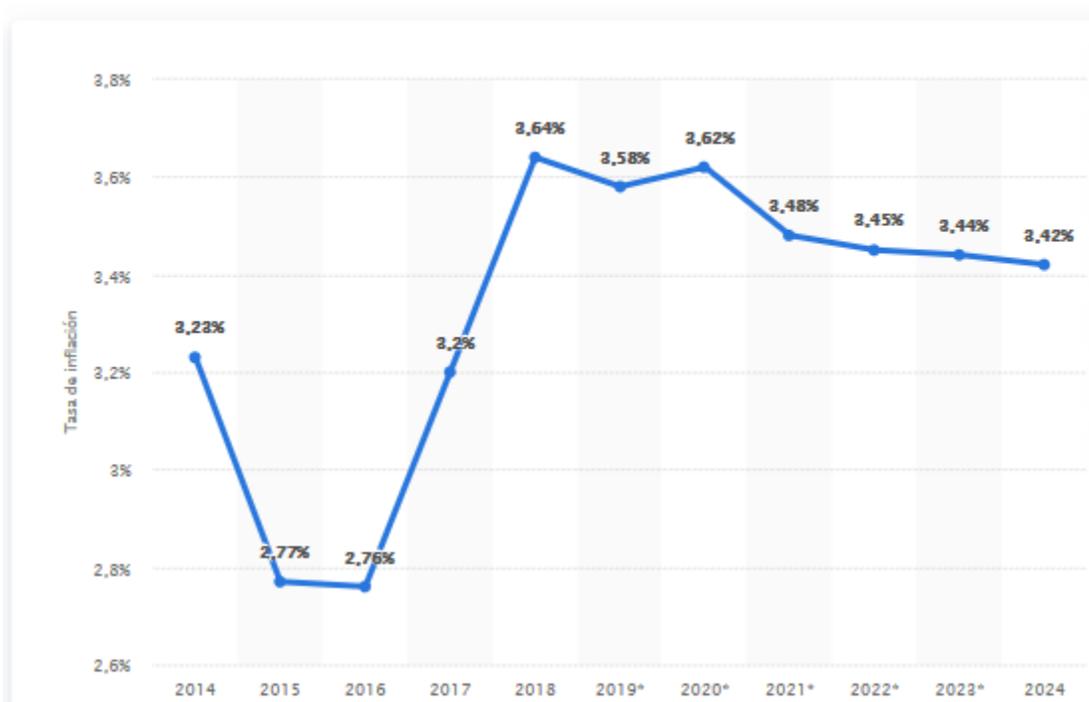
#### 12.1 Inflación proyectada

*Figura 57*

*Tasa de inflación*

#### Tasa de inflación global de 2014 a 2024

*(en relación al año anterior)*



Fuente: Statista.

## 12.2 Proyección de Precios 2020-2024

*Figura 58*

*Proyección de precios*

<b>PROYECCIÓN DE PRECIOS</b>					
<b>FACTOR/AÑO</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>INFLACIÓN</b>	3,62%	3,48%	3,45%	3,44%	3,42%
<b>PRECIO</b>	\$7.920	\$8.196	\$8.478	\$8.770	\$9.070
<b>PRECIO CIF EURO FRANCIA</b>	1,71 €	1,77 €	1,83 €	1,89 €	1,95 €

Fuente Elaboración Propia

## 12.3 Proyección de Ingresos 2020-2024

*Figura 59*

*Proyección de ingresos*

<b>PROYECCIÓN INGRESOS 2020-2024</b>					
<b>INGRESOS/AÑO</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>CANTIDADES</b>	103.680	103.680	103.680	103.680	103.680
<b>PRECIO</b>	\$7.920	\$8.196	\$8.478	\$8.770	\$9.070
<b>TOTAL</b>	<b>\$821.145.600</b>	<b>\$849.721.467</b>	<b>\$879.036.857</b>	<b>\$909.275.725</b>	<b>\$940.372.955</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 12.4 Proyección de Egresos Unitario 2020-2024

*Figura 60*

*Proyección de egresos unitario*

<b>PROYECCIÓN EGRESOS UNITARIO 2020-2024</b>					
<b>EGRESOS/AÑO</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
COSTOS DE PRODUCCIÓN (U)	\$4.200	\$4.346	\$4.496	\$4.651	\$4.810
COSTOS DE EMPAQUE, EMBALAJE Y ESTIBADO (U)	\$908	\$939	\$972	\$1.005	\$1.040
COSTOS LOGISTICOS (U)	\$812	\$840	\$869	\$899	\$930
COSTOS DE REPRESENTACIÓN (Inicio Proyecto Negociación)	\$10.465.771	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>\$5.920</b>	<b>\$6.126</b>	<b>\$6.337</b>	<b>\$6.555</b>	<b>\$6.779</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 12.5 Proyección Egresos Anuales 2020-2024

**Figura 61**

*Proyección de egresos anuales*

<b>PROYECCIÓN EGRESOS ANUALES 2020-2024</b>					
<b>EGRESOS/AÑO</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
COSTOS DE PRODUCCIÓN (U)	\$435.456.000	\$450.609.869	\$466.155.909	\$482.191.673	\$498.682.628
COSTOS DE EMPAQUE, EMBALAJE Y ESTIBADO (U)	\$94.122.000	\$97.397.446	\$100.757.657	\$104.223.721	\$107.788.172
COSTOS LOGISTICOS (U)	\$84.161.292	\$87.090.105	\$90.094.714	\$93.193.972	\$96.381.206
COSTOS DE REPRESENTACIÓN (Inicio Proyecto Negociación)	\$10.465.771	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>\$613.739.292</b>	<b>635.097.419</b>	<b>\$657.008.280</b>	<b>\$679.609.365</b>	<b>\$702.852.005</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 12.6 Flujo de Caja

*Figura 62*

*Flujo de caja*

<b>FLUJO DE CAJA</b>				
<b>AÑO</b>		<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>SALDO</b>
<b>0</b>	<b>0</b>	0	0	<b>- \$603.273.521</b>
<b>2020</b>	<b>1</b>	\$821.145.600	\$613.739.292	<b>\$207.406.308</b>
<b>2021</b>	<b>2</b>	\$849.721.467	\$635.097.419	<b>\$214.624.048</b>
<b>2022</b>	<b>3</b>	\$879.036.857	\$657.008.280	<b>\$222.028.577</b>
<b>2023</b>	<b>4</b>	\$909.275.725	\$679.609.365	<b>\$229.666.360</b>
<b>2024</b>	<b>5</b>	\$940.372.955	\$702.852.005	<b>\$237.520.950</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 12.7 Evaluación Financiera

*Figura 63*

*Evaluación financiera*

<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b>		
<b>VPN</b>	<b>\$85.733.442</b>	EL VPN ES MAYOR QUE 0, POR LO TANTO ES VIABLE
<b>TIR</b>	<b>24%</b>	LA TIR ES MAYOR QUE EL 17% COSTO DE OPORTUNIDAD POR LO TANTO ES VIABLE

Fuente: Elaboración Propia

## 12.8 Crédito

Para realizar y llevar a cabo esta exportación es necesario pedir un crédito a Bancóldex para el financiamiento de estas operaciones para el primer año, por lo cual se pedirá un crédito por el valor de \$603.273.521 COP. El cual son los costos del primer año más los costos administrativos

y ventas de la primera exportación. Este crédito será destinado a **3 años** con una tasa de redescuento o interés del **3,10% E.A.**

El periodo de recuperación de la inversión inicial será de **2.84 años** para la recuperación total del saldo del año 0.

$$PRI = 1 + \left( \frac{603.273.521 - 207.406.308}{214.624.048} \right) = 2.84 \text{ años}$$

**Capítulo 9**  
**Cronograma de actividades**

**Tabla 15****Cronograma**

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>
Análisis de Competitividad	<b>X</b>			
Análisis Financiero	<b>X</b>	<b>X</b>		
Preselección de mercados	<b>X</b>	<b>X</b>		
Análisis del Mercado Objetivo		<b>X</b>		
Estrategias De Inmersión		<b>X</b>	<b>X</b>	
Cadena logística de la exportación			<b>X</b>	
Definición de Empaque y embalaje			<b>X</b>	
Ruta internacional			<b>X</b>	<b>X</b>
DFI y cálculo de Costos				<b>X</b>
Evaluación Financiera				<b>X</b>
Presentación Final				<b>X</b>

Fuente: Elaboración Propia

### Webgrafía

- <https://www.inviertaencolombia.com.co/sectores/agroindustria.html>
- <https://cultivandofuturo.com/#/es>
- <https://blog.socialab.com/razones-invertir-en-el-campo-colombiano/>
- <http://www.compite360.com/sitio/benchmarking/#/app>
- <https://www.maro.com.co/consulta-general/bienes/6>
- <https://www.freshplaza.es/article/3115645/resumen-del-mercado-global-de-la-pina/>
- <http://www.hortoinfo.es/index.php/informes/mercados/510-francia>
- <https://ue.procolombia.co/oportunidad-por-sector/agroindustria/frutas-frescas>
- [https://francia.embajada.gov.co/colombia/instrumentos\\_acuerdos](https://francia.embajada.gov.co/colombia/instrumentos_acuerdos)
- <https://ue.procolombia.co/sites/default/files/Perfil%20Logístico%20de%20Francia.pdf>
- <https://ue.procolombia.co/sites/default/files/Perfil%20Log%20C3%ADstico%20de%20Francia.pdf>
- <https://connectamericas.com/estimator#!/app/results?fromId=139&toId=408&container=DRY20>
- <https://www.iadb.org/es/noticias/bid-y-sealand-lanzan-una-estimadora-de-costos-logisticos-para-exportar>
- [http://cloud.email.sealand.com/connectamericas\\_costestimator](http://cloud.email.sealand.com/connectamericas_costestimator)
- <https://ue.procolombia.co/sites/default/files/Perfil%20Log%20C3%ADstico%20de%20Francia.pdf>
- <https://connectamericas.com/estimator#!/app/results?fromId=139&toId=408&container=DRY20>
- <https://www.iadb.org/es/noticias/bid-y-sealand-lanzan-una-estimadora-de-costos-logisticos-para-exportar>
- [http://cloud.email.sealand.com/connectamericas\\_costestimator](http://cloud.email.sealand.com/connectamericas_costestimator)
- <https://drive.google.com/drive/my-drive>
- <https://www.grupoaval.com/wps/portal/grupo-aval/aval/portal-financiero/renta-fija/tes/datos-historicos>

- <https://es.statista.com/estadisticas/495587/tasa-de-inflacion-global-respecto-al-ano-anterior/>
- <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>
- <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>
- [https://www.bancoldex.com/sites/default/files/tasas\\_vigilados\\_81.pdf](https://www.bancoldex.com/sites/default/files/tasas_vigilados_81.pdf)
- [https://www.bancoldex.com/sites/default/files/tasas\\_vigilados\\_81.pdf](https://www.bancoldex.com/sites/default/files/tasas_vigilados_81.pdf)