

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EXPORTACIÓN DE PULPA DE MARACUYÁ
DESDE SANTIAGO DE CALI – COLOMBIA HACIA LOS TORONTO – CANADÁ**

ORTEGA BEDOYA MARÍA ALEJANDRA

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “SIMÓN RODRÍGUEZ”
INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR

TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

SANTIAGO DE CALI

2024

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA EXPORTACIÓN DE PULPA DE MARACUYÁ
DESDE SANTIAGO DE CALI – COLOMBIA HACIA LOS TORONTO – CANADÁ**

ASIGNATURA:

TRABAJO DE GRADO

PRESENTADO A:

SÁNCHEZ SEVILLANO HARRISON

ORTEGA BEDOYA MARIA ALEJANDRA

INSTITUTO TÉCNICO NACIONAL DE COMERCIO “SIMÓN RODRÍGUEZ”
INTENALCO EDUCACIÓN SUPERIOR

TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

SANTIAGO DE CALI

2024

Tabla de Contenido

Introducción.....	6
1. Planteamiento Del Problema	7
1.1 Identificación del problema.....	7
1.2 Descripción del problema	8
1.3. Cuadro De Síntomas.....	9
1.4. Formulación Del Problema.....	10
1.5. Sistematización Del Problema	10
2. Objetivos.....	11
2.1. Objetivo general.....	11
2.2 Objetivos específicos	11
3. Justificación.	12
3.1. Justificación Teórica	12
3.2. Justificación Practica	14
3.3 Justificación Metodológica	15
4. Marco De Referencia.....	16
4.1. Marco Teórico	18
4.2. Marco conceptual.....	23
4.3. Marco Contextual.....	25
4.4. Marco Legal	27
4.5. Marco temporal	29
5. Diseño Metodológico	29
5.1. Clase O Tipo De Investigación.....	30
5.2. Método de Investigación	31
5.3. Técnicas de investigación.....	32
5.3.1 Población Y Muestra.....	33
5.3.2. Procedimientos	35
5.4. Línea de investigación.....	36
5.4.1. Delimitación del objeto de estudio.....	36
6. Estudio de Mercado.	36
6.1 Análisis del Sector.....	37
6.1.1 El Sector Exportador Colombiano	37
6.1.2 El Mercado del Producto en el Exterior.....	40
6.1.3 Análisis DOFA	41

6.1.4	Análisis de Michael Porter.....	46
6.2.	Inteligencia de Mercados.....	49
6.2.1	Posibles Mercados para Exportación del Producto.	49
6.2.2	El País seleccionado (País destino).....	53
6.2.3	País de Origen (Colombia).....	56
6.3.	Producto	61
6.3.1	Portafolio de Productos.....	61
6.3.2.	Generalidades y/o Características del Producto a Exportar	62
6.4	El Mercado Proveedor	63
6.5	El Mercado Potencial Objetivo	65
6.5.1	La Población Objetivo.....	65
6.5.2	Tendencias y Comportamiento del Consumidor	65
6.5.3	Requisitos del Consumidor del País de Destino	67
6.6	Mercado Competidor	69
6.6.1	Países Exportadores del Producto	69
6.6.2	Procedencia del Producto en el País Destino	70
6.6.3	Los Precios Internacionales del Producto.	71
6.7.	Canal de Distribución	73
6.8.	Estrategias de Mercado y Ventas.	75
7.	El Estudio Técnico	78
7.1	Localización del Proyecto	78
7.1.1	Macro Localización	78
7.1.2	Micro Localización	78
7.1.3	La Planta Física.....	79
7.2.	Aspectos Técnicos del Producto	81
7.2.1	Ficha Técnica del Producto.....	81
7.2.2.	Capacidad de Producción y/o Comercialización por Unidad de Tiempo	83
7.2.3.	Unidad de Empaque y Etiquetado para la Exportación	85
7.3.	Unidad Empresarial Exportadora.....	89
7.3.1	Tipo de Sociedad	89
7.3.2.	Razón Social.....	90
7.3.3.	Misión y Visión Empresarial.....	90
7.3.4.	Principios y Valores	91
7.3.5	Políticas de Empresa	92

7.3.8 Perfiles y Funciones del Personal.....	93
8. El Plan Exportador	101
8.1. Régimen de Exportación	101
8.2. Tramites de Proceso Exportación.	101
8.2.1. Posición Arancelaria.....	102
8.2.2. Permisos Previos y/o Vistos Buenos.....	102
8.2.3. Términos de Negociación.....	103
8.2.5. Agente de Carga y / o Tipo de Transporte	104
8.2.5 Medio de pago.....	105
8.2.6 Contrato de Exportación	105
8.2. El Proceso General de una exportación.....	113
9. El Estudio Económico y Financiero.....	121
9.1. Las Inversiones Preliminares.....	121
9.1.1 Los Gastos Pre Operativos	121
9.1.2 Las Inversiones Fijas	122
9.1.3 El Capital de trabajo.....	123
9.1.4 La Composición del Capital	123
9.2. El Balance General de Constitución	124
9.3 La Producción y los Costos Operacionales.....	125
9.3.2.1 Costos Directos.....	125
9.4 Gastos Generales	128
9.4.1 Distribución de los Gastos Comunes	128
9.4.2. Gastos de Administración	129
9.4.3. Gastos de Comercialización y ventas.....	130
9.4.3.2 Gastos Generales de Comercialización y Ventas	130
9.5. Ingresos y su Proyección.....	134
9.6. Estados de Resultados y su proyección.....	135
9.7. Flujo Neto de Efectivo	136
9.8. Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno.....	137
Conclusión.....	140
Recomendaciones.....	141

Introducción

El presente documento tiene como objetivo presentar un análisis detallado sobre la factibilidad de la exportación de pulpa de maracuyá desde el Valle del Cauca, Colombia, hacia Toronto, Canadá, abordando aspectos clave como el mercado, regulaciones, costos y viabilidad financiera. Se inicia con la identificación del problema, destacando la creciente demanda de frutas tropicales en Canadá debido a sus condiciones climáticas y cambios en hábitos alimenticios. Luego, se desarrollan los marcos de referencia teórico, conceptual, contextual y legal, incluyendo teorías económicas como la ventaja absoluta de Adam Smith y el modelo de Heckscher-Ohlin, así como normativas relevantes para la exportación.

En el estudio de mercado, se evalúan competidores, oportunidades y estrategias para posicionar el producto, mientras que el estudio técnico define la localización, empaque y cadena de frío necesaria para mantener la calidad del producto durante el transporte. Además, se detallan la estructura administrativa y legal, requisitos logísticos, costos de exportación y proyecciones financieras para asegurar la rentabilidad del proyecto.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones, enfatizando la importancia de una eficiente cadena de frío para preservar la pulpa de maracuyá, el cumplimiento de normativas sanitarias y la optimización de costos logísticos para consolidar la presencia en el mercado canadiense.

1. Planteamiento Del Problema

1.1 Identificación del problema

Se visualiza la oportunidad de exportar pulpas de maracuyá desde Santiago de Cali, Colombia hacia Toronto, Canadá.

La exportación de pulpa de maracuyá desde Santiago de Cali, Colombia, hacia Toronto, Canadá, se visualiza como una oportunidad viable y estratégica, basada en la creciente demanda de frutas tropicales en el mercado canadiense. Canadá, debido a sus condiciones climáticas extremas, tiene una producción local limitada de frutas exóticas, lo que lo convierte en un gran importador de estos productos. Toronto, siendo una de las ciudades más pobladas y con una fuerte tendencia hacia la alimentación saludable, presenta un mercado atractivo para la pulpa de maracuyá, ya que ofrece una alternativa rica en vitaminas y antioxidantes para los consumidores.

Además, el cambio en los hábitos alimenticios de los canadienses tras la pandemia ha impulsado la preferencia por productos naturales y saludables, incrementando la importación de frutas tropicales. Sin embargo, este proceso de exportación enfrenta retos logísticos y regulatorios, como el cumplimiento de normativas sanitarias, la eficiencia en la cadena de frío para conservar la calidad del producto y la competencia con otros países exportadores, como Ecuador, Brasil y Vietnam.

1.2 Descripción del problema

Canadá es posicionado como uno de los 10 países más desarrollados a nivel mundial, pero, según la demanda de productos frescos ha aumentado a gran escala debido a un aumento en las tendencias de alimentación más saludable para los consumidores. Por lo tanto, el aumento de la conciencia de la salud entre las personas está impulsando el crecimiento del mercado. Junto a esto, las duras condiciones climáticas y el clima extremadamente frío pueden impedir la producción, restringiendo el crecimiento del mercado. (Modor intelligence, 2023).

Frente esto el mercado canadiense busca la manera de satisfacer la demanda de verduras y frutas en sus consumidores, teniendo en cuenta que en Toronto- Canadá el promedio de edad tanto en hombres y mujeres se estima entre los 41 años, es decir con más índice de enfrentar una enfermedad con facilidad y con la aparición del COVID 19 en el 2020 y otras enfermedades, los canadienses decidieron hacer un cambio de hábitos alimenticios por unos más sanos en los que incluyan grandes fuentes de vitamina y proteínas, entre estas las frutas y verduras. A pesar de la necesidad de estos productos, se convierten en limitados en sus supermercados, sus altas temperaturas permiten desequilibrio en sus cosechas al no permitir el desarrollo adecuado para su crecimiento o hasta a tal punto de ciertas frutas no cosecharlas en sus distintas provincias, permitiendo ahí la entrada de productos importados. En Canadá en resumen del 2021 las importaciones de frutas tropicales fueron de \$658 M (Frutas tropicales en Canadá, 2021). Estas cifras nos muestran lo importante que son las frutas tropicales para Canadá, teniendo en cuenta que nos dirigimos a la ciudad de Toronto, una de las ciudades más pobladas y donde principalmente ingresan las frutas, con esto permite demostrar como en un mercado de demanda de frutas tropicales, se encuentra en carencia para los consumidores de esta necesidad, permitiendo optar por realizar importaciones a países latinos

donde sus variedad de climas permiten alta cantidad de cosecha de estas frutas.

Según los datos de Volza's Canadá Import, los envíos de fruta de la pasión a Canadá ascendieron a 1,3K, importados por 108 importadores canadienses de 119 proveedores. Canadá importa la mayor parte de su fruta de la pasión de Vietnam, España y Ecuador. Los 3 principales importadores de fruta de la pasión son los Países Bajos con 51.814 envíos, seguidos de Francia con 38.273 y Alemania en tercer lugar con 32.746 envíos. (Volza, 2023)

Las frutas tropicales, también conocidas como frutas exóticas, son aquellas que llaman la atención ya sea por su tamaño, colores y sabores, frente a esta demanda se optó por representar la fruta maracuyá, también conocida como fruta de la pasión, al ser acida, contiene gran cantidad de vitaminas y magnesio, pero en su presentación de pulpas permitiendo, la durabilidad a nivel de trayecto internacional facilitando que se conserve, al ser un producto orgánico permite demasiados beneficios y funciones.

1.3. Cuadro De Síntomas

SÍNTOMA	CAUSA	PRONOSTICO	CONTROL DE PRONOSTICO
Aumento de la demanda de productos saludables en Toronto	Aumento del cuidado de la dieta alimenticia	Incremento de los precios en frutas y verduras	Exportación de productos agrícolas altos en vitaminas, con mayor duración
Cambio en los hábitos de consumo hacia dietas saludables	Creciente conciencia sobre la salud	Difícil acceso de adquisición de productos agrícolas	Mejorar las infraestructuras logísticas para exportar productos

Altos niveles de temperatura fría que impiden el crecimiento de la fruta de maracuyá	Falta de ambiente adecuado para la producción	Escasez de producción de maracuyá	Desarrollar cultivos resistentes al frío
Falta de producción de maracuyá	Problemas climáticos y falta de infraestructura	Aumento de los costos de la cadena de suministro agrícola	Fomentar la inversión en tecnología agrícola
Incertidumbre sobre la disponibilidad del producto	Factores climáticos y logísticos impredecibles	Vulnerabilidad en la cadena de suministro	Soluciones logísticas innovadoras y diversificación de fuentes de suministro

1.4. Formulación Del Problema

¿Qué elementos se deben tener en cuenta para el desarrollo de un estudio de factibilidad para la exportación de pulpas de maracuyá desde Santiago de Cali – Colombia hacia Toronto – Canadá?

1.5. Sistematización Del Problema

- ¿Qué inteligencia de mercado se deben considerar para la exportación de pulpa de maracuyá a Toronto- Canadá?
- ¿Qué estrategias se pueden implementar en la elaboración del empaque, embalaje y la selección de medio de transporte para la exportación de pulpa de maracuyá a Toronto – Canadá?
- ¿Cuáles son los aspectos importantes que considerar en una estructura administrativa y legal para la exportación de maracuyá a Toronto – Canadá?

- ¿Qué análisis económico y financiero se debe llevar a cabo para conocer la viabilidad en la ejecución de una exportación de pulpa de maracuyá a Toronto – Canadá?
- ¿Cuáles son los pasos por desarrollar en los diferentes procesos de las operaciones logísticas para la exportación de maracuyá a Toronto – Canadá?
- ¿Qué aspectos que se deben tener en cuenta en los impactos ambientales y sociales para exportación de maracuyá a Toronto – Canadá?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Desarrollar un estudio de factibilidad para la exportación de pulpas de maracuyá desde Santiago de Cali hacia Toronto- Canadá.

2.2Objetivos específicos

- Aplicar inteligencia de mercado para la exportación de pulpa de fruta de maracuyá desde Santiago de Cali-Colombia hacia Toronto- Canadá
- Implementar una estructura administrativa y legal para la exportación de pulpa de fruta de maracuyá desde Santiago de Cali-Colombia hacia Toronto- Canadá.
- Realizar un estudio económico y financiero para la exportación de pulpa de fruta de maracuyá desde Santiago de Cali-Colombia hacia Toronto- Canadá.
 - Determinar los aspectos para tener en cuenta en los impactos ambientales y sociales para la exportación de pulpa de fruta de maracuyá desde Santiago de Cali-Colombia hacia Toronto- Canadá.
 - Desarrollar un análisis técnico y operativo para la exportación de pulpa de fruta de maracuyá desde Santiago de Cali, Colombia, hacia Toronto, Canadá, que incluya la identificación de los elementos clave necesarios en el proceso y la

creación de procedimientos logísticos eficientes que garanticen la calidad, puntualidad y competitividad del producto en el mercado canadiense.

3. Justificación.

3.1. Justificación Teórica

Este estudio tiene como finalidad contribuir en los conocimientos existentes, a partir del enfoque de bases teóricas relacionados con la exportación de pulpa de maracuyá. Esta investigación explica de manera detallada los pasos para el desarrollo de exportación de pulpas de maracuyá desde Santiago de Cali- Colombia hacia Toronto-Canadá, de la misma manera pueda ser un apoyo para todos aquellos proyectos de investigación futuras que estén relacionadas con el tema tratado.

Teniendo en cuenta como referencia el estudio de la teoría de Adam Smith sobre la ventaja absoluta, enfocada en la especialización de un producto de un país, es decir, que al momento de fabricación del producto se reduzca el tiempo y a su vez aumente la producción de manera más eficiente. Esto lo convierte en un beneficio para el país, pero en la teoría de Smith se aclara la existencia del intercambio comercial para que pueda existir una ventaja absoluta.

Considerando La teoría de Michael Porter que describe las tres estrategias competitivas de las cuales son el liderazgo de costo, es decir que las empresas puedan reducir sus costos de fabricación y al mismo instante precios de venta sea menor que el de su competencia, la diferenciación que genere un contraste en lo que se venda sea diferente en el mercado y por

último el enfoque permitiendo que solo se centre en un mercado y se especialice en ese mercado seleccionado.

Se toma como referencia el modelo de Hecksher-Ohlin, toma como base las teorías comparativas y competitivas para poder predecir como los países exportan aquellos productos de los cuales obtienen en grandes cantidades, sacado ventaja de ello, pero realizan las importaciones de aquellos productos donde su producción se encuentran en escaso.

Teorías clásicas de la localización económica Johan Von en el cual trata sobre la oferta y demanda se debe la localización que se encuentre el país, a sus correspondientes actividades económicos de los diferentes sectores primarios, secundario y terciario que se realicen, además resalta que la localización geográfica permite generar grandes beneficios en cuestiones de distribución y ventajas para la comercialización. Esto permite obtener más información frente a este proyecto a desarrollar debió a que se logra conocer los puntos más apropiados para la producción, fabricación y distribución para que el proceso de exportación se logre de manera más eficiente.

Por último, la teoría de la oferta y la demanda, desarrollada por diferentes economistas que han ofrecido sus puntos de vista sobre dicho tema a tratar. Esta teoría se centra en la interrelación del mercado con las cantidades disponibles respecto al porcentaje de demanda y frente a esto, como varia el precio de venta.

3.2. Justificación Práctica

Esta investigación permite aportar beneficios micro y macroeconómicos a Colombia, al generar aumentos en la rentabilidad, en especial al sector primario, gracias al crecimiento de las exportaciones de pulpa de fruta. De manera que, restaura el equilibrio en la balanza comercial, fomenta una agricultura sostenible, ayuda a intensificar los cultivos de maracuyá en el Valle del Cauca, generar más empleo, además de causar un reconocimiento en los mercados extranjeros. Por otro lado, según procolombia, destaca las exportaciones en, aprovechar ventajas comparativas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales, la necesidad de involucrarse en el mercado mundial por la globalización de la economía y buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales. Pero hay una de fondo: se exporta para poder importar. Y aunque suene tautológico, el país que no genere las divisas para poder comprar afuera sencillamente no va a tener con qué pagar sus importaciones esenciales, sean de materias primas, bienes de consumo, como la comida, las tabletas y los automóviles, o bienes de capital, como las turbinas para generar electricidad. (Procolombia, 2020). Por consiguiente, se demuestra como las exportaciones son realmente importantes para Colombia, generando beneficios tanto internos como externos, en cambio, en cuestiones de la economía canadiense genera beneficios al importar frutas, porque va a suplir con la demanda de consumo.

Finalmente el desarrollo de esta investigación acerca de la exportación de pulpa de maracuyá permite desenvolver conocimientos previamente

adquiridos en Intenalco educación superior, como instituto técnico comercial permitiendo aportar nuevas experiencias frente al manejo de las investigaciones, generado facilitar los procesos que a futuro se llegue a presentar y con ello, permitir un crecimiento en el ámbito personal y profesional, gracias a tener claridad al momento de la realización de una transacción internacional, así mismo aporta múltiples beneficios en el desarrollo de habilidades y competencias provocando seguridad frente a todo el proceso de estudio.

3.3 Justificación Metodológica

Este estudio sobre el proceso de exportación de pulpa de maracuyá se fundamenta por diferentes exploraciones para identificar las oportunidades en mercados extranjeros. Con el fin de cumplir con los objetivos propuestos para la realización del proceso de exportación, mediante el enfoque basado en las técnicas de investigación de mercados. Esto implica la búsqueda de países donde la demanda de dicho producto sea muy elevada, al igual que, distinguir la preferencia de consumo, la competencia y la dispersión de los precios de venta, entre otras variables.

El presente trabajo se enmarca en un tipo de investigación descriptivo y de campo, con enfoques multi metodicos, con sus correspondientes estudios necesarios para la recolección de información específica de dichos temas. En ella se encuentra el enfoque cuantitativo que permite explorar factores importantes con la obtención de datos precisos que sean fuente fundamental en el proceso de exportación, por otro lado, los métodos a utilizar es el método inductivo y deductivo permitiendo identificar datos

internos y externos relevantes para la elaboración del proceso de exportación, donde se utilizaran técnicas confiables de investigación tratadas medio de unas fuentes secundarias abarcadas a entidades como procolombia, MINCIT (ministerio de comercio, industria y turismo), libro con bases sólidas y entre otras.

La determinación de las diferentes variables en la selección de proveedores, las operaciones en la cadena de abastecimiento y las normativas aduaneras permiten obtener una visión más detallada sobre las oportunidades y obstáculos que pueden enfrentar la exportación de pulpa de maracuyá desde Santiago de Cali- Colombia a Toronto- Canadá. Con base a la información obtenida sea parte de aportes significativos para la toma de acciones en todo este proceso de investigación de exportación.

4. Marco De Referencia

Esta investigación está orientada por los estudios de diversos trabajos de grado que han sido previamente realizados y con base a esto, generan importantes aportes que logran desenvolver los diferentes temas a tratar relacionados con el desarrollo de la exportación de pulpa de maracuyá, de modo que, los trabajos a tratar fueron:

Trabajo elaborado por Anyi Vanessa Montillo y Marielena Morales (2021) universidad del valle, Cartago; acerca del proceso de exportación de cultivo de maracuyá del Valle del cauca hacia Estados Unidos. Enfocado en la cadena de valor, riesgos y oportunidades para el proceso de comercialización que enfrenta los diferentes empresarios en la salida de sus productos del territorio aduanero nacional.

Con base a esto, Montillo y Morales llegaron a la conclusión, las intervenciones de las diferentes actividades que realizan los stakeholders en la cadena de valor del producto y con esto conocer el ambiente empresarial, al igual que, el entorno de riesgo al detentar amenazas que llegan a perjudicar los cultivos de maracuyá por dichas plagas o falencias en los procesos de cultivo, por otro lado, las falencias que se pueden encontrar en los eslabones de comercialización internacional y con ello la determinación de las ventajas encontradas al saber manejar las condiciones, cantidad y tiempo en dichas operaciones de transacción internacional.

El trabajo de investigación Daniel Eduardo Álvarez Duque y Karen Brigitte Gamba (2021) acerca de las oportunidades de exportación de pulpa de fruta producida en Santander para Estados Unidos, permitiendo investigar las oportunidades de las pulpas frutas en los mercados internacionales y como a través del uso de las investigaciones cualitativas y cuantitativas logra determinar el país en el cual será enfocado, además Duque y Gamba realizan una indagación sobre la oferta y demanda sobre las pulpas fruta, siendo un producto en el cual ellos descartan como las pulpas permiten el gran beneficio por no tener problemas alguno sobre la maduración de dicha fruta.

La demostración de sus métodos de investigación demuestra el incremento en el mercado de pulpas de fruta por la toma de conciencia de los consumidores en el cuidado de su salud.

Finalmente, tomando como referencia el trabajo realizado por Angie Alejandra Restrepo y Leidy Milena Zapata (2019) en la cual realiza un estudio

respeto a plan estratégico para la comercialización y exportación de pulpa de fruta congelada a la florida estados unidos. Restrepo y Zapata que se enfoca en la segmentación de mercados para determinar la viabilidad para exportar y comercializar pulpa de fruta específicamente en ellas de toronja, su investigación se basa en estrategias para identificar la segmentación de mercado y con los resultados de esto permita determinar la accesibilidad de este proyecto. Ellas con el plan técnico realizado con método cualitativo llegaron a la conclusión que para estados unidos es viable exportar un producto de alta duración como son las pulpas.

4.1. Marco Teórico

Para el desarrollo de esta investigación se llevó a cabo fuentes de información basadas en análisis de teorías que genera gran aporte en la orientación de conocimientos para el desarrollo del proceso de exportación.

La Teoría de la Ventaja Absoluta (Adam Smith)

La teoría propuesta por Adam Smith conocido como el padre de la economía al ser el primero en generar grandes aportes de la economía clásica, en su obra “La Riqueza de las Naciones” menciona la teoría de la ventaja absoluta, en la cual expresa la capacidad de un país para producir un bien, utilizando menos recursos que los demás.

Según Smith argumenta como cada país puede ser especialista en la fabricación de un producto en los que tiene una gran ventaja absoluta, es decir, que son elaborados en grandes cantidades y con poco tiempo, del modo que, esta teoría permite comprender la manera que se puede sacar provecho a la diferencia de productividad de los diferentes países y resalta la importancia del comercio

internacional como la manera de generar ganancias en los mercados extranjeros adquiriendo ventaja competitiva en la adquisición de productos escasos a nivel interno.

Esta teoría contiene una gama alta de bases sólidas que permiten intensificar las exportaciones tomando ventaja de las viabilidades de los productos y compitiendo precios con la competencia, al igual que, pueda posicionarse en mercados globales.

Con base a esto, esta teoría permite generar aportes importantes en esta investigación al tomar una alta gama de ventajas absoluta que permite a Colombia en especial al Valle del Cauca conocer la eficiencia que tiene la producción de fruta de maracuyá, permite con base a ella distinguir la competencia de los mercados ya que se conoce a Canadá como país de dificultad agrícola por sus altas temperaturas lo cual se tomaría como ventaja al Valle del Cauca.

Teoría de las tres estrategias competitivas (Michael Porter)

Michael Porter conocido como el padre de las estrategias empresariales, ha aportado grandes conocimientos en el mundo de la competencia y gestión entre las organizaciones, debido a sus contribuciones han sido fuentes claves para comprender la manera en que las empresas logran llegar a posicionarse en su correspondiente mercado. Esto es muy importante porque permite ser exclusivos en la competencia y tener una alta adquisición de la demanda.

En primer lugar, esta teoría nos menciona el liderazgo de costos porque explica de manera detallada qué una empresa debe ser muy eficiente en los procesos de producción, al gastar menos como en las materias primas, distribución y demás, básicamente es ofrecer ante el mercado precios más asequible.

La estrategia de diferenciación es la encargada de crear diferentes tácticas para que se pueda ser únicos en el mercado, ya sea por las habilidades de marketing, la

satisfacción del mercado, incluyendo los precios asequibles, por otro lado, la estrategia del enfoque, esta permite la concentración de un solo nicho del mercado, en otras palabras, es lograr centrar en un solo mercado y predominar ahí.

En resumen, estas estrategias son fundamentales para el desarrollo de esta investigación, en este caso el proceso de exportación proporciona bases confiables al entrar a un nuevo mercado para llegar de manera más segura y poder posicionarse, ya que da consigo las mejores estrategias eficientes, tanto en proceso de cadena suministros como de costos de posicionamiento del mercado.

Modelo de Heckscher-Ohlin

El comercio internacional tiene diferentes variantes de las cuales son profundamente estudiadas por economistas para lograr entender todas aquellas operaciones y poder posicionarse en nuevos mercados. Este modelo explica de manera detallada las diferencias de las dotaciones en los factores de producción, es decir, aclara de manera específica el por qué un país se especifica en ciertos productos o bienes y por qué otros los importa.

Este modelo permite entender como las dotaciones difieren en los procesos de producción y como esto afecta en las operaciones internacionales para poder determinar la cantidad de importación o exportación a realizar, es decir, este modelo desarrolla una idea sólida en que los países utilizan la ventaja de dotaciones en los productos o bienes de abundancia ya sea por su materia prima, tierra, capital o trabajo e importa aquellos que sufren de escasez, a raíz de esto permite desenvolver el modelo

de Heckscher-Ohlin las soluciones que los países implantan para poder suplementar con otras necesidades.

En base a esto, este modelo orienta al desarrollo de este trabajo para tener idea sobre la diferenciación que existe entre Colombia con sus productos y bienes al igual que, Canadá con aquellos que importa, permitiendo con esto llegar a la conclusión como afecta la diferencia entre las decisiones a tomar en las operaciones internacionales, además por que permite identificar la cantidad a exportar independientemente de la cosecha o escasez que se lleve en el Valle del cauca y con base a esto tener claridad sobre dicho proceso.

Teoría clásica de localización (Johann Heinrich Von Thunen)

La teoría de la localización desarrollada por Von Thunen quien es un economista alemán que contribuye a la relación de las diferentes perspectivas sobre la geografía económica, basadas en la ubicación de las actividades económicas rurales y urbanas en como estas influyen en los procesos operacionales del intercambio comercial.

Von Thunen, explica de manera detalla como interviene la distancia entre las que se ubica en contexto del sector agrícola, la distancia al llegar al mercado y los costos de transporte. Esta teoría permite ser una fuente de guía para las empresas, ya que, no solo menciona el sector agrícola si no demás sectores influyentes para que el producto llegue al consumidor, también explica los costos que deben pagar los productores en las diferentes rentas de cultivo por el uso de la tierra, con ello, se determinar la misma zona geográfica influye en los factores de producción y los costos contribuyentes

con respeto a precios de transporte para llegar al mercado y el uso de las tierras. Por consiguiente, esta teoría permite determinar las viabilidades en los sectores de producción y los procesos que deben invertir para llevar a cabo las operaciones internacionales.

Esta teoría permite aportar los diferentes conocimientos a distinguir, al ser una exportación del sector agrícola, se debe seleccionar bien los espacios socioeconómicos en las diferentes actividades, tanto su cosecha como su embalaje para llegar hasta su cadena logística y así a su consumidor, además el tener en cuenta las localizaciones afectan la cosecha, escoger su mejor selección y la reducción de los costos, lo que beneficia y genera gran cooncoiinnetos en el desaarollo de este proeyc

Teoría de la oferta y a demanda

Esta teoría permite identificar las variables del mercado, en cuanto términos de oferta y demanda y como influyen en los precios de venta. Este estudio esta desarrollado por diferentes economistas a lo largo de su historia, pero, dos de ellos son los que centralizan en la idea de la variación entre precio y ganancia, estos son Adam Smith y David Ricardo, en la cual, se enfoca en la dispersión que existe entre el aumento o disminución de una u otra para determinar el precio de equilibrio que se va a ofrecer al mercado y la cantidad que favorece en el intercambio en las operaciones internacionales. En primer lugar, se entiende por oferta la cantidad disponible de bienes y servicios en el mercado y la demanda como la cantidad de consumidores que desean la adquisición de producto, cuando la demanda de un producto aumenta mientras que la oferta permanece igual, el precio

tiende a aumentar o si la oferta disminuye el precio aumenta, al igual que, si existe demasiada oferta y poca demanda, estos tienden a disminuir.

Para concluir esta teoría permite comprender las variaciones de los precios, las cantidades y la influencia de las competencias en los mercados extranjeros. De manera que, permite ser una fuente de ayuda en el desarrollo de este trabajo permitiendo la utilización de las bases sólidas al saber la cantidad de oferta que hay en los mercados, como puedo venderlo en el extranjero y como saber si su ganancia favorece si tiene una demanda bastante alta.

4.2. Marco conceptual

Para el desarrollo de esta investigación, se detallan los conceptos fundamentales que se encontraran en todo el transcurso de este proyecto que están previamente relacionados con el proceso de exportación de pulpas de maracuyá a Toronto- Canadá, con la finalidad de proporcionar una comprensión clara.

Comercio exterior: Se define como aquella parte del sector externo de una economía que regula los intercambios de mercancías, productos y servicios entre proveedores y consumidores residentes en dos o más mercados nacionales y/o países distintos, incluso considera los intercambios de capital, y los aspectos referentes a la entrada temporal de personas de negocios. Se trata de transacciones físicas entre residentes de dos o más territorios aduaneros que se registran estadísticamente en la balanza comercial de los países implicados. (introducción al Comercio Internacional)

Exportación: Es la salida de mercancías del territorio aduanero colombiano con destino a otro país, a una zona franca o a un depósito franco con el cumplimiento de los requisitos previstos en la norma. (Aspectos básicos de exportación)

Pulpas de fruta: Pulpa de fruta nos referimos a la parte comestible de la fruta que ha sido separada de la cascara y semillas por procedimientos ya sea industriales o manuales, o sea lo que se conoce como la carne de la fruta. Para que sea considerado pulpa no debe haber sido diluido ni tampoco sometido a procesos de concentración ni tampoco fermentación. (¿Que es pulpa?)

Geografía económica: La geografía económica es una ciencia social que estudia las condiciones del mercado según la distribución geográfica de los productores y consumidores. La geografía económica tiene como objetivo principal el estudio de los aspectos económicos en relación con los factores del medio natural y social. (Editorial, 2017)

Balanza comercial: Balanza de pagos de un país representa la diferencia entre el valor de las exportaciones de bienes y servicios que un país vende al resto del mundo y el valor de las importaciones de bienes y servicios que un país compra al resto del mundo durante un período de tiempo específico, por lo general, un mes o un año. La balanza comercial puede ser deficitaria o superavitaria, dependiendo de si un país exporta más de lo que importa o viceversa. (inversión)

Cadena de abastecimiento: La cadena de abastecimiento o suministros consiste en la planificación, organización y control de aquellas

actividades relacionadas con el flujo y transformación de bienes, desde la concepción de un producto hasta llegar al usuario final. (Logycom)

TLC: Un Tratado de Libre Comercio es un acuerdo regional o bilateral, a través del cual se establece una zona de libre comercio de bienes y servicios, en la que se eliminan aranceles.

Se negocian con el propósito de ampliar el mercado de bienes y servicios entre los países participantes del mencionado acuerdo. (MINCIT, ¿Que son los tratados de libre comercio?)

4.3. Marco Contextual

Esta investigación se analiza los aspectos importantes de país destino y país de origen, con información relevante sobre los diferentes atributos de cada uno de los países, con el objetivo de comprender cada uno y ser fuente fundamental en las bases de conocimientos sólidos para la síntesis de este proceso de exportación.

País importador: CANADÁ

Canadá se localiza en la parte alta de Norteamérica, arriba de Estados Unidos. Al oeste colinda con el Océano Pacífico y al este con el Océano Atlántico.

Cuenta con un clima desde los 35 °C en un medio día de verano, hasta los -25 °C, comunes en invierno.



La población de Canadá es de 36 millones de habitantes, concentrados a la largo de la frontera con Estados Unidos, con su idioma (francés e inglés) y su moneda (dólar canadiense). La ciudad más grande de Canadá es Toronto, Ontario; seguida de Vancouver, Columbia Británica; Montreal, Quebec; y Calgary, Alberta.



Canadá es una monarquía constitucional y un Estado Federal con representación parlamentaria democrática.

País exportador: COLOMBIA

Colombia se ubica en el extremo noroccidental de América del Sur, con una superficie de 1.141.748



Km2, tiene costas en el Pacífico y en el Atlántico, al norte con el mar de las Antillas, al este con Venezuela, Brasil, al oeste con el océano Pacífico, al noroeste con Panamá y al sur con Perú y Ecuador. El estado del tiempo en Colombia es muy variado, el clima se ve modificado debido a su complejidad geográfica.

La población es de 51.609.000 millones de habitantes, su idioma es el español, su capital es Bogotá y su moneda es Pesos colombianos. Forma de Estado es República presidencialista y un Estado unitario

con separación de poderes ejecutivo, legislativo y judicial. la división administrativa son 32 departamentos y 1 distrito capital; 1122 entidades administrativas locales 1.103 municipios, 18 áreas no municipalizadas y la isla de San Andrés.



4.4. Marco Legal

En el presente trabajo se analiza la serie normativas jurídicas que permita la facilitación y la información pertinente para el desarrollo del proceso de exportación de pulpa de maracuyá.

Ley 7 de 1991: La cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposiciones. (Ley 7 de 1991)

Ley 9 de 1991: la cual se dictan normas generales a las que deberá sujetarse el Gobierno Nacional para regular los cambios internacionales y se adoptan medidas complementarias. (República, Ley 1991, 2015)

Ley 1014 de 2006: Es aquella en la cual tiene como objetivo promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley; Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas; establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo. (Ministerio de Ciencia Tecnología e innovación, 2006)

Decreto 1165 de 2019: por el cual se dictan disposiciones relativas al Régimen de Aduanas en desarrollo de la Ley 1609 de 2013 y demás normas que lo modifiquen, adicionen o sustituyan. (DIAN)

Resolución 46 de 2019: Por la cual reglamenta y da consigo la fortaleza del decreto 1165 de 2019

Resolución externa 01 de 2018: Por la cual se compendia y modifica el régimen de cambios internacionales. (República, Resolución externa Nro1, 2018)

Tratado libre comercio Canadá-Colombia: El Acuerdo de Libre Comercio con Canadá tiene como objetivo crear un espacio libre de restricciones en busca del crecimiento y el desarrollo económico continuo de los países signatarios.

El TLC con Canadá comprende tres Acuerdos independientes, que se relacionan entre sí. El Acuerdo de Libre Comercio, que contiene el grueso de

las disciplinas comerciales que regirán la relación entre los dos países; el Acuerdo de Cooperación Laboral, que contiene obligaciones en materia de protección de los derechos laborales y cumplimiento de las normas internas; y el Acuerdo sobre Medio Ambiente, que contiene las obligaciones de las partes en materia de estándares de protección ambiental a aplicar en sus territorios. El Acuerdo está enmarcado en los principios de trato nacional, trato de nación más favorecida y transparencia. Beneficia a los sectores exportadores porque podrán vender sus productos y servicios, en condiciones favorables, en el mercado canadiense, y se fomentará la inversión. Beneficia también a los productores nacionales que ahora tendrán la capacidad de adquirir bienes y servicios a precios más competitivos sobresaliendo la eficiencia y competitividad. (MINCIT, Resumen del acuerdo comercial con Canadá)

4.5. Marco temporal

Para el transcurso de este proyecto de investigación se llevará a cabo en dos fases. El ante proyecto desarrollado desde febrero hasta mayo de 2024 y el proyecto desde agosto hasta noviembre de 2024.

5. Diseño Metodológico

La realización de los objetivos planteados al inicio del presente trabajo se hará mediante los estudios de viabilidad pertinentes, con el fin de establecer si el proyecto puede ser ejecutado posteriormente. Para la evaluación de un proyecto, es necesario realizar varios estudios de viabilidad: de Mercado, Técnico, Organizacional, Legal, Financiero, Económico, los análisis de Riesgo y la evaluación de los Impactos sociales y ambientales.

De acuerdo con Landaure, citado por ESAN (2017) "A través de ciertos indicadores y con la información procesada en el estudio de viabilidad es posible determinar si un proyecto es viable o no, y en caso de que lo sea qué tan viable es, cuáles son sus fortalezas y debilidades" (ESAN, 2017) Para el desarrollo de los objetivos específicos planteados en el capítulo 2 (dos) del presente trabajo, los aspectos investigativos deben enfocarse hacia los siguientes estudios descritos a continuación.

- Estudio de Mercados.
- Estudio Técnico.
- Estudio Legal y Administrativo.
- Cálculo de Costos de Exportación.
- Análisis de los impactos sociales y ambientales.
- Recolección de datos.

5.1. Clase O Tipo De Investigación

El presente trabajo se sitúa en un tipo de investigación descriptivo, con enfoques multi metódicos, debido a que se realizaron diferentes tipos de estudio que cuentan con sus respectivas herramientas, técnicas y métodos para su resolución.

Enfoque Cuantitativo. Los estudios de corte cuantitativo son aquellos que procuran comprobar hipótesis y resolver preguntas de investigación. Trabaja con una perspectiva de realidad objetiva, con el análisis del comportamiento de la población lo que permite generalizar los datos, de manera que, necesita de una información de datos exactos y confiables, es por eso, que su utilización se basa en el uso de la recolección de datos a través del análisis estadístico y los datos numéricos. Frente a esto, los estudios cuantitativos generan importancia

en el desarrollo del presente trabajo porque permite la adquisición de datos precisos frente a la población a enfocar, información relevante para el proceso de exportación, conocer los costos y precios, además de, identificar las diferentes maneras de la obtención en la recolección de datos por lo que genera aporte en la contribución de la toma de decisiones.

Estudio descriptivo. Este estudio de tipo descriptivo, al ser un método científico que pretende la descripción detalla y precisa de los aspectos importantes del objeto de estudio, se centra en la observación sin alteración de esta misma, trabaja con variables exactas al no ser alteradas sus variables. Al trabajar con información tan detallada es muy utilizada en los ámbitos económicos y comerciales, como los análisis de mercado al pretenden entender el comportamiento y características del mercado meta, entre otros factores. Este estudio descriptivo es fuente fundamental para identificar la manera de llegar a nuestro mercado objetivo en los mercados extranjeros, permite reconocer las preferencias, gustos y necesidades de los consumidores, distinguir la conducta de la competencia y con base a esto ayuda a la diferenciación en los mercados extranjeros y adaptación de las pulpas de maracuyá por parte de los consumidores.

5.2. Método de Investigación

Para el transcurso del siguiente trabajo se utilizaron los siguientes métodos para obtención de información en esta investigación.

Método inductivo. Es la manera razonar y explicar por medio de la observación empírica de sucesos específicos partiendo de lo particular hasta llegar a la resolución de leyes y teorías o conclusiones generales. Con base a

esto, el método inductivo permite en el desarrollo de este trabajo, observar la identificación de nuevas oportunidades de los mercados, estrategias de exportación eficientes, observación en el comportamiento de la elaboración del producto, además de identificar trabajos similares en relación con aquellos factores comunes para el desarrollo de esta investigación.

Método deductivo. Es el proceso en cual se lleva a cabo desde el razonamiento y explicaciones generalizadas de unos principios y conocimiento basados en teorías, leyes o principios hasta llegar a lo particular, algo más concreto. Con ello, este método permite comenzar en esta investigación desde la búsqueda de la necesidad de los consumidores y con base a esto identificar teorías y modelos que permitiera identificar las mejores formas para llegar a los mercados, en este caso buscar las guías de aprovechamiento de las necesidades de sobre salir y entrar a mercados extranjeros, conocer los porcentajes de exportación de las pulpas de fruta especial mente la fruta de la pasión y el porcentajes de importaciones de mercados extranjeros para reconocer su viabilidad.

5.3. Técnicas de investigación

Existen dos fuentes de investigación. Fuentes primarias y secundarias

Las fuentes de investigación es todo aquello que nos genera datos para poder con esto reconstruir bases sólidas de conocimiento. Fuentes primarias. Es aquella que aporta información original, se trata en la obtención de la información particular, puede ser fuentes documentales, que se consideran en material que proviene del momento, informan sobre los acontecimientos y con base a esto generar conocimientos.

Fuentes secundarias, es aquella que contienen información ampliada, es decir su información está a partir de lo generado en las fuentes primarias. Es la que trabaja con información previamente recopilada, que ya ha sido analizada por alguien más, su objetivo es fortalecer información adicional en los objetos de investigación.

Esta fuente secundaria es la que se llevara a cabo en el presente trabajo como base de encontrar información relevante para el proceso de exportación en este caso, información que de encontrar a través de la página de proColombia, DANE, DIAN, MINCIT, fuentes de información web e investigaciones relacionadas con la producción y comercialización internacional de pulpas de maracuyá con un fin de la obtención de información importante acerca del consumo y venta del producto en el país destino.

5.3.1 Población Y Muestra

Población: es el conjunto de todos los componentes entre individuos u objetos que contienen una o más características similares y estas son elementos de estudio. La población estadística puede ser conjunto de personas, lugares o cosas reales. Ejemplo, la población que consume frutas tropicales, ya sea para el uso de sus diferentes formas.

Población Finita: Es aquella donde cuenta con un número de valores que llega a fin, que puede variar con el tiempo este valor, pero siempre tiene un numero limitados en el objeto de estudio. En este caso, el desarrollo del trabajo cuenta con una población finita, porque se considera un lugar específico en cual la mercancía llega a su destino de ciudad y país, además se tienen en cuenta los datos contables sobre sus posibles consumidores, los que compra en los

mercados minoritas, al igual que determinar la cantidad de empresas exportadoras e importadores de pulpa de maracuyá. Representativo de la población

Muestra. La muestra es un subconjunto representativo de la población estadística, porque comparte diferentes características similares. Esta se obtiene a través del muestreo, se utiliza para analizar a la población de una forma más fácil.

Muestreo aleatorio simple. Trabaja con un método de selección aleatorio, donde se escoge al azar elementos individuales de la población sin tener ningún criterio, obteniendo consigo la misma probabilidad de su selección. Para esta investigación se optó por un muestreo de aleatorio simple porque permite la afinidad de todos los relacionados, es decir una probabilidad uniforme en todos los que pertenecen en la población y así obtención de sus datos, además facilita el uso de su implementación ya que es más fácil de comprender los resultados.

Formula de la Muestra en población finita

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Esta fórmula se expresa verbalmente de la siguiente manera:

N= población

n= muestra

p = población a favor

q= probabilidad en contra

z = nivel de confianza.

En base a esto, se puede definir que la población en el cual está enfocada este estudio de viabilidad de exportación de pulpas de maracuyá es aquella que consume fruta acida, es decir en su mayoría de población a partir de los 2 años en adelante, para aquellos que deseen implementar una alimentación equilibrada y agregar algo de fruta dulce y acida.

5.3.2. Procedimientos

Se realizó una matriz de factibilidad de exportación donde se comparan los dos países preseleccionados en aspectos generales como gastos causados al embarque, tributos aduaneros y otros gastos, con estos valores realizados se selecciona al país con el gran total menor.

En el estudio de mercado se tuvo en cuenta los cinco países que más importan pulpas de maracuyá en el mundo, se realizó un análisis a cada país se consideró variables como la política, religión, cultura de negociación, idioma y acuerdos internacionales. Luego se preseleccionó dos de estos países y se les realizó el entorno donde se enmarca donde está ubicado cada país respecto a Colombia. Se tiene en cuenta el marco legal de las exportaciones en Colombia puesto que estas son las que rigen en el país las exportaciones.

Estas son la ley marco de comercio exterior 7 y 9 1991 donde se indican las normas generales a las cuales se debe sujetar el gobierno Nacional para regular el comercio exterior en el país, también se dictan normas generales a las que deberá sujetarse el Gobierno Nacional para regular los cambios internacionales y se adoptan medidas complementarias.

El decreto 1165, donde se menciona en algunos artículos los requisitos y obligaciones del exportador, la obligación aduanera en la exportación.

Resolución externa No. 1 de 2018, en él se habla de artículos en los cuales se refiere a los tipos de monedas en las cuales se puede negociar las exportaciones, la intervención en el mercado que tiene el banco de la república las compras o ventas de divisas en el mercado. La circular externa DCIN-83, la cual señala todo lo relacionado con la exportación de alimentos.

Para realizar una exportación es necesario estar inscrito en el R.U.T, en la V.U.C.E (ventanilla única de comercio exterior), conocer la posición arancelaria del producto a exportar en la página de la D.I.A.N, tener el registro de exportación ante la autoridad competente.

Para calcular los costos de la exportación se realiza la matriz de costos de exportación donde se indican datos como el costo del seguro, el flete internacional, el tipo de INCOTERM que se va a utilizar, añadiendo estos datos automáticamente se genera el total de los costos de la exportación. Esta matriz es muy importante ya que con esta se puede conocer cuánto se debe pagar para poder realizar la exportación.

5.4. Línea de investigación.

El presente trabajo se inscribe en la línea de investigación del programa Técnico Profesional en procesos Administrativos del Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez” “Emprendimiento para generación de empresas mediante procesos de exportación e importación.

5.4.1. Delimitación del objeto de estudio.

La investigación del presente proyecto será ejecutada dentro de los límites entre las ciudades Santiago de Cali - Toronto, que se encuentran ubicadas en Colombia – Canadá respetivamente.

6. Estudio de Mercado.

6.1 Análisis del Sector.

La industria de la exportación de pulpa de maracuyá ha mostrado un crecimiento significativo en los últimos años, especialmente en países con altos estándares de calidad y demanda de productos frescos y exóticos como Canadá. Cali, Colombia, ubicada en una zona tropical privilegiada, es uno de los principales productores de maracuyá en el país, lo que la convierte en un punto estratégico para abastecer mercados internacionales.

La demanda de pulpa de maracuyá en Toronto, Canadá, ha aumentado debido a la preferencia creciente por productos naturales y de alta calidad, como parte de un estilo de vida saludable. Además, el consumidor canadiense valora la sostenibilidad y la trazabilidad de los productos que adquiere, lo que abre oportunidades para la exportación de pulpa de maracuyá proveniente de cultivos responsables en Colombia.

En términos de competitividad, la oferta de pulpa de maracuyá colombiana se enfrenta a la competencia de otros países productores, como Ecuador y Perú. Sin embargo, las condiciones climáticas ideales, el crecimiento de la producción local y los acuerdos comerciales entre Colombia y Canadá posicionan al sector exportador de pulpa de maracuyá como una opción atractiva para satisfacer la demanda canadiense.

Es esencial, por tanto, un análisis detallado de las normativas de exportación, los costos logísticos y la relación comercial con importadores y distribuidores canadienses para asegurar el éxito en este sector.

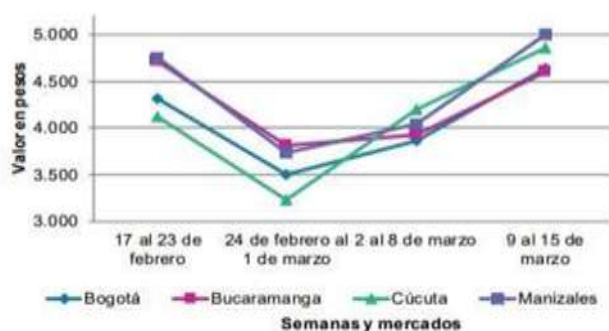
6.1.1 El Sector Exportador Colombiano

Las pasifloras distinguidas como una de las frutas exóticas, que se encuentran en gran parte de América latina, destacada por su atractivo visual y sensorial, sus intensos colores y sabores únicos que convierten esta fruta altamente atractiva tanto en

los mercados nacionales como internacionales. Esta fruta tiene una gran participación en el sector agropecuario, en el que se ha evidenciado en el último semestre un aumento significativo del 6,3 % según últimas cifras del DANE, siendo el sector agro el de mayor crecimiento en las actividades productivas del país.

El maracuyá, que es una fruta de apetición por los consumidores colombianos para preparaciones juegos y dulces, lo cual se caracteriza por su sabor ácido y agradable aroma (DANE, 2024) El abastecimiento de esta fruta a nivel nacional como internacional permite un incremento de sus precios y en su gran mayoría se debe a la reducción de su producción, presentada por cambios repentinos de clima, es decir, plagas en los cultivos o alta demanda.

Gráfico 6. Comportamiento de los precios del maracuyá 2024 (17 de febrero al 15 de marzo)



Fuente: DANE, SIPSA.



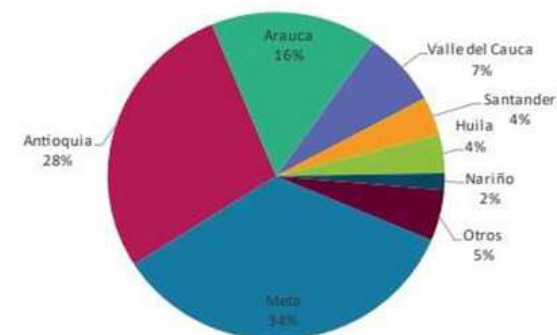
En ambos gráficos permite observar los departamentos colombianos con más alta demanda y las fluctuaciones de los precios en la canasta familiar. En cuestión de comercio internacional colombiano, debido a su sabor, esta fruta ha presentado grandes aspectos significativos en las operaciones internacionales, debido a que, Las exportaciones de fruta fresca colombiana, sin incluir el banano, han experimentado un crecimiento significativo durante los primeros cuatro meses del 2024, alcanzando los US\$201 millones. Esta cifra equivale a un incremento del 29% en comparación con el

mismo período de 2023, cuando las ventas externas del sector se situaron en US\$156 millones, según cifras del Dane. (ANALDEX, 2024).

Por su parte procolombia también permitió identificar las influencias del mercado nacional, La canasta exportadora colombiana de frutas, encabeza por volumen la lista el banano pues representa un 69.5% del total de las exportaciones de frutas frescas hacia Europa. Le sigue el aguacate Hass, con un 18.7%. Otros productos que han ganado relevancia en el mercado europeo incluyen la gulupa con un 5.2%, uchuvas con un 3.4%, lima Tahití con un 1.9%, mangos y mangostanes con un 0.4%, granadilla con un 0.3%, pitahayas frescas con un 0.1%, así como maracuyá y tomate de árbol, ambos con una participación del 0.1%. (Procolombia C. , 2024)

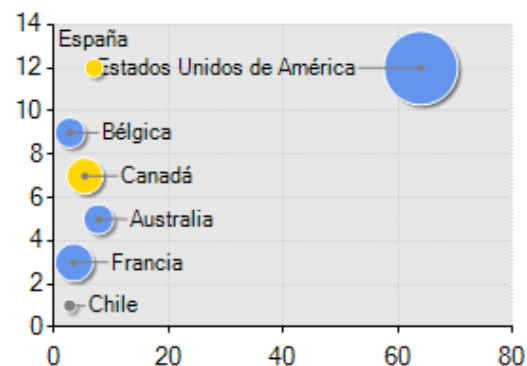
Con el aumento significativo de las exportaciones del sector agropecuario permitió ser un plus para los exportadores de dicho sector donde recalca la cantidad de importadores presentes para dicho producto y al igual de abastastecimiento nacional, lo que genera que se incremente la cosecha y se considerar los picos más latos en las diferentes temporadas de cada departamento que permitan suplir con esta necesidad.

Gráfico 1. Departamentos abastecedores de maracuyá
Enero de 2023 a enero de 2024



Fuente: DANE-SIPSA. Cálculos: SIPSA

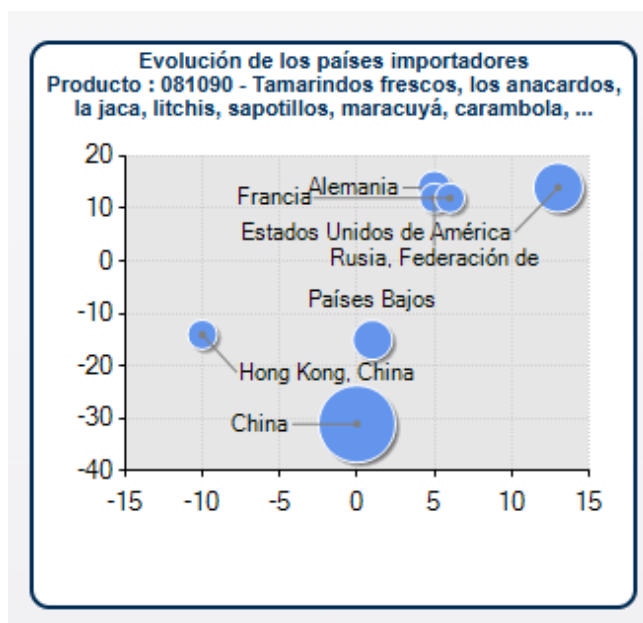
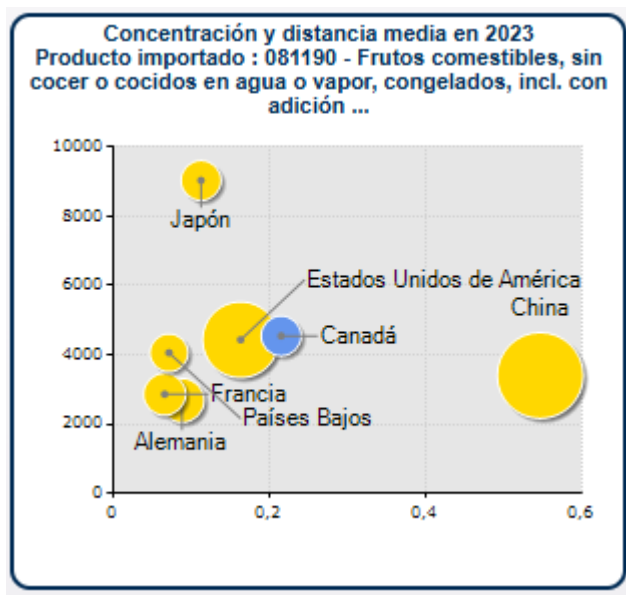
Participación en los mercados importadores en 2023
País exportador : Colombia
Producto : 081190 - Frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición ...



6.1.2 El Mercado del Producto en el Exterior.

El mercado de maracuyá en el exterior ha presentado una expansión de abastecimiento, como consecuencia a los cambios alimenticios presentados por los consumidores quienes desean incluir un estilo de vida más saludable, pero al igual disgustar de diferentes frutas de las cuales son exclusivas debido al no ser cultivadas en sus tierras.

Esto les permitió a las diferentes industrias buscar las diferentes estrategias para la obtención de esta fruta, lo que genera consigo la búsqueda por suplir la necesidad especialmente para Estados Unidos, Europa y Asia se ha convertido en los principales mercados puntos clave donde los proveedores de este sector desean competir. El



mercado de maracuyá ha obtenido una popularidad debido a sus valores macro nutricionales y ser fuente de antioxidantes, además de los múltiples usos que puede utilizar lo que genera un atractivo significativo, e incrementa los valores importados en el año, independientemente que esta fruta ha presentado en el sector sus diferentes presentaciones para la venta y para que tenga una durabilidad de dicho producto.

En la página de TRADE, el último informe del 2023 registro los países más demandantes de dicho producto, es decir quiénes son donde el mercado de maracuyá tiene más fluctuación, esto significa que este producto en los mercados extranjeros avances positivos a pesar de ser una fruta exótica con su sabor ácido y dulce, ha evolucionado en los consumidores la necesidad y gusto, en algunos más que otros, esto debió a la compra y venta que comercializan esta fruta entre países ya sea por a cercanías logísticas y entre otros.

En el siguiente gráfico representa otra población de los diferentes países quienes demandan este producto en las diferentes presentaciones, en este caso como pulpa o de manera congelada, lo que en su mayoría se refiere a costos de transporte y distribución, al mantener congelados las frutas en presentación pulpa se puede mantener una durabilidad lo que permite ser transportados en transporte marítimo para cuestiones de ahorro logístico.

Finalmente, el mercado de maracuyá en mercados extranjeros es un mercado que actualmente gracias a gustos y deseos se mantiene estable, puede que se encuentre por temporadas del año más cantidad de importado, pero es una necesidad que se mantiene y que se busca suplir a los consumidores.

6.1.3 Análisis DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS	AMENAZAS
Limitado uso de la tecnología	Creciente demanda de	Condiciones climáticas	Competencia internacional

	productos naturales y saludables	favorables para su cosecha.	
Costos altos de exportación.	Expansión de nuevos mercados.	Calidad, sabor y más duradero.	Regulacion es y barreras comerciale s
Problemas en la cadena de suministros	Desarrollo económico colombiano	Tierras fértils para una cosecha de calidad	Fluctuacion es en los precios internacion ales.

Dependencia de temporadas	Acuerdos comerciales	Costos competitivos	Condiciones ⁴³ climáticas extremas para su cosecha
Problemas de plagas y enfermedades en la producción	Tendencias de consumo saludable	Beneficios nutricionales	Posibles riesgos con las temperaturas de los trasbordos internacional
Estrategias de marketing	Innovación en el empaque (producto)	Producción abundante	Percepción negativa de la marca
Problemas de financiamiento	Beneficios en ferias internacionales	Fácil preparación en su utilización	Dependencia de distribuidores internacionales
Capacidad limitada de almacenamiento	Iniciativas de Comercio Justo	Conocimientos previos en procesos de exportación	Inestabilidad política

Estrategias de cruce DOFA

Fortalezas-Oportunidades (FO):

- Condiciones climáticas favorables para su cosecha + Creciente demanda de productos naturales y saludables

Aprovechar las condiciones climáticas ideales para el cultivo de maracuyá de calidad y satisfacer la creciente demanda de productos naturales y saludables en mercados internacionales como el canadiense.

- Calidad, sabor y más duradero + Tendencias de consumo saludable

Resaltar la alta calidad y durabilidad de la pulpa de maracuyá en las campañas de marketing, alineando el producto con las tendencias de consumo saludable, aprovechando así su sabor y beneficios.

- Producción abundante + Expansión de nuevos mercados

Expandir la producción aprovechando la abundancia de la cosecha para satisfacer la demanda de nuevos mercados, como el canadiense, y diversificar las exportaciones.

Fortalezas-Amenazas (FA):

- Tierras fértiles para una cosecha de calidad + Competencia internacional

Aprovechar la calidad superior de las tierras y la cosecha para diferenciarse de la competencia internacional, destacando las características únicas del producto en los mercados internacionales.

- Conocimientos previos en procesos de exportación + Regulaciones y barreras comerciales

La experiencia en procesos de exportación para navegar las regulaciones y barreras comerciales con eficacia, asegurando que el producto cumpla con todos los requisitos internacionales y minimizando riesgos legales.

Debilidades-Oportunidades (DO):

- Limitado uso de la tecnología + Innovación en el empaque (producto)

Invertir en nuevas tecnologías de empaque que sean más sostenibles y atractivas para los consumidores, alineándose con las tendencias de innovación y buscando optimizar el proceso de producción y exportación.

- Problemas de financiamiento + Acuerdos comerciales

Buscar apoyo financiero a través de los acuerdos comerciales existentes, como los tratados entre Colombia y Canadá, para acceder a condiciones favorables y financiar la expansión de las operaciones.

- Problemas de plagas y enfermedades en la producción + Desarrollo económico colombiano

Aprovechar los programas de apoyo y subvenciones que el gobierno colombiano ofrece para fortalecer la producción y mejorar la sanidad de los cultivos, minimizando el impacto de plagas y enfermedades.

Debilidades-Amenazas (DA):

- **Costos altos de exportación + Fluctuaciones en los precios internacionales**

Buscar soluciones logísticas más eficientes o alianzas estratégicas con distribuidores internacionales para reducir los costos de exportación y, a su vez, mitigar el impacto de las fluctuaciones de precios en el mercado internacional.

- **Dependencia de temporadas + Condiciones climáticas extremas para su cosecha**

Diversificar la producción en diferentes temporadas o invertir en técnicas de cultivo más resistentes para minimizar el impacto de las condiciones climáticas extremas.

- **Capacidad limitada de almacenamiento + Posibles riesgos con las temperaturas de los trasbordos internacionales**

Invertir en infraestructura de almacenamiento adecuada y en tecnología de control de temperatura para asegurar que el producto mantenga su calidad durante el trasbordo y transporte internacional

6.1.4 Análisis de Michael Porter

- **Productos Potenciales:**

La exportación de maracuyá por su creciente aumento en la demanda de frutas exóticas permite que sea un poco más competitivo la venta de dicho producto, debido a que se presenta gran medida los grandes exportadores de maracuyá que son pertenecientes del Continente latinoamericano como, Perú reciente mente realiza exportaciones de maracuyá en alta medida y de tres diferentes innovaciones como fruta fresca, concentrados o las Pulpas , de seguido con Brasil otro grande exportador, Ecuador; como consecuencia de los climas tropicales incluyendo Colombia presenta incremento a existencia de nuevas industrias especializadas en exportaciones de frutas exóticas en sus diferentes formas de presentación a venta y con ellos soluciones oportunas en este proceso en este proceso que les permita ser de manera las eficientes y potenciales en los mercados.

- **Amenaza de Productos Sustitutos**

Las frutas exóticas colombianas abarcan una amplia variedad, que se caracteriza por sus altas similitudes en los aspectos físicos o especialmente por su sabor, es por eso que algunas pueden ser reemplazadas por parte de la demanda. En este caso, el maracuyá al tener un abastecimiento alto por su llamativo sabor pertenece

a un grupo de frutas exóticas donde la sustitución de este producto puede ser alta debido a la variación de precios que abarcan en la cantidad de demandantes que se encuentran, los tiempos de cosecha que permitan la reducción o incremento en su producción. Los productos sustitutos del maracuyá pueden ser:

- Gulupa



- Curuba



- Granadilla



- Chulupa



Estas frutas permiten obtener diversos sabores y características físicas semejantes, en cuestión de sus semillas en su interior, lo cual ofrece una amplia oferta que contribuye en la posibilidad de sustitución del maracuyá.

- **Poder de Negociación con los Proveedores**

El poder de negociación de los proveedores en la exportación de Pulpas de Maracuyá, se deben de considerar aspectos importantes, como, la cantidad de oferentes, la cantidad de los productos sustitutos, entre otros, que son importantes para determinar este factor.

En el mercado colombiano, existen gran cantidad de oferentes de insumos de productos agrícolas, que son importantes para el desarrollo de maracuyá, esto facilita y disminuye el poder de los proveedores debido a la gran cantidad dicho producto, en cambio en la utilización de tecnologías necesarias para el desarrollo de la cosecha de maracuyá puede aumentar esto se debe a la falta de oferentes que son necesarias para su producción. En el cultivo de maracuyás estos insumos que son dependientes para cumplir y mantener con cantidades, calidad y normativas internacionales.

- **Poder de Negociación con los Compradores.**

El poder de negociación de los compradores en la exportación de maracuyá es considerable, esto se debe por la influencia de los grandes compradores que vienen siendo todas grandes cadenas de super mercados y distribuidores, que son aquellos que afecta el precio y las condiciones de compra. Por otro lado, es importante reconocer el aumento de la demanda de dicho producto debido a los cambios alimentarios saludables y su ácido sabor, lo cual permite que los precios se puedan mantener y con ello incrementar la concentración de los compradores, pero, por otro la sensibilidad de los precios de los consumidores en estos mercados y la disponibilidad de productos sustitutos, permite la disminución del poder de compra en los exportadores debido a la presente diversificación de productos por sustituir, cabe destacar que para esta exportación de pulpa de maracuyá, otro factor a considerar en el poder de compra es la durabilidad del producto, al permitir ser pulpa sufrir menos

daños en los procesos logísticos y más durabilidad para los consumidores, lo cual la permite ser más atractiva ante mercados extranjeros.

- **Rivalidad entre Competidores.**

La rivalidad entre competidores en el sector de exportación de maracuyá tiende a ser alta, debido a la gran presencia empresas en el mercado global y también en el mercado nacional. El sector agropecuario presenta grandes números de productores en los diferentes lugares tropicales que facilitan la producción de maracuyá, lo cual incrementa la competencia con los mercados europeos que son los que aquellos de más alta demanda. Las ventajas ante los mercados demandantes permiten generar una diferenciación en el mercado, si bien sea en términos de calidad del producto, sostenibilidad y características únicas que se ofrece a la demanda, además de las empresas buscan la manera de intensificar en diferentes costos si bien sea en la cadena logística para dicho proceso de exportación de manera de ser más eficiente o simplemente generar facilidades de cuidado y perfeccionamiento en dicho proceso al igual que en sus empaques o embalajes.

6.2. Inteligencia de Mercados

6.2.1 Posibles Mercados para Exportación del Producto.

Las frutas tienen un alto potencial en mercados potenciales, en el último informe de Analdex reporto los principales destinos donde las frutas entre sus posibles mercados:

- **Estados Unidos:**

The United States of America, o USA en siglas.



Superficie: Incluyendo territorios y agua totalizan 9.826.675 Km² (9.161.966 Km² de territorio, contando solamente los 50 Estados y el Distrito de Columbia 664.709 Km² de agua y unas fronteras de 12.034 Km.

Población: 331,8 millones de habitantes.

Capital: Washington, D.C.

Idioma: El inglés es el idioma oficial nacional de facto

Bandera: Compuesta por 13 franjas de color rojo y blanco y 50 estrellas blancas sobre fondo azul. Las 13 franjas alternas rojas y blancas de la bandera representan las 13 colonias originales.

Moneda: El dólar \$ ha sido la moneda oficial del país desde 1792.

Religión: Estados Unidos es oficialmente un Estado aconfesional.

Forma de Estado: República Federal Constitucional con un sistema presidencialista.

División Administrativa: EE.UU. está compuesto por 50 estados, un distrito federal y estados asociados o no incorporados

- **España**

Nombre oficial: Reino de España.

Superficie: 505,370 km². Límites territoriales: limita al norte con

Francia, con el Principado de Andorra y con el Mar Cantábrico; al este limita con el Mar Mediterráneo; al oeste limita con

Portugal y con el océano Atlántico; y al sur, separado por el Estrecho de Gibraltar y el Mar de Alborán, limita con la costa norte de Argelia y Marruecos.

Población: 46.866 millones de habitantes

Capital: Madrid



Idioma: El Artículo 3 constitucional establece que el castellano es la lengua oficial del Estado.

bandera de España: reconocida oficialmente como la enseña nacional, es uno de los símbolos más importantes del país. Está compuesta por tres franjas horizontales: una roja en la parte superior, una amarilla (gualda) en el centro y otra roja en la parte inferior. La franja amarilla es el doble de ancha que cada una de las franjas rojas.

Moneda: euro

Religión: católica romana (68.9%), ateos (11.3%), agnóstica (7.6%), otras (2.8%), no creyentes (8.2%) y sin especificar (1.1%).

División administrativa: la Constitución española establece que el Estado está organizado en municipios, provincias y Comunidades Autónomas.

Forma de Estado: Monarquía Parlamentaria basada en la democracia.² Es un Estado unitario compuesto por 17 comunidades autónomas y 2 ciudades autónomas (Ceuta y Melilla) con diversos grados de autonomía.

- **Canadá**

Nombre oficial: Canadá

Superficie: 9.984.670 km², Se encuentra situado al extremo norte del continente americano. Limita al sur con Estados Unidos, al norte con el Océano Glaciar Ártico, al este con el



Océano Atlántico, y al oeste con el Océano Pacífico y Estados Unidos (Alaska).

Comparte 8.893 km de frontera con Estados Unidos, único país con el que limita por tierra.

Población: 40.490.597 habitantes.

Capital: Ottawa

Idioma: Las lenguas oficiales de Canadá, según la Constitución, son el inglés y el francés

Moneda: La moneda es el dólar canadiense y su cambio oficial respecto al euro y al dólar en la fecha de redacción.

Religión: La religión más practicada es la católica (29,94%), existiendo otros diversos credos cristianos (23,38%); así como otras religiones propias de las distintas minorías (musulmanes (4,88%); budistas (0,98%,); judíos (0,92%); así como un 34,62% que declaran carecer de religión

División administrativa: La estructura territorial se divide en diez provincias y tres territorios. Las provincias se distinguen geográficamente: las seis provincias atlánticas son Nuevo Brunswick (capital Fredericton); Nueva Escocia (capital Halifax); Isla del Príncipe Eduardo (capital Charlottetown), Terranova y Labrador (capital St.John's); Quebec (capital Ciudad de Quebec); y Ontario (capital Toronto).

Forma de Estado: Como miembro de la Commonwealth, Canadá es formalmente una monarquía constitucional, siendo su jefe de Estado, Su Majestad el Rey Carlos III de Inglaterra. Se constituye además como un Estado federal dotado de un sistema político democrático parlamentario.

- **Japón**



Nombre oficial: Japón (Nipón / Nihon).

Superficie: 377.973 km², archipiélago formado por 6.852 islas, de las cuales sólo unas 400 están habitadas. Las principales son: Hokkaido, Honshu, Shikoku, Kyushu y Okinawa. Sin fronteras terrestres, Japón se encuentra entre el océano Pacífico y el mar de Japón, al este de China, Rusia y la península coreana.

Población: 124.913.000 habitantes.

Capital: Tokio (14,08 mill). Región metropolitana Tokio: 37,2 mill.

Idioma oficial: japonés.

Religiones principales: sintoísmo 70%, budismo 70% (muchos pertenecen a ambas religiones), cristianos 1,5%.

Moneda: yen, equivalente en pesos colombianos es 33.00 peso colombiano

Forma de Estado: monarquía parlamentaria.

División administrativa: 47 prefecturas.

6.2.2 El País seleccionado (País destino)

En base a lo anterior permitió poder identificar a que países tiene más posibilidad de ser grandes compradores, anterior mente mencionados, por sus canales de distribución, facilidad y rapidez, además los potenciales de la demanda, por otro lado, sus diferentes tratados y sus beneficios lo que genera ventajas positivas para los compradores. Es por eso por lo que, se escoge para este proyecto el país de Canadá, debido a su alto potencial de adquisición que se ha presentado después de la post pandemia debido a sus cambios alimentarios.

CANADÁ

Canadá, situada en América del Norte, tiene una superficie de 9.879.750 Km², así pues, es uno de los países más grandes del mundo.

Canadá, con una población de 40.097.761 personas, se encuentra en la posición 37 de la tabla de población, compuesta por 196 países y mantiene una muy baja densidad de población, 4 habitantes por Km². Su capital es Ottawa.

6.2.2.1. Entorno Económico

La moneda oficial de Canadá es el dólar canadiense (CAD). Es una de las 10 economías más importantes del mundo, con un Producto Interno Bruto (PIB) nominal en 2023 de aproximadamente 2.22 billones de dólares canadienses, posicionándose en el puesto 10 a nivel mundial. En términos de consumo, el consumo per cápita en Canadá fue de aproximadamente 40.000 USD en 2023, lo que refleja el alto nivel de vida y el poder adquisitivo de sus habitantes.

El país también destaca por su estabilidad económica, con un mercado laboral robusto y un sistema bancario bien capitalizado. En cuanto a la inflación, la tasa de variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) en julio de 2024 fue del 2,5%, lo que se encuentra dentro de los niveles objetivos establecidos por el Banco de Canadá. En términos de deuda, la deuda pública canadiense es considerable, alcanzando en 2022 los 2.178.253 millones de euros, lo que representa un 107,38% del PIB, uno de los niveles más altos con relación al PIB mundial. A pesar de ello, Canadá sigue siendo un destino atractivo para la inversión, debido a su estabilidad política y su economía diversificada.

En cuanto a su comercio exterior, Canadá mantiene acuerdos de libre comercio con diversos países, lo que facilita la exportación de productos como petróleo, minerales, y productos agroindustriales. Las políticas económicas de Canadá están enfocadas en el crecimiento sostenible, la innovación tecnológica y la transición hacia una economía verde. (Datosmacro.com, s.f.)

6.2.2.2. Entorno Tecnológico

Canadá es el lugar donde las nuevas tecnologías se hacen realidad. Es donde el talento, el conocimiento y la creatividad se combinan para definir el futuro. La innovación es un factor indispensable para que Canadá siga siendo un líder mundial y

un destino favorito para la inversión extranjera. La innovación es la base de la competitividad de los productos y servicios canadienses y abre las puertas a nuevos mercados y oportunidades.

6.2.2.3. Entorno Político

Canadá es un estado federal miembro de la Comunidad Británica. La reina Isabel II está representada por el gobernador general Adrienne Bing Chee Clarkson (1999). Jean Chrétien, primer ministro y jefe de gobierno. El sistema de gobierno es parlamentario. El Senado tiene 104 miembros y la cámara de los Comunes 301.

Forma gobierno: confederación con Democracia parlamentaria Poder legislativo

Parlamento Bicameral

Sistema legal: basado en la ley común inglesa, excepto en Quebec, donde prevalece el sistema basado en las leyes civiles francesas, acepta la jurisdicción de la Corte Internacional de Justicia con reservas

Senado: corporación cuyos miembros son elegidos para servir hasta los 75 años, por el gobernador general con el asesoramiento del primer ministro, normalmente son 104 senadores. (Canadá, comisiones, s.f.)

6.2.2.4. Entorno Ambiental

Canadá tiene una amplia variedad de climas. Las corrientes oceánicas desempeñan un papel importante, ya que tanto las aguas cálidas de la Corriente del Golfo en el Atlántico como la Corriente de Alaska en el Pacífico afectan el clima. Los vientos del oeste, que soplan desde el mar hacia la tierra, son las corrientes de aire predominantes en el Pacífico y traen a la costa de Columbia Británica fuertes precipitaciones y temperaturas moderadas en invierno y verano. En el interior,

los Grandes Lagos moderan el clima tanto en el sur de Ontario como en Quebec.

En el este, la fría Corriente del Labrador se encuentra con la Corriente del Golfo a lo largo de la costa de Terranova y Labrador, enfriando el aire y causando niebla frecuente. Las masas de aire húmedo del Pacífico provocan enormes cantidades de lluvia orográfica (causada por las montañas) en la costa oeste y las zonas montañosas. Varios lugares a lo largo de la costa de Columbia Británica reciben cantidades anuales superiores a 100 pulgadas (2500 mm). (Britannica, s.f.)

6.2.2.5. Entorno Cultural

Canadá es un país multicultural y diverso. La mayoría de los canadienses son de ascendencia europea, principalmente descendientes de los primeros colonos franceses y británicos, así como de posteriores inmigrantes llegados del este y el sur de Europa.

Canadá tiene dos idiomas oficiales: inglés y francés. El inglés es el idioma nativo del 59% de la población y el francés del 22%. Mientras que la mayoría de los francófonos canadienses viven en la provincia de Quebec, hay comunidades francófonas más pequeñas repartidas por todo el país. Al ser un país grande, cada región posee peculiaridades diferentes, tiene sus propias costumbres y su sentido de identidad.

La región marítima en el este del país es muy diferente a la Columbia Británica en la costa oeste, y la francófona Quebec es considerada más «europea» que el resto de Canadá. (dreamcanada , s.f.)

6.2.3 País de Origen (Colombia)

Colombia es un país que se caracteriza no solo por su diversidad natural, sino también por sus recursos naturales, geografía, multiculturalidad y multirracial.

Este país es el resultado de la unión de culturas en la época de la conquista, por lo que las tradiciones en las regiones se encuentran representadas en los muchos dialectos, bailes, colores, sonidos y sabores.

Colombia se encuentra situado en la esquina noroeste de América del Sur.

Esta cubre tanto el norte como en los hemisferios sur. La ciudad capital de Colombia es Bogotá. La superficie de Colombia es de 2.129.748 km², de los cuales 1.141.748 km² corresponden a su territorio continental y los restantes 988.000 km² a su extensión marítima, de la cual mantiene un diferendo limítrofe con Venezuela y Nicaragua.

Limita al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador y al noroeste con Panamá; en cuanto a límites marítimos, colinda con Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Jamaica, Haití, República Dominicana y Venezuela en el mar Caribe, y con Panamá, Costa Rica y Ecuador en el océano pacífico

6.2.3.1 Entorno Económico

La moneda oficial de Colombia es el peso colombiano (COP). En los últimos años, la economía colombiana ha enfrentado varios desafíos, como los desequilibrios macroeconómicos, la inflación elevada y los déficits fiscales y externos que surgieron a raíz de la recuperación económica posterior a la pandemia. En 2023, el crecimiento del PIB de Colombia fue de un modesto 0,6%, reflejando los efectos de la incertidumbre política y la necesidad de retirar las medidas de estímulo económico implementadas durante la crisis sanitaria.

A pesar de los desafíos económicos, Colombia sigue siendo un país con un alto potencial de crecimiento en América Latina, debido a su ubicación estratégica y sus

recursos naturales. En 2023, el consumo per cápita en Colombia fue de alrededor de 5.000 USD, una cifra relativamente baja en comparación con economías más avanzadas, pero que refleja un mercado en desarrollo con un creciente poder adquisitivo, especialmente en las grandes ciudades.

El nivel de inflación en Colombia también ha sido un tema relevante, con tasas de inflación superiores al 10% en años anteriores, aunque en 2023 comenzó a moderarse, con una estimación del 7,5% al cierre del año. Además, la tasa de pobreza en el país sigue siendo un desafío importante, con un estancamiento en los esfuerzos por reducirla. El mercado laboral presenta mejoras limitadas, y aunque la tasa de empleo ha mostrado algunos avances, las condiciones laborales informales continúan siendo un problema significativo. Colombia también enfrenta problemas de deuda pública, con un déficit fiscal estructural y un nivel de deuda externa creciente, aunque el gobierno continúa trabajando en reformas fiscales y la mejora de la competitividad en el mercado global.

Ambos países, aunque enfrentan retos económicos diferentes, tienen un papel importante en el comercio internacional. Canadá se beneficia de su alto nivel de consumo y estabilidad económica, mientras que Colombia, a pesar de los desafíos, sigue siendo un mercado clave para la región de América Latina. (Ceballo, 2024)

6.2.3.2. Entorno político

Colombia comprende 32 departamentos y el distrito especial de Bogotá, capital del país desde su descubrimiento. Según la Constitución de 1991, es una República dividida en tres poderes independientes: ejecutivo, legislativo y judicial.

El presidencialismo colombiano ha generado una concentración del poder en manos del ejecutivo queda reafirmada con la Constitución de 1991. El presidente de la

república es el jefe de estado, de gobierno y suprema autoridad administrativa tal y como indica la Constitución de 1991, El legislativo está formado por dos cámaras: la Cámara de Representantes con 161 miembros y el Senado con 102 y La rama judicial la forman la Corte Constitucional, la Corte Suprema de Justicia, el Consejo de Estado, el Consejo Superior de Judicatura, la fiscalía general de la Nación, los tribunales y jueces civiles y militares. A la vez, el Congreso también podrá ejercer determinadas funciones legislativas. (Análisis Colombia)

6.2.3.3. Entorno tecnológico

La tecnología en Colombia ha venido creciendo en los últimos años, tanto así que actualmente este sector ocupa una parte importante en el producto interno bruto (PIB) y en el mercado laboral del país.

Colombia fueron bastante positivos, pues subió en la calificación al ocupar el puesto 63, en comparación del 2021 cuando se ubicó en el puesto 67.

Adicionalmente, el país ocupó el puesto 15 entre los 36 países de ingreso medio-alto y la cuarta posición entre las 18 economías de América Latina y el Caribe.

Lo anterior se debe a que Colombia obtuvo un desempeño por encima del promedio de los países de ingreso medio-alto en tres de los siete pilares analizados; infraestructura, sofisticación empresarial, e instituciones. (DataCredito Experian, 2024)

6.2.3.4. Entorno ambiental

Colombia es un país bañado por agua. Con 44% de los páramos de Sudamérica, cinco vertientes hidrográficas, 30 grandes ríos, 1.277 lagunas y más de

1.000 ciénagas, es un país anfibio. En este contexto, Colombia ha liderado un papel protagónico en la conservación de dichos ecosistemas. (WWF , 2023)

Colombia es un país rico en ecosistemas, fauna y flora. Tiene el número más grande de especies en flora y fauna del planeta. Hay más de 1.800 especies de aves, que van desde el cóndor de los Andes hasta el colibrí. Los jardines botánicos colombianos han clasificado más de 130 mil plantas.

Por su gran biodiversidad natural, Colombia cuenta con plantas y árboles de acuerdo con sus climas y regiones, un ejemplo de ello es que en tierras calientes y de lluvia constante, crecen árboles altos y de follaje siempre verde. Abundan las enredaderas leñosas y las epífitas, es decir, plantas que viven dentro de otras plantas.

En regiones más húmedas y de mayor extensión selvática, como en la costa del Pacífico, -donde está el departamento del Chocó, la Amazonía, el Catatumbo, el Valle Central del Magdalena y las vertientes bajas de las cordilleras central, oriental y occidental, - la vegetación es numerosa. Hay gran variedad de especies y es rica en árboles que son utilizados por su madera para hacer muebles, como la guadua, pino, cedro, caoba, roble y nogal.

6.2.2.5. Entorno Cultural

Colombia es hoy un país multiétnico y pluricultural, donde conviven los vestigios del pasado precolombino, la herencia colonial y las comodidades del mundo moderno. Puede presumir de la pervivencia de 87 pueblos indígenas que hablan 65 lenguas distintas pertenecientes a 13 ramas diferentes. En Colombia se dio la mezcla de tres culturas tras la Conquista: indígenas americanos, europeos —españoles, en su gran mayoría— y africanos. Como resultado, surgieron los mestizos (descendientes de amerindios y blancos), mulatos (descendientes de negros y blancos) y zambos (descendientes de amerindios y negros) (Procolombia, 2023)

La gastronomía es una expresión más de esa diversidad con ciertos rasgos comunes a todo el territorio. El maíz es uno de los ingredientes fundamentales de la cocina colombiana debido a la herencia indígena. Las arepas, unas tortas de harina de maíz, son uno de los platos más conocidos, tanto dentro como fuera de sus fronteras.

Las frutas también tienen una importante presencia en la dieta de los colombianos. La variedad es tan extensa que algunas no son conocidas fuera del país, e incluso las hay que se consumen solo en determinadas regiones.

En literatura, Gabriel García Márquez (1927-2014), nacido en Aracataca, ha sido de los grandes escritores a nivel mundial y el único colombiano ganador de un premio Nobel de literatura, específicamente, en 1982 por su majestuosa obra Cien años de soledad. Se le considera el creador del realismo mágico.

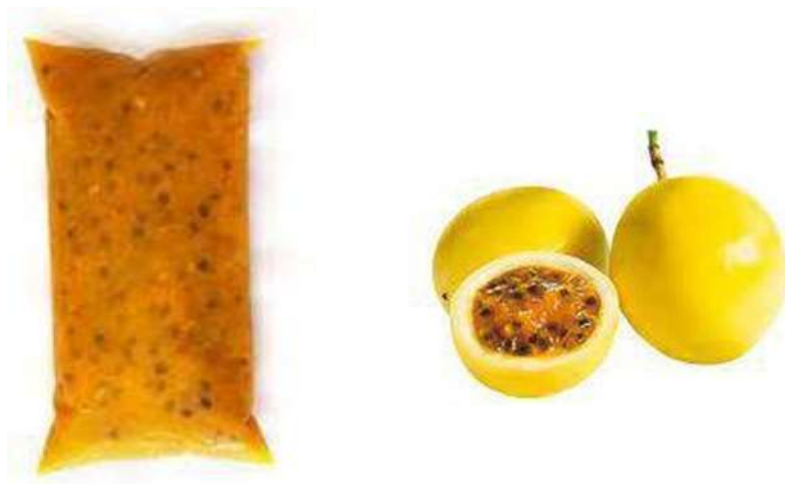
En cuanto a arte, Fernando Botero Angulo (1932-) es considerado el pintor y escultor colombiano más reconocido. Su estilo tan representativo, conocido como Boterismo, representa a personas grandes. Sus pinturas se encuentran en las galerías más importantes del mundo y sus esculturas en lugares icónicos de diferentes destinos.

6.3. Producto

El producto para comercializar en el exterior son pulpas de Maracuyá provenientes del Departamento del Valle del Cauca, que es una de las regiones colombianas conocida por la calidad de sus frutas. Estas pulpas de maracuyá permiten mantener su sabor y su durabilidad del producto, ya que facilita en la conservación y distribución, que son perfectos para las industrias alimenticias y los consumidores.

6.3.1 Portafolio de Productos

PULPA DE MARACUYÁ



6.3.2. Generalidades y/o Características del Producto a Exportar

La pulpa de fruta o también conocido como pure de fruta, que se obtiene a través del proceso de separación del interior de la fruta con la cascara o corteza dejando solo su pure, sin embargo, a pesar de dicha separación esta pulpa conserva todos sus nutrientes. La Pulpa de maracuyá que es derivada de la fruta maracuyá o también conocida como *Passiflora edulis* var. *Flavicarpa*. Esta fruta es distinguida no solo por su sabor equilibrado entre lo dulce y ácido, sino también por su gran aspecto físico característico al notable color amarillo intenso y su textura viscosa en su interior con unas pequeñas semillas negras, que son perfectos para la combinación entre la acidez, lo cítrico y lo dulce, la convierte en una fruta alta mente atractiva para utilización como jugos, salsas, postres y entre otros de las industrias alimentarias.

El maracuyá cuenta con una cantidad de nutrientes que son conservados en su proceso de transformación, de las cuales son, fuentes ricas en vitamina A que ayuda en la estimulación de producción de glóbulos blancos y vitamina C que fortalece el sistema inmune, minerales esenciales como el potasio y magnesio, lo que contribuye a la salud. Este proceso de la pulpa esta creado con el fin de conservar sus nutrientes sin la

utilización de químicos o demás y así garantizar la durabilidad y estabilidad en toda la cadena de suministros, con el respetivo cumplimiento de seguridad fisio sanitario y permaneciendo la calidad de la fruta en la pulpa lo que la convierte en un producto más confiable para exportar y más útil de transportar y utilizar.

6.4 El Mercado Proveedor

El mercado proveedor de maracuyá constituye en un componente fundamental en la cadena de valor de este fruto, que influye directamente en su disponibilidad y calidad. Estos mercados de proveedores son primordiales en la disposición de la materia prima en este caso de la fruta de maracuyá para ser transformada en pulpa destinada y así ser exportada en mercados altamente demandados. Colombia cuenta con unas condiciones climáticas que son perfectas para la cosecha de esta fruta al igual que unas tierras altamente fértiles que les facilita su producción, sin embargo, en algunos de los departamentos colombianos es más significativo las cantidades de toneladas en las cosechas por su alta participación, como lo son: el Meta, Antioquia, Santander y Arauca, estos siendo los de mayor abastecimiento de esta fruta con un 78,38%, según las últimas cifras expuestas por el DANE, además también menciona otros departamentos pero con menores cantidades son el Valle del Cauca con un 7% , Santander con el 4%, Huila con 4% y Nariño con un 2% (Maracuya: su precio y su mercado., s.f.).

Las zonas de producción tienen una gran variabilidad de sus tierras lo cual facilita su desarrollo, como la zona occidente del país encontrados especialmente los departamentos de Antioquia y Boyacá, que cuenta con un área para cosecha de maracuyá de 4.861 M2, con el rendimiento de 14.8 Ton / Ha y una producción de

63.011 Ton, la zona de llanos orientales específicamente departamento de Meta que cuenta gran superficie de área lo que permite producir la misma cantidad de producción y rendimiento que en la zona occidental, por otra parte en las partes bajas del país, es decir, zona sur del departamentos como Valle del cauca y Nariño cuentan con áreas de aproximadamente 2.085 m² que cuentan con un rendimiento de 11.1 Ton/a y con una producción de 19.412 Ton, que es un valor al considerar por su diferenciación de áreas y con base a ello su rendimiento, finalmente en la zona de Colombia que están los departamentos de Tolima, Huila y Cundinamarca que cuenta con un área de 7.402 m², con su rendimiento de 11.62 Ton/ Ha y su producción de 67.196Ton y rendimiento de 11.62 . (Noreña, 2021)

Estos son los departamentos que considerar porque son aquellos que promueven la materia prima en este caso el maracuyá por su gran volumen de producción y con esto facilitar el proceso de despulpado, es por ello que para este proceso de comercialización de pulpas de fruta se seleccionó como una empresa, Agro avanza, encargada de utilizar prácticas de agricultura responsables que garantiza la sostenibilidad y calidad en la comercialización y producción de insumos agrícolas.

Agro avanza es una empresa que no solo comercializa productos agrícolas, también ofrece servicios de capacitación y apoyo en todos los aspectos técnicos para los agricultores o industrias que buscan especializarse sobre estos temas, abarcados en el manejo de los recursos, en el inicio de cosecha, productividad, entre otros.

Esta industria seleccionada como mercado proveedor por su alto reconocimiento del mercado debido a la gran capacidad en los tamaños de ventas de sus productos, lo convierte en una empresa confiable y segura para su selección de compra. Ella es

aquella que dispondrá de los recursos suficientes para la entrega oportuna de la fruta de maracuyá para ser transformada y comercializada.

6.5 El Mercado Potencial Objetivo

6.5.1 La Población Objetivo

La población objetivo para la exportación de pulpas de maracuyá se centra especialmente en cadenas de grandes supermercados que son aquellos que importan productos para venderlos al detal a los consumidores, entre esas están Loblaws que es una de las cadenas más grande canadiense que ofrece una alta gama de productos alimenticios y Sobeys Inc, entre otras. Estas son unos ejemplos, ya que son dos de las más grandes cadenas que predominan en Canadá y que cuenta como mínimo de 100 sucursales en todo el país.

Por otro lado, otra población a enfocar son las industrias alimenticias y bebidas, es decir todas aquellas empresas que requieren de materia prima para la elaboración de sus productos, utilizando la pulpa de maracuyá para elaboración de jugos, salsas demás productos, son una de las poblaciones objetivas para vender y crear alianzas con este tipo de empresa, por último, las tiendas de productos orgánicos y saludables o las cadenas de restaurante.

Estos nichos de mercados seleccionados se toman principalmente en cuenta por sus grandes cantidades de ventas, de utilización y sus facilidades para llegar precisamente a ese abastecimiento de esta fruta, independientemente del comprador y su transformación o utilización.

6.5.2 Tendencias y Comportamiento del Consumidor

En los últimos años después de la aparición del Covid- 19, el mercado canadiense experimenta un notable cambio en los hábitos de consumo, debido a la alta preocupación del cuidado en la salud. Esto se debe al interés por parte de los consumidores quienes desean adoptar y mantener un estilo de vida saludable a razón de la edad promedio de la población, que es mayor, así como los altos índices de inmigrantes en el país, en los últimos pronósticos en el 2024 el tamaño del mercado por los primeros seis meses del año presento un tamaño del mercado bastante elevado, se pronostica que para el 2029 exista un incremento de necesidad del sector de frutas y verduras en Canadá.



Como resultado de esta necesitada, optan por el consumo de fruta porque les generan altos valores y beneficios nutricionales, además de experimentar el gusto por probar frutas nuevas, que son pocas oferentes en el mercado canadiense. Canadá al ser un país que cuenta con unas duras condiciones climáticas, que es extremadamente

frio impide la producción y restringe el crecimiento en el mercado, dado que en su etapa de crecimiento es muy corta los pocos productos del sector agrícola que puede producir presenta fluctuaciones en su mayoría algunas disminuye su producción, según las últimas cifras registradas , la Organización para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la producción de arándanos disminuyó de 176.155 mil toneladas métricas en 2019 a 146.370 mil toneladas métricas en 2020. Así, para alcanzar la autosuficiencia y satisfacer el aumento de la demanda, el país Importa principalmente frutas y verduras. (mordorintelligence, s.f.). Además, de la deficiencia que se encuentra en Canadá debido a su capacidad productiva limitada y falta personal que cuente con experiencia en el proceso de productividad de productores.

A pesar de esto, el aumento de conciencia en la salud por parte de los consumidores genera intereses positivos para los productores y proveedores extranjeros e intereses en las industrias nacionales, debió al potencial de este mercado, puesto que esta demanda busca estrategias en sus alimentaciones por una gran variedad de productos orgánicos y además de que sea de muy fácil elaboración, que requieran menor tiempo en la preparación y contados con múltiples usos.

6.5.3 Requisitos del Consumidor del País de Destino

El mercado de pulpa de fruta en Canadá está regulado por normas de calidad y seguridad alimentaria establecidas por la ACIA. Las normas garantizan que los productos de pulpa de fruta cumplan con los requisitos de seguridad, incluido el etiquetado y la trazabilidad adecuados (6Wresearch, s.f.).

La entrada de mercancías de productos agrícolas a Canadá requiere de una serie de condiciones que son importantes para la seguridad y salud por parte de los consumidores, estas son fundamentales para poder cumplir con las normas

establecidas por las autoridades canadienses. En primer lugar, se deben tener en cuenta, las normativas de seguridad alimentaria del ACIA (Canadian Food inspection Agency) encargada del cumplimiento de las normas y obligaciones establecidas para el cuidado de la seguridad alimenticia de frutas y verduras importadas a Canadá, en cuestión de ser una pulpa de fruta en este caso la maracuyá deben de cumplir con lo establecido de empaques, embalajes, calidad y adecuado etiquetado, que incluya información básica como, la fecha de caducidad y la información nutricional en inglés y francés, además de ser un producto de alimentación deben contar con reglamentos de protección fitosanitaria, requeridos a la certificación fitosanitaria. Los consumidores canadienses se enfocan en productos alta mente protegidos, son fuerte llamativos aquellas practicas sostenibles y orgánicas.

Por otro lado, es importante considerar los factores que los consumidores canadienses consideran al momento de realizar sus compras. Estos incluyen aspectos como el gusto, el color y textura del producto, su preferencia por productos que estén altamente protegidos y que sean utilizados por prácticas sostenibles y orgánicas lo que las convierte en muy relevantes en dicho mercado, porque recalcan la calidad y la responsabilidad ambiental.

Estos abarcados en las preferencias del consumidor en el momento de su compra, de las cuales entran

- Presentación: Incluyentes del empaque, tamaño y color
- Contenido nutricional: los consumidores buscan frutas con un alto potencial vitamínico y mineral, al mismo tiempo que son conscientes de los azucares añadidos, priorizando un estilo de vida saludable, por eso que es fundamental para ellos estar presente la tabla nutricional.

- Precio: buscan las diferentes fluctuaciones de precios y valoran las mejores recomendaciones para asegurarse de que obtienen la mejor relación entre calidad-precio (MDPI, 2023)

6.6 Mercado Competidor

El mercado competidor, este compuesto por todas aquellas empresas que producen y comercializan pulpas de fruta en este caso de maracuyá alrededor del mundo.

6.6.1 Países Exportadores del Producto

En el mercado internacional de maracuyá representa una intensa actividad comercial en el sector de exportación de la fruta de maracuyá, debido a su alto potencial de demanda, Según los datos de Exportación Global de Volza, el mundo exportó 28.981 envíos de maracuyá desde marzo de 2023 hasta febrero de 2024 (TTM). Estas exportaciones fueron realizadas por 3.489 exportadores a 5.456 compradores, lo que marca una tasa de crecimiento del 48 % en comparación con los doce meses anteriores. En este período, solo en febrero de 2024, se realizaron 1.982 envíos de exportación de maracuyá a nivel mundial. Esto marca un crecimiento interanual de -9 % en comparación con febrero de 2023, y un crecimiento secuencial de -33 % con respecto a enero de 2024.

La mayor parte de las exportaciones de maracuyá del mundo se destinan a Estados Unidos, Países Bajos y Ucrania. A nivel mundial, los tres principales exportadores de maracuyá son Vietnam, Colombia y Perú . Vietnam lidera las

exportaciones mundiales de maracuyá con 27.629 envíos, seguido de Colombia con 16.933 envíos y Perú ocupa el tercer lugar con 12.271 envíos (Volza, 2024).

6.6.2 Procedencia del Producto en el País Destino

Las industrias alimentarias han experimentado recientemente un crecimiento positivo para los países proveedores, que son impulsados por la fuerte demanda del mercado, en este caso las frutas no son la excepción, puesto que, se han convertido en productos claves y fundamentales a la vista de muchos países compradores. Estos países compradores son recalcados por su alta capacidad de poder adquisitivo, por su carecían para suplementar las necesidades y preferencias de su demanda, entre ellos esta Canadá, como un mercado de abastecimiento en alimentos orgánicos que son importantes para su alimentación saludable. Este mercado se adopta por conocer y destacar las productos frescos y exóticos, que son apreciados por su distintivo color y propiedades nutritivas, en tal caso el maracuyá proveniente de diversas regiones productoras alrededor del mundo, quienes son aquellos que se presenta como fuerte competencia y promueven grandes cantidades de esta fruta en sus diferentes presentaciones para la venta.

Los principales exportadores que abastecen a Canadá, se encuentran países tales como,

- Ecuador: con una participación en las importaciones desde Canadá del 7,83% y en exportaciones mundiales del 5,86%
- México: Su participación en las importaciones desde Canadá del 10.88% y en las exportaciones mundiales de 1.98 %.

- Perú: participación en las importaciones desde Canadá es del 7;47 % y su participación en las exportaciones mundiales de 2.78%
- China: participación en las importaciones desde Canadá es del 7.74% y su participación en las exportaciones mundiales es de -4%.
- Viet Nam: cuenta con una participación en las importaciones desde Canadá de 11.09% y participación en las exportaciones a nivel mundial 16,94%
- Estados Unidos: Cuenta con una participación en las importaciones desde Canadá de 26.79 % y su participación en las exportaciones mundiales de 1,95 %. (TRADEMAP, 2023)



El mercado de fruta exóticas tiene una participación importante en este país, puesto que cuenta con grandes oferentes de dicho producto, que son directamente productores o países comercializadores de este producto.

6.6.3 Los Precios Internacionales del Producto.

El mercado del sector de pulpas de fruta cuenta con unas variaciones en sus precios, que es dependiente por la cantidad de abastecimiento de la demanda de dicha fruta. Las fluctuaciones de los precios esta abarcada con los países que más importan dicho producto y el valor por unidad de toneladas que se encuentran en dólares estadounidenses

Estos valores son expuestos según la página (ITC, 2023) “TRADE MAP2, que refleja las estadísticas del comercio exterior más reciente y permite identificar estos datos en este caso precios de toneladas de las pulpas de fruta y así tener una base fuerte e importantes en todo este estudio de exportación de pulpa de fruta.

El precio unitario promedio en USD, del top de países más demandantes de dicho producto, basados los valores entre USD 1.755 – USD 5.922, su precio promedio de para esta fruta por unidad es de USD 2.160.

SA4	Importadores	Valor importado en 2023 (miles de USD) ▼	Saldo comercial 2023 (miles de USD) i	Cantidad importada en 2023	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) i	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2019-2023 (%) i
	Mundo	7.315.503	-292.950	0	No medida		10
▣	Estados Unidos de América i	1.349.858	-1.080.952	585.709	Toneladas	2.388	13
▣	China i	1.181.432	-974.889	199.483	Toneladas	5.922	39
▣	Alemania i	813.808	-464.209	310.285	Toneladas	1.978	1
▣	Francia i	458.482	-418.885	181.877	Toneladas	2.510	6
▣	Canadá i	341.116	182.405	158.903	Toneladas	2.147	7
▣	Bélgica i	299.693	-45.030	154.124	Toneladas	1.944	7
▣	Japón i	288.190	-288.028	88.848	Toneladas	3.244	6
▣	Países Bajos i	282.151	-3.901	144.550	Toneladas	1.952	3
▣	Polonia i	231.375	402.627	128.308	Toneladas	1.803	9
▣	Reino Unido i	202.702	-195.883	74.907	Toneladas	2.708	0
▣	Australia i	179.544	-177.618	51.472	Toneladas	3.488	6
▣	Tailandia i	178.971	583.945	73.059	Toneladas	2.422	57
▣	Corea, República de	161.505	-168.577	63.640	Toneladas	2.538	14
▣	Austria i	149.098	-110.648	63.936	Toneladas	2.332	3
▣	Italia i	128.691	-80.559	58.241	Toneladas	2.210	6
▣	España i	91.493	-8.897	0	No medida		9
▣	Suecia i	90.669	-49.117	29.752	Toneladas	3.047	0
▣	Rusia, Federación de	88.288	-79.130	50.298	Toneladas	1.755	7
▣	Suiza i	77.643	-76.897	21.895	Toneladas	3.546	6
▣	Serbia i	60.743	455.560	31.997	Toneladas	1.898	10
▣	República Checa i	56.179	-30.561	25.718	Toneladas	2.184	10
▣	Dinamarca i	52.954	-34.289	19.838	Toneladas	2.669	0

6.7. Canal de Distribución

El canal de distribución para el proceso de exportación de pulpas de maracuyá tiene diferentes redes de distribución que permiten y facilitan el ingreso de mercancías al mercado europeo. Esta exportación requiere de diferentes estrategias eficaces que permitan que el producto llegue de manera oportuna al lugar de destino, ya que son fundamentales para garantizar la eficiencia en los procesos logísticos y la satisfacción del cliente.

En este proceso de exportación de pulpas de maracuyá, al tener una transformación de la fruta anteriormente para convertir en pulpa permite una durabilidad del producto lo que facilita en la cadena de abastecimiento, al igual que, generar ventajas para la selección del medio de transporte, en este caso el medio seleccionado es vía marítima, ya que gracias a la conservación del producto seleccionado permite que permanecer en óptimas condiciones con su respectivo contenedor refrigerado a su temperatura correspondiente, además de los costos y facilidades que permiten que todo este proceso se elabore de manera correcta.

Ruta

La salida de la mercancía es desde el puerto de Buenaventura con la negación por el océano Pacífico, pasado por la costa de Colombia para llegar hacia el canal de Panamá, donde debe cumplir con requisitos cruciales para el respectivo tránsito de la operación internacional, en este caso vía marítima es el DTA que es importante para el respectivo registro de la mercancía al puerto transitorio para el paso en este caso del océano Pacífico y el Atlántico, salida del puerto de Panamá para la ruta del mar Caribe, por las aguas de los países Costa Rica y Nicaragua, hasta llegar al este en EE.UU. aquí es posible que la mercancía entre en algunos de los puertos cercanos al este de estas aguas, como manera transitoria para llegar salir o llegar de manera directa al puerto de Toronto- Canadá.

Este proceso es aquel que facilita de manera óptima el trayecto logístico de la mercancía, lo cual la ruta cabe resaltar es una de las más exequibles por cuestiones de tiempo de entrega y costos, lo que puede tardar entre 15 a 25 días de trayecto internacional que son días que, gracias a la durabilidad del producto en su temperatura requerida, permite mantenerse muy bien y así ser comercializado en el país destino.

Finalmente, para el transcurso de canal de distribución es importante considerar y resaltar que se es clave contar con agentes de aduanas, transportistas y compañías de seguros, al igual que, considerar los procesos requeridos en los procesos de embalaje, documentación, entre otras.



6.8. Estrategias de Mercado y Ventas.

La exportación de pulpas de Maracuyá a Toronto- Canadá, requiere de la implementación de una serie de estrategias de mercadeo y venta bien definidas, ya que, al ser oferentes en mercados europeos tiene como consecuencia una alta competitividad, es por eso por lo que se deben de crear y desarrollar una buena planificación en procesos efectivos que permita poder posicionarse en los mercados de sector agroindustrial.

- Análisis del mercado y demanda: es fundamental realizar un análisis del mercado para identificar nuestro consumidor y nuestra competencia, con base a

esto poder conocer el perfil de cada uno de ellos. Es decir, investigar y analizar nuestra población objetivo y con base a ello, creas las diferentes tácticas para ser diferente a la manera previamente investigada de nuestra competencia.

- Cumplimiento de normativas y regulaciones: conocer las normativas y regulaciones canadienses es fundamental en todo proceso internacional, debió a la importancia que genera realizar todo este proceso de manera legal vigente con el cumplimiento de normas y constancia de certificados que se solicita y que se encuentran expuestas en Canadian Food Inspection Agency – CFIA Y Agriculture and Agri-Food Canada, lo que permite generar confianza y seguridad por parte de la demanda, ya que cumple con lo estipulado presente.
- Estrategias de precio: evaluar los costos que involucran en este proceso es fundamental para establecer un precio competitivo pero que sea de buena claridad, tamaño y ante todo presentación, para los consumidores canadienses, además de crear promociones iniciales comenzar a crear alianzas con nuestros compradores en este caso las cadenas de grandes supermercados o industrias alimenticias. Se identifica los gastos en las materias prima, mano de obra y costos en los procesos de comercio exterior, al igual el precio de la competencia.
- Estrategias de Marketing: En las estrategias de marketing que involucran factores importantes como la presentación e imagen de la marca, tener algo llamativo y orgánico, que sea algo atractivo y sostenible, al ser una pulpa de fruta requiere de un buen empaque donde los consumidores se sientan seguros y que llame la atención, además de utilizar medios de marketing digital , al incremento de utilización de las plataformas digitales es importante porque nos permite darnos a conocer, se trata de la obtención y uso de las diferentes plataformas

con los diferentes productos, tablas nutricionales, proceso de transformación incluso incluir días diferentes maneras , es decir, las recetas posibles que se puede elaborar con nuestro producto, al ser nuestro consumidor principal las cadenas de super mercados o industrias, entre otras , estos medio sean fáciles de adquirir información. Finalmente incluir las diferentes degustaciones sin valor comercial a las industrias y así poder mostrar el factor diferenciar de una fruta y una pulpa.

- **Análisis y adaptación:** es importante reconocer que en todo este proceso internacional se puede presentar diferentes inconvenientes, es por eso que, en cuestiones de venta, utilizar un monitoreo de las ventas y el servicio de post venta con los compradores es importante para reconocer los factores a mejorar según sea la necesidad presente, además de los posibles cambios que se lleguen a presentar
- **Practicas sostenible:** Al ser un producto cuya primera procedencia es del sector agrícola y a pesar de la transformación, el uso de prácticas sostenibles, en los empaques, publicidad de marketing verde, que impulse al cuidado del medio ambiente.
- **Canales de distribución:** este es un factor importante porque en el servicio de movilidad de la mercancía, esto incluye la selección de medio de transporte logísticos correctos que permita que el producto llegue de manera oportuna a nuestro lugar destino y en óptimas condiciones, además que el conocimiento de este canal de distribución permite dar seguridad por ambas partes. Esto trata de realizar un proceso de investigación de rutas óptimas para dicho proceso.

7. El Estudio Técnico

7.1 Localización del Proyecto

7.1.1 Macro Localización

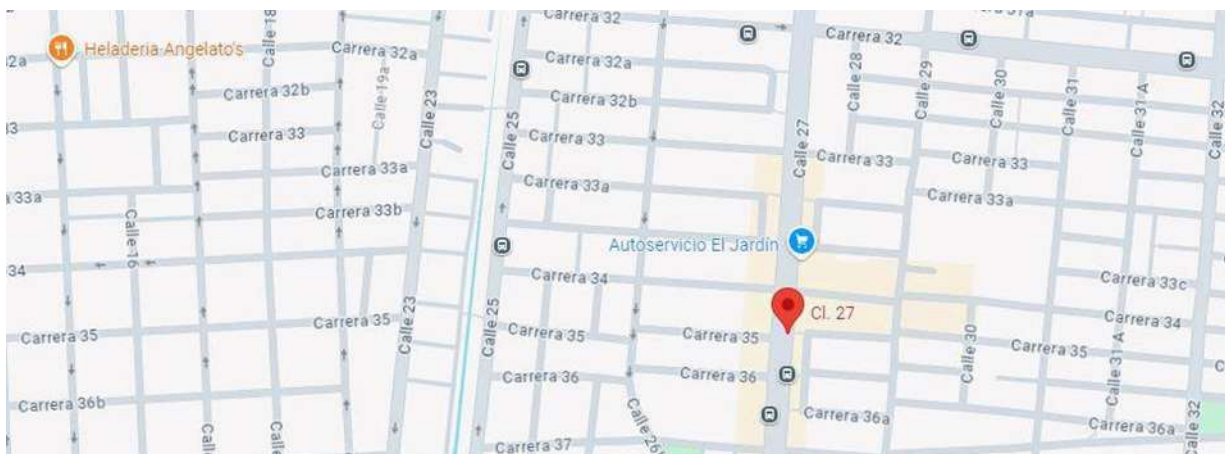
La transformación de esta fruta de Maracuyá para el proceso de exportación, en este caso el vendedor, se encuentra ubicado Colombia en la región noroeste de América del Sur, que se encuentra los límites al norte de Mar Caribe, al este de Venezuela y Brasil, al oeste del océano Pacífico y Panamá y finalmente al sur de Perú y Ecuador. Colombia conocida por la riqueza agrícola gracias a la biodiversidad de las condiciones climáticas, convirtiéndose en uno de los productores de frutas tropicales en el mundo. La producción de maracuyá especialmente se desarrolla en regiones como el Valle del Cauca, que se destaca por los climas óptimos y tierras fértiles.



Canadá como país de compra, es el segundo país más grande del mundo, se encuentra localizado en América del Norte, cuenta con limitaciones en el norte del océano Ártico, al este con el océano Atlántico, al sur con Estados Unidos y finalmente al oeste con el océano Pacífico, su capital es Ottawa y está abarcado en 10 provincias y tres territorios. Canadá cuenta con un clima templado a frío, este país cuenta con un alto poder adquisitivo y creciente demanda de productos frescos y saludables.



7.1.2 Micro Localización



La planta física de la empresa esta distribuida por áreas, debido a que permite el manejo, control y distribución de cada una de las actividades laborales de la empresa, lo que permite que se desarrolla cada una de las actividades de manera óptima.



En primer lugar, el área de recepción y almacenamiento se encarga de recibir los maracuyás frescos de los agricultores locales. Este espacio está diseñado para almacenar los productos en condiciones óptimas de temperatura y humedad, y está dotado con estanterías o pallets para mantener el orden. La cantidad de fruta almacenada varía según la temporada, con una capacidad limitada dada la naturaleza de la microempresa.

En la siguiente área, el área de lavado y corte se encuentra equipada con lavadoras industriales de bajo consumo, que permiten limpiar la fruta de manera eficiente. Esta zona también incluye mesas de trabajo donde los operarios, equipados con guantes y utensilios adecuados, cortan los maracuyás para extraer la pulpa. El proceso de extracción se realiza de forma manual, aunque se utilizan cuchillos especiales para facilitar la labor. La pulpa extraída es transportada a la siguiente etapa de filtrado.

El siguiente espacio es el de filtrado y colado, donde se utilizan coladores o mallas finas para separar las semillas y la pulpa, obteniendo así un producto más limpio y de mayor calidad. En este punto, se realiza también una pequeña inspección para asegurar la calidad del producto antes de continuar.

La pasteurización se realiza en una pequeña sala equipada con un sistema de pasteurización tipo batch, donde la pulpa se somete a altas temperaturas para eliminar bacterias y prolongar la vida útil del producto. Esta etapa es crítica para asegurar que el producto pueda ser exportado sin perder su calidad ni seguridad alimentaria.

Por último, el área de envasado está equipada con máquinas de envasado semiautomáticas, donde la pulpa de maracuyá se envasa en bolsas o envases plásticos, que luego son sellados. Este espacio está organizado para que los trabajadores puedan etiquetar los envases con los detalles del producto (como fecha de fabricación, caducidad, etc.), y prepararlos para su distribución.

En el área administrativa, se encuentran las oficinas de los gerentes y empleados de comercio exterior, en donde se gestionan las ventas internacionales, los contratos de exportación, las relaciones con clientes internacionales y la gestión de trámites aduaneros. Esta área está equipada con escritorios, computadoras, teléfonos y conexión a Internet para facilitar las comunicaciones con clientes y proveedores en el extranjero.

La planta está organizada para maximizar el uso eficiente del espacio y con el cumplimiento de los requisitos básicos de seguridad, higiene y eficiencia en cada una de sus áreas.

7.2. Aspectos Técnicos del Producto

7.2.1 Ficha Técnica del Producto



FICHA TÉCNICA PULPA DE MARACUYÁ



FECHA: 25 FEBRERO 2024

NOMBRE DE PRODUCTO Pulpa de Maracuyá congelada

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Producto pastoso, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido de la desintegración y tamización de la fracción comestible de la maracuyá madura, sana y limpia. (No contiene en su interior semillas)

COMPOSICIÓN DEL PRODUCTO

Pulpa de maracuyá, ácido ascórbico como antioxidante

CARACTERÍSTICAS ORGANOLEPTICAS

- **Color:** Amarillo a naranja
- **Textura:** Suave y jugosa
- **Aroma:** Afrutado, tropical
- **Sabor:** Dulce con un toque ácido

PROPIEDADES

- Alta en antioxidantes, especialmente vitamina C.
- Rica en fibra, lo que ayuda a la digestión.
- Beneficiosa para el sistema inmunológico y la salud cardiovascular.

CARACTERÍSTICAS FÍSICOQUÍMICAS

- **PH:** 2.5 - 3.5
- **Contenido de azúcares:** 12 - 16 °Brix
- **Acidez Total:** Rango: 1 - 2 g de ácido cítrico por 100 g

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL

- **Calorías:** 97 kcal
- **Carbohidratos:** 23.38 g
- **Azúcares:** 11.2 g
- **Fibra dietética:** 10.4 g
- **Proteínas:** 2.2 g
- **Grasas:** 0.4 g
- **Vitamina C:** 30 mg (50% VRN)
- **Vitamina A:** 1276 IU
- **Potasio:** 348 mg

ALMACENAMIENTO

- Un año en condiciones de congelación (-18°C), sin interrupción de la cadena de frío.
- 3 meses en refrigeración.

PRESENTACIÓN COMERCIAL

Bolsa de polietileno en presentación de 1000g (kilo) Coextrucción siete capas de polipropileno y polietilenos de baja densidad especialmente formulado para aplicación de empaque de alimentos

MÉTODOS DE USOS O CONSUMO

- Bebidas (jugos, batidos, cócteles).
- Postres (helados, gelatinas, tartas).
- Salsas y aderezos.
- Productos de panadería

IDENTIFICACIÓN LOTE

El lote se identifica con la fecha de vencimiento así:
Día (números) Mes (letras) Año (números); en las bolsas dicha identificación se hace utilizando tipos.
En idiomas: Español / English

7.2.2. Capacidad de Producción y/o Comercialización por Unidad de

Tiempo

En el proceso de selección de fruta, para ser transformada en pulpa requiere de procesos de:

- Almacenamiento
- Lavado
- Corte y extracción
- Colar y filtrar
- Pasteurización
- Envasado.

Diagrama del proceso.

- 1) Almacenamiento: Se almacenan los maracuyás en condiciones apropiadas para evitar su deterioro y se realiza su selección de uso y pesaje.
- 2) Lavado: Los maracuyás se lavan para eliminar suciedad, residuos o pesticidas, con el personal que cuenta con un equipo de bioseguridad apropiado para su correspondiente uso de prelavado y lavado.
- 3) Corte y extracción: Se corta la fruta y se extrae la pulpa (junto con las semillas) para que quede separada de su correspondiente cascara.
- 4) Colar y filtrar: Se cuela y filtra la pulpa para separar las semillas y obtener una pulpa limpia, sin residuos de las semillas y el 100% de la fruta.
- 5) Pasteurización: Se somete la pulpa a un proceso de pasteurización para eliminar microorganismos y garantizar su seguridad.
- 6) Envasado: Finalmente, la pulpa pasteurizada se envasa en recipientes adecuados para su conservación y distribución.

Se calcula que aproximadamente se requieren entre 3 a 6 maracuyá, dependiendo del peso de la fruta, en promedio una fruta de maracuyá puede pesar entre unos 150g.

Si se tiene seis (6) toneladas de la fruta de maracuyá y se considera que el promedio de un maracuyá de 150g, entonces tendremos:

$$6000 \text{ kg} / 0.15 = 40,000 \text{ unidades de maracuyá}$$

Si se toma en cuenta que aproximadamente se utilizan 5 frutas para fabricar una pulpa de 500 g, es decir

$$40,000 / 5 = 8,000 \text{ pulpas de maracuyá.}$$

Ahora bien, el tiempo determinado para la transformación de la pulpa es determinante al tamaño de su maquinaria, los recursos que dispone la empresa para elaborar este proceso y el personal de apoyo.

Una microempresa que trabaja 8 horas semanales puede fabricar un aproximado de unas 45 a 80 diarias como meta, si $45 * 5$ días laborales por semana = 225 pulpas semanales, lo que equivale en el mes (4 semanas del mes) = 900 pulpas mensuales. Para una mediana empresa estas cantidades diarias puede incrementar en un 30 % es decir, se fabrican aproximadamente 120 diarias, semanales entre 600 a 800 semanales y mensuales, entre 2400 a 3200 paquetes de 500g.

En las macroempresas al contar con una gran capacidad de tecnología en las maquinas especializadas para la trituration y demás, permite generar grandes cantidades de estas pulpas, ya que estas pueden fabricar entre unas 300 a 500 diarias más pulpas de fruta, lo que equivale aproximadamente de 6000 a 10, 0000 mensuales o más.

En el tiempo de las cantidades de fruta por hora es un valor relativo de la empresa, FRUTI PULPA cuenta como una microempresa, lo que es equivalente al terminar todo el proceso de transformación genere 10 a 12 pulpas por hora, donde su meta sea de 80 a 90 diaria, en base a esto semanal sea de 400 a 450, como resultado de esto, con mensual es equivalente a 1600 a 1800 y a anual un equivalente de 19,200 a 21,600.

Se estima vender de un contenedor refrigerado completo cada tres meses llegando a cantidades netas por día y por mes, con el fin de cumplir con la capacidad de llenar un contenedor de 20 pies, además cabe recalcar, que al ser pulpa fruta tiene la manera de acomodar en las correspondientes cajas de medidas de 30*40*40, lo que sería en total pulpas de frutas fabricadas para ser comercializadas.

7.2.3. Unidad de Empaque y Etiquetado para la Exportación

Etiquetado

Para el desarrollo del etiquetado de dicho producto, se quiere de información importante tanto para el vendedor como para consumidor, ya que es imagen principal como portada del producto y de la cual especifica los detalles de esta misma.

El desarrollo del etiquetado de la pulpa se obtiene en cuenta principalmente las normas establecidas del (CFIA) Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos, quien es la principal encarga del cumplimiento de las normas que deben incluir en los alimentos a comercializar en Canadá. Para el etiquetado contiene la siguiente información:

- 1) Nombre del producto: nombre claro “pulpa de maracuyá”
- 2) Lista de Ingredientes: Se especifica la cantidad de los ingredientes, que sería “100% pulpa de maracuyá (100 % fruta), sin aditivos ni conservantes”

- 3) **Peso neto:** se indica el peso en gramos o kilos de la unidad, este debe ser claro y visible, lo cual seria "Peso neto / net Wright: 500 g"
- 4) **Información nutricional:** incluye la tabla detallada con todo el contenido calórico y macronutrientes, de los cuales tendría,
- **Calorías:** 97 kcal
 - **Carbohidratos:** 23.38 g
 - **Azúcares:** 11.2 g
 - **Fibra dietética:** 10.4 g
 - **Proteínas:** 2.2 g
 - **Grasas:** 0.4 g
 - **Vitamina C:** 30 mg (50% VRN)
 - **Vitamina A:** 1276 IU
 - **Potasio:** 348 mg
- 5) **Fecha de Caducidad:** fecha explícita con día, mes, año; en el que sea fecha límite asegurando la frescura del producto.
- 6) **Instrucciones de almacenamiento:** Indica las temperaturas ideales para mantener la frescura de dicho producto, en este caso "Mantener refrigerado entre 2 y 4 °C"
- 7) **Origen del producto:** indica el país de origen, "Producido en Colombia"
- 8) **Alérgenos:** a pesar de la fruta de maracuyá no contener no contener ningún tipo de alérgenos comunes, es importante recalcar al consumidor que no existe ninguno.
- 9) **Código de barras:** lo cual será una ayuda y facilitación para la venta de los comercializadores
- 10) **Idioma:** algunos de los datos del etiquetado estarán en tres idiomas, que son: inglés y Frances como idioma nativo en Canadá, por último, el español.

Empaque primario

El empaque primario, como primer contacto del producto con el consumidor, es fundamental tener uno de gran apariencia y alto atractivo. Para las pulpas de maracuyá, se utilizarán bolsas de polipropileno de (500g).

El material polipropileno, es uno de los mejores en las pulpas de fruta, ya que es resistente a la humedad y a la contaminación, lo que garantiza frescura del producto a pesar del tiempo reservado.

Estas bolsas de poli propeno tiene una medida de dimensiones estándar, es decir, Alto 15 cm, Ancho 10 cm, fondo 10 cm, cuenta con cierre de sistema de sellado hermético, lo que ayuda al sellado de calor, previniendo la entrada del aire y de paso de bacterias. Esta bolsa contara con parte transparente para que el consumidor pueda visualizar el producto y que aumente su necesidad gracias a su atractivo color, además de contar con colores llamativos para su imagen y recalcando esta fruta.



Empaque secundario

En el empaque secundario es el permite agrupar las grandes cantidades de unidades al cuidar, proteger y además facilitar en el manejo y transporte. La pulpa de maracuyá se utiliza cajas de cartón corrugado, que permite reunir los diferentes paquetes en una sola.

Dimensiones: Las cajas están diseñadas para contener múltiples bolsas 500g, optimizando el espacio en la distribución física internacional, de las cuales contará con Altura 30 cm, Ancho 40 cm, 40 cm de fondo, además cumpliendo con los requisitos de las normas ISO en Colombia contará con el símbolo de caja del pingüino (mantener congelado) para ser identificado en su trayecto de transporte y también el de reciclaje que es clave en todo este proceso, así mismo con la correspondiente información del etiquetado de caja con: país origen, país importador, cantidades, peso neto, en ambos idiomas: español / Inglés.



Mantener congelado

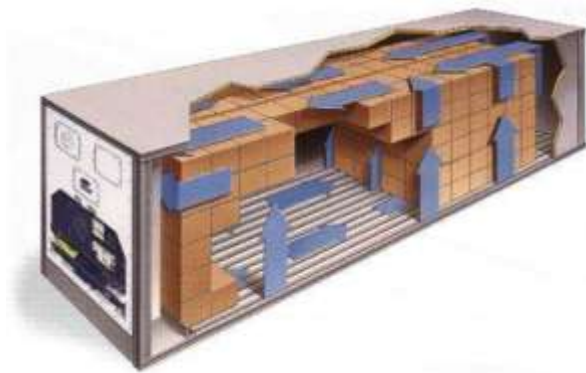


Empaque terciario:

En el empaque terciario se utilizará estibas de madera para el aseguramiento de la mercancía, además de las facilidades de carga y descarga de la misma. Estas estibas son un soporte para la mercancía permanezca inmóvil en todo el trayecto internacional, ya que puede existir posibilidades en este trayecto que genere inconsistencia en todo el transcurso, además de facilitar en la carga y descarga de la mercancía. Las medidas de estas estibas son medidas Américas es decir de 120 cm x 100 cm x 10 cm con el peso de 20,000 g

Embalaje

Encargado de ser el medio para transportar de manera más sencilla en el medio de transporte correspondiente, aquel que agrupa todas las cantidades unitarias y agrupadas de las cajas de cartón corrugado. Se utiliza medio de contener de 20 pies refrigerado, con las medidas de Ancho: 2.29 m, Altura: 2.27 m, longitud: 5.44 m, peso máximo de 30.48 kg



Para el correcto proceso de proceso de empaque y embalaje, se utilizarán en dicho proceso 144 cajas, con 8 pallets que complementan en los correcto en el contenedor, para cada caja tendrá 32 paquetes de pulpa de fruta, es decir

Medidas caja: 30 cm * 40 cm * 40 cm = 48,000 Medidas paquete: 15 cm * 10 cm * 10cm = 1500

$(48,000/1500) = 32$ paquetes en una caja de pulpa de fruta de 500 g

7.3. Unidad Empresarial Exportadora

7.3.1 Tipo de Sociedad

Respondiendo al cumplimiento de las leyes colombianas, enfocada en la ley 1258 de 2008, la empresa enfocada en la transformación y comercialización de la fruta maracuyá a pulpa, se constituirá por acciones simplificadas S.A.S. que se integra a partir del representante legal y un socio, quienes son responsables por cada aporte financiero realizado a la organización y así mismo de la gestión de control.

7.3.2. Razón Social

La empresa encargada de la transformación de frutas en pulpas es Tropi Pulpa S.A.S, este nombre enfocado en la producción y comercialización de pulpas de frutas tropicales en mercados nacionales como internacionales, resaltando la frescura y calidad del producto.



7.3.3. Misión y Visión Empresarial

Misión

Producir, comercializar y distribuir pulpas de fruta naturales de una alta calidad, que contribuyan en la alimentación y bienestar de los consumidores en su alto nivel nutricional, promoviendo un estilo de vida más saludables, con productos que superen las expectativas de nuestros clientes. Comprometidos con prácticas sostenibles que generen respeto al medio ambiente y apoyo a los productores locales, al igual que promover actividades de comercialización oportunas que aportes valores significativos en la economía del país.

Visión

Para el 2030, TROPI PULPA se consolidará como un referente en la fabricación de pulpas de fruta en el sector, destacada por la calidad y la innovación de nuestros productos y nuestro compromiso ambiental, además de cautivar con nuestra presencia en el mercado nacional e internacional. Nos enfocaremos en la mejora continua de nuestros procesos de distribución internacional y desarrollo de productos innovador que superen las expectativas de nuestros clientes y la excelencia de nuestra industria.

7.3.4. Principios y Valores

Principios

- Calidad: Tropi pulpa se compromete a ofrecer productos que cumplan con altas expectativas, garantizando la satisfacción de nuestros clientes en cada compra
- Sostenible: Como primer lugar priorizamos prácticas que sean respetadas con el medio ambiente, utilizando los recursos de manera responsable y para nuestras operaciones que promuevan el desarrollo sostenible.
- Innovación: Fomentamos un ambiente que impulse la creatividad donde se reconozcan y mejore de manera continua nuestros procesos y productos.
- Transparencia: realizar las diferentes operaciones con honestidad y claridad en todos nuestros procesos, que generen seguridad y confianza a nuestros clientes y colaboradores.

Valores

- Responsabilidad: Actuamos por conciencia de nuestras decisiones y acciones que estén relacionadas en los entornos sociales y ambiental.

- Compromiso: cumplir con la información expresada a nuestros clientes, empleados, proveedores y sociedad. Demostrando de la mejor manera posible, entusiasmo y respeto.
- Trabajo en equipo: Promover la colaboración, apoyo y con base a esto, identificar las habilidades blandas de todo el personal para apoyar con el desarrollo de estas mismas y la creación de relaciones interpersonales.

7.3.5 Políticas de Empresa

- *Política de Calidad:* garantizar que todas las pulpas de fruta cumplan con los estándares de calidad correspondientes, a través de los diferentes procesos de gestión de producción.
- *Política Ambiental:* fomentar la sostenibilidad por medio de las practicas amigables con el medio ambiente, donde todas nuestras operaciones minimicen el impacto ambiental y fomenten el uso responsable de los recursos.
- *Política de Cadena de suministro:* optimizar los todos los procesos logísticos sean elaborados de manera eficiente, que cumpla con las normas y documentos requeridos de la fabricación de la pupa de fruta hasta su comercialización.

7.3.6 Organigrama.



7.3.6 Las Necesidades de Personal

En la ejecución correspondiente de TROPI PULPA se requiere de un apoyo en un personal óptimo y eficiente para el desarrollo de las debidas actividades correspondientes, conformadas por un grupo esencial y especializado para cada área desde la producción hasta la comercialización y que sean estos los que impulsen el cumplimiento de las metas.

Para esto se requiere se requiere de un total de 17 colaboradores, de las cuales están distribuidos de la manera:

- jefe por cada área (producción, ventas, contabilidad, recursos humanos)
- 5 operarios. (3 para producción, 1 para ventas)

7.3.8 Perfiles y Funciones del Personal

Gerente General: Es la persona de mayor autoridad de la empresa, responsable de la toma de decisiones de forma estratégica, es aquella que debe de tener los conocimientos fundamentales tales como los administrativos, financieros y de

gestión de recursos humano, y de lo más importante el sector agroindustrial al cual TROPI PULPA se enfoca.

El principal objetivo de esta persona es el guiar y dirigir las diferentes operaciones que se realicen de manera eficiente, asegurar la rentabilidad, productividad y que la empresa genere con el tiempo un crecimiento sostenido.

Funciones diarias:

- Realizar las respectivas supervisiones de los respectivos seguimientos diarios de la efectividad de los procesos por área, donde esto implique el aseguramiento de los objetivos
- Realizar reuniones para conocer a más profundidad los avances de las actividades y resolver los posibles diferentes inconvenientes que afectan a la empresa.
- Tomar diferentes decisiones estratégicas que se ajusten al plan de negocios, además de ser una persona visionara que busque las mejores maneras para enfrentar los diferentes percances que puedan existir.
- Mantener en constante comunicación y buena relación con los proveedores, con las entidades públicas, clientes, que realice una post venta efectiva.
- Realizar constante controles sobre los movimientos que realiza el área contable, donde permanezca al pendiente de conocimiento sobre los flujos de caja

Funciones mensuales:

- Planeación estratégica: crear y evalúa los objetivo y metas a largo plazo de la empresa.

- Revisión de finanzas: realizar los respectivos balances y estados financieros junto con el jefe de contabilidad para ir conociendo la rentabilidad de la empresa.
- Revisión de documentación comercial: Estar al pendiente los cambios de las resoluciones, leyes y demás que sean afectada con la actividad de la empresa, además de los documentos de seguridad alimenticia.

Pago estimado: 3,200,000 mensuales, cabe destacar que este cargo será realizado por los mismos creadores de esta.

Jefe de producción: Es una persona con una responsabilidad que va directamente sobre los procesos de transformación de la fruta en pulpas, la supervisión de las diferentes operaciones de la planta de producción, donde oriente a los colaboradores a la eficiencia, la calidad y seguridad.

Funciones diarias:

- Supervisar todo el proceso diario de producción que garantice el cumplimiento de las metas de cantidad, calidad y seguridad establecidas.
- Coordinar las diferentes actividades de los operarios en la planta, asignando tareas específicas y asegurando el cumplimiento de los estándares de calidad y seguridad.
- Revisar de manera constante el inventario de insumos y materias primas, que se asegure la disponibilidad en cantidades suficientes para la producción diaria, al igual que, estar al tanto cuantas cantidades se gastaron diarias y cuantas en base a esas se fabricaron.

- Cumplimiento de Normas Sanitarias: Asegurar que todos los procedimientos de producción cumplan con las normativas de sanidad y seguridad alimentaria.

Funciones Mensuales:

- Informe de Producción: Elabora un reporte mensual sobre la eficiencia de la producción, incluyendo la cantidad de pulpa producida, el rendimiento de las máquinas, y cualquier inconveniente técnico
- Gestión de Costos: Realiza un análisis de costos de producción, evaluando la eficiencia de los recursos utilizados.

Pago Estimado: Salario Aproximado: COP 2,100,000 mensuales.

Operarios de Producción (3): Es el personal encargado de la ejecución de las diferentes tareas que se deben de realizar en el determinado proceso de transformación de la pulpa. Para la realización de las diferentes actividades de con conocimientos previos en el uso y manipulación de alimentos industriales, al igual que normas de higiene y seguridad.

Funciones diarias:

- Transformación de la fruta, realizar actividades de lavado, pelado y procesamiento del maracuyá, con el cumplimiento de los estándares de calidad.
- Operar las maquinas necesarias para la extracción de pulpa y empaquetado.
- Controles de calidad, realizar las diferentes inspecciones del producto cumpla con cada una de las etapas del respetivo proceso.
- Limpieza de las máquinas y rectificación de las máquinas, cumpla con la higiene y seguridad industrial.

Funciones Mensuales:

- Capacitaciones de las diferentes técnicas o normativas de seguridad

Pago estimado: COP 1,300,000

Jefe de ventas: Es el encargado de la gestión comercial de la empresa, debe de buscar nuevas oportunidades de negocio tanto en el mercado local como internacional. Es una persona que debe de contar con conocimientos previos de comercio exterior, marketing y ventas.

Funciones diarias:

- Debe mantener y gestionar las relaciones comerciales con clientes actuales, resolviendo cualquier inconveniente o solicitud.
- Seguimiento de ventas en el proceso de ventas, asegurando que los pedidos se cumplan dentro de los plazos establecidos.
- Buscar nuevos clientes en mercados locales e internacionales.

Funciones mensuales:

- Realiza estudios de mercado para identificar nuevas oportunidades de negocio, especialmente en mercados internacionales.
- Presentar reportes detallado sobre las ventas del mes, segmentado por tipo de cliente y región, con análisis de rentabilidad.
- En procesos de comercialización para las exportaciones cumplir con un seguimiento oportuno de la distribución internacional, en cuestión de documentación, traspases con las agencias de aduana, procesamiento de transportadoras entre otras.

Pago Estimado: Salario Aproximado: COP 2,100,000 mensuales

Operación de ventas (1): Es el personal responsable de ser soporte de apoyo de las diferentes actividades comerciales por parte del jefe de área, esto se quiere en la atención al cliente como la distribución y entrega del producto. Estas personas deben de tener conocimientos básicos en comercio exterior, ventas, servicio al cliente.

Funciones diarias:

- Brindar atención directa a los clientes, respondiendo dudas sobre el producto y procesando las ventas.
- Coordinar y asegurar que los productos sean entregados a los clientes dentro del tiempo estipulado.
- Crear promoción de la pulpa de maracuyá, participando en campañas de marketing y estrategias de ventas.

Funciones Mensuales:

- Reporte de Ventas: Elaboran un reporte de ventas detallado al final de cada mes, informando sobre el rendimiento de los productos en el mercado.
- Evaluación de Clientes: Colaboran con el jefe de Ventas en la evaluación de la satisfacción del cliente y el desempeño del producto.

Pago Estimado: Salario Aproximado de: 1,300,000

Jefe de contabilidad: Es el encargado de toda la gestión de la parte financiera de la empresa, todo lo que abarque en la planificación de presupuestos, movimientos financieros internos y externos, es aquel que queda como representante del aseguramiento financiero.

Funciones diarias:

- Realizar los diferentes registros de transacciones financieras, ya sea de compras, ventas, pagos o los diferentes cobros.
- Llevar el correspondiente informe de control sobre todas las salidas y entradas del flujo efectivo y cuentas de la empresa.

Funciones mensuales:

- Elaborar los estados financieros de la empresa, que esto estén directamente relacionados al balance general d todos los movimientos de las empresas en los estados de resultados.
- El respetivo pago de las nóminas correspondientes a todo el personal de la empresa.
- Control y movimiento de las cuentas por cobrar cuentas por pagar
- Realizar los respectivos análisis de rentabilidad de la empresa.
- Pagos de impuestos requeridos

Auxiliar de recursos humanos: es la persona encargada de gestionar toda la parte del talento humano, garantizar el cumplimiento de las normas, fomentar un ambiente adecuado de trabajo que sea saludable y contribuir al éxito de la empresa.

Funciones diarias:

- Verificar y registrar el ingreso y salida de los empleados, así considerar y controlar la puntualidad y ausencias.

- Control de permisos y ausencias, se debe gestionar para la autorización de permisos sean aprobados y gestionados correctamente, entre las que, entre vacaciones, licencias, incapacidades, entre otras.
- Realizar la gestión de nóminas y beneficios, entre las que, entre las respectivas horas extras, descansos, entre otras.
- Comunicación con el personal, es la persona vocera de los empleados, quien se encarga de dar información de los diferentes sucesos nuevos en la organización
- Cumplir con los respectivos seguimientos de seguridad y salud en el trabajo, los protocolos de higiene, uso de la protección personal

Funciones mensuales:

- Elaboración y aseguramiento del pago nomina
- Revisión y cumplimiento de los contratos
- Realizar y enviar las diferentes evaluaciones de desempeño de los empleados, así mismos de los jefes de área
- Organizar y desarrollar las capacitaciones y talleres para desarrollar y mejorar las diferentes habilidades del personal
- Gestión de seguridad social y de seguros
- Evaluar el clima organizacional

Pago estimado: 1.700.00

8. El Plan Exportador

8.1. Régimen de Exportación

Exportación definitiva: Es la salida de mercancías desde el territorio aduanero nacional, que va dirigido al resto del mundo. También se considera exportación salida de bienes a depósitos o zonas francos. Las exportaciones no requieren pagos de tributos aduaneros.

8.2. Tramites de Proceso Exportación.



8.2.1. Posición Arancelaria

Capítulo- Partida arancelaria- Subpartida arancelaria.

La clasificación del producto, para este caso pulpas de maracuyá es 08.11.90.94-

Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.

DIAN



DIAN - MUISCA - ARANCEL
 Consultas Arancel
 General
 Por medidas
 Por código de nomenclatura
 Estructura nomenclatura
 Índice alfabético arancelario
 Reglas generales de la nomenclatura
 Por texto

¿Dónde estoy?: Inicio | Consultas Arancel | Consulta por estructura arancelaria

Consulta por estructura arancelaria

 servicios en línea muisca

Sección II	Productos del reino vegetal	
Capítulo 08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	
Partida 0811	Frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.	
0811.90	- Los demás:	
0811.90.90	-- Los demás:	
0811.90.94	--- Maracuyá (parchita) (Passiflora edulis)	

Código	Comp	Supl	Designación de mercancías	Perfil	Notas
0811.90.94.00			--- Maracuyá (parchita) (Passiflora edulis)		

8.2.2. Permisos Previos y/o Vistos Buenos

- Identificación del producto y empresa como exportador ante el (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia- MINCIT)
- Certificado fitosanitario (ICA – Instituto Colombiano Agropecuario), quien es el encargado de garantizar el cumplimiento de normas fitosanitarias exigidos, esto

incluye que las pulpas de maracuyá se encuentren libre de plagas y enfermedades, que sean óptimos para el consumo

- Requisitos en certificación, registros y cumplimiento de normas, que se encuentran incluidas en el INVIMA, Esto implica los registros sanitarios para los productos procesados.
- Registro y visto de instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos, que es la encargada de que este producto este en óptimas condiciones para su consumo.

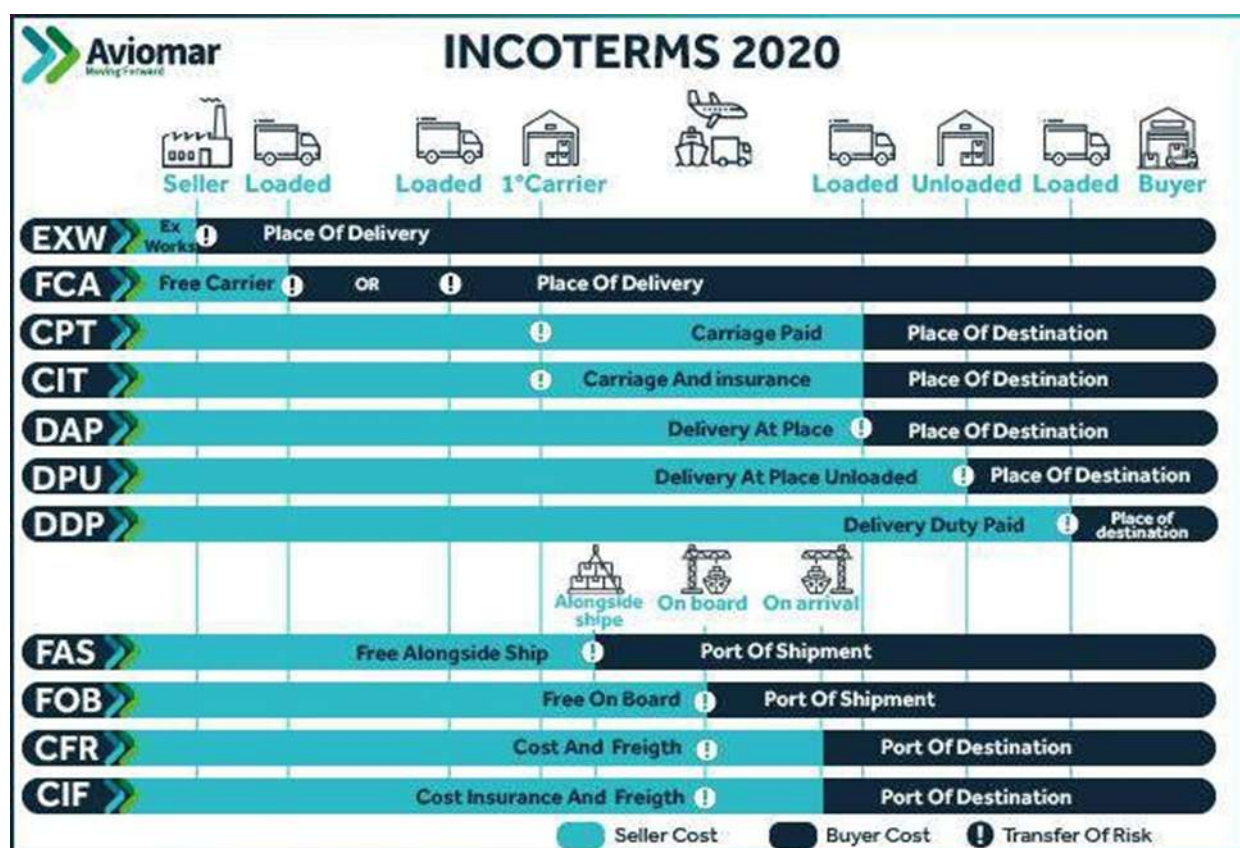
8.2.3. Términos de Negociación

Los términos de negociación internacional llamados los INCOTERMS, son un conjunto de normas que definen las responsabilidades de cada uno de los integrantes de las negociaciones al respecto, es decir, documentos, transporte, fletes y seguros, esto con el fin de evitar las incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones en términos de los diferentes países, o por lo menos reducir el riesgo en gran medida, además de facilitar el proceso de compra-venta internacional.

Los incoterms están divididos en cuatro grupos de diferentes letras “E”, “F”, “C”, que se diferencia por el lugar de salida o entrega, responsabilidades, entre otras.

Ahora bien, para el proceso de exportación de TROPI PULPA, se tiene en cuenta que su ruta de viaje es por medio de transporte marítimo y con base a ello el término que se utilizará para dicho proceso es el termino CIF, en el cual el vendedor es quien tiene la responsabilidad de entregar la mercancía hasta el

puerto destino, esto incluye el embarque de la mercancía, el costo del transporte internacional y el seguro.



8.2.5. Agente de Carga y / o Tipo de Transporte

El agente de carga es aquella entidad encargada de la facilitación entre los cargadores y transportistas.

Considerando el medio de transporte a utilizar es marítimo, siendo el más rentable en diferentes aspectos, tales como, costeo, seguridad, estabilidad y mayor facilidad de mayor peso y cantidad en carga. Teniendo en cuenta el proceso de TROPULPA se eligió agente de carga la empresa MAGNUM LOGISTICS, al ser una empresa multifuncional, es decir, cuenta con procesos de agente de carga, agentes de aduanas, magnum logística y zona franca, lo cual la

convierte en una muy fácil para trabajar en los diferentes aspectos en todo este proceso internacional.

8.2.5 Medio de pago

El medio de pago como forma legal de instrumento de pago, lo cual permite el aseguramiento de la remuneración de la mercancía para el vendedor. El medio del pago que fue elegido para el proceso de exportación de pulpas de maracuyá, esto debió a su seguridad y conveniencia al ser una microempresa con cantidades pequeñas de venta y además siendo primeras ventas internacionales sería una carta crédito.

La carta crédito no solo genera beneficios al vendedor si no también al comprador porque genera una flexibilidad que se ajusta a las necesidades de ambas partes, además de ser accesibles para su funcionamiento en los diferentes bancos internacionales.

8.2.6 Contrato de Exportación

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercancías que suscriben de una parte TROPULPA empresa constituida bajo las leyes de la República de Colombia debidamente representada por su Representante legal Maria Alejandra Ortega con Documento de Identidad C.C. N. 111.0285.745 domiciliado en su Oficina principal ubicado en Cali, Colombia, a quien en adelante se denominará **EL VENDEDOR** y, de otra parte Loblaw's Inc. debidamente representado por su Gerente George Weston limited identificado con N° 3695241, a quien en adelante se denominará **EL COMPRADOR**, que acuerdan en los siguientes términos:

GENERALIDADES

CLÁUSULA PRIMERA:

1.1. Las presentes Condiciones Generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas

conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes aquí nominadas.

En caso de discrepancia entre las presentes Condiciones Generales y cualquier otra condición. Específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las condiciones específicas.

1.2. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:

a). La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en inglés) y,

b). En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.

1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.

1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS

CLÁUSULA SEGUNDA:

2.1. Es acordado por las Partes que **EL VENDEDOR** venderá los siguientes productos:

Pulpa de maracuyá TROPI PULPA y **EL COMPRADOR** pagará el precio de dichos productos de conformidad.

2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato. **PLAZO DE ENTREGA**

CLÁUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de 60 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

PRECIO

CLÁUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de \$165,763,000. por el envío de los productos de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador agosto de 20 2024.

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto.

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms FOB ("Free on Board") si el envío se hará por vía marítima, o FCA ("Free

Carrier”, transportación principal sin pagar) si se hará con otra modalidad de transporte.

CONDICIONES DE PAGO

CLÁUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por **EL COMPRADOR a EL VENDEDOR** deberá realizarse por pago adelantado equivalente al CINCUENTA PORCIENTO (50 %) de la cantidad debitada precio al embarque de los productos, y el restante CINCUENTA POR CIENTO (50 %) después de 15 días de recibidos los productos por parte del comprador.

Las cantidades adeudadas serán acreditadas, salvo otra condición acordada, por medio de transferencia electrónica a la cuenta del Banco del Vendedor en su país de origen, y **EL COMPRADOR** considerará haber cumplido con sus obligaciones de pago cuando las sumas adecuadas hayan sido recibidas por el Banco de **EL VENDEDOR** y este tenga acceso inmediato a dichos fondos.

INTERÉS EN CASO DE PAGO RETRASADO

CLÁUSULA SEXTA:

Si una de las Partes no paga las sumas de dinero en la fecha acordada, la otra Parte tendrá derecho a intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al UNO POR CIENTO (1 %) por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo de retraso de QUINCE PORCIENTO (15 %) del total de este contrato.

RETENCIÓN DE DOCUMENTOS

CLÁUSULA SÉPTIMA:

Las Partes han acordado que los productos deberán mantenerse como propiedad de **EL VENDEDOR** hasta que se haya completado el pago del precio por parte de **EL COMPRADOR**.

TÉRMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA

CLÁUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.

Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que decida enfatizar.

Por ejemplo, si se opta por las condiciones de entrega en la fábrica, EXW, es conveniente aclarar que el costo y la responsabilidad de cargar la mercancía al vehículo, corresponde al comprador.

Hay que recordar que una operación adicional, involucra no solo costos, como el pago a cargadores, si no también conlleva un riesgo intrínseco en caso de daño de la mercadería durante el proceso de carga.

Aunque las condiciones de INCOTERMS son claras, es recomendable discutir y aclarar estos detalles, ya que puede haber desconocimiento de una de las partes.

RETRASO DE ENVÍOS

CLÁUSULA NOVENA:

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a **EL VENDEDOR** el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del **EL VENDEDOR** a **EL COMPRADOR**.

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS

CLÁUSULA DÉCIMA:

EL COMPRADOR examinará los productos tan pronto como le sea posible luego de llegados a su destino y deberá notificar por escrito a **EL VENDEDOR** cualquier inconformidad con los productos dentro de 15 días desde la fecha en que **EL COMPRADOR descubra** dicha inconformidad y deberá probar a **EL VENDEDOR** que dicha inconformidad con los productos es la sola responsabilidad de **EL VENDEDOR**.

En cualquier caso, **EL COMPRADOR** no recibirá ninguna compensación por dicha inconformidad, si falla en comunicar al **EL VENDEDOR** dicha situación dentro de los 45 días contados desde el día de llegada de los productos al destino acordado.

Los productos se recibirán de conformidad con el contrato a pesar de discrepancias menores que sean usuales en el comercio del producto en particular.

Si dicha inconformidad es notificada por **EL COMPRADOR, EL VENDEDOR** deberá tener las siguientes opciones:

- a). Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador.
- b). Reintegrar a **EL COMPRADOR** el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES**CLÁUSULA DECIMOPRIMERA:**

EL COMPRADOR deberá informar inmediatamente a **EL VENDEDOR** de cualquier reclamo realizado contra **EL COMPRADOR** de parte de los clientes o

de terceras partes en relación con los productos enviados o sobre los derechos de propiedad intelectual relacionado con estos.

EL VENDEDOR deberá informar inmediatamente a **EL COMPRADOR** de cualquier reclamo que pueda involucrar la responsabilidad de los productos por parte de **EL COMPRADOR**.

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR

CLÁUSULA DECIMOSEGUNDA:

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a **EL VENDEDOR** ni a **EL COMPRADOR**, ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes.

La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

RESOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

CLÁUSULA DECIMOTERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberán ser finalmente resueltas por la ley y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS

CLÁUSULA DÉCIMO CUARTA:

Los encabezados que contiene este acuerdo se usan solamente como referencia y no deberán afectar la interpretación de este.

NOTIFICACIONES

CLÁUSULA DECIMOQUINTA:

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con acuse de recibo, a la dirección de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

ACUERDO INTEGRAL

CLÁUSULA DECIMOSEXTA:

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Cali a los 30 Días del mes de septiembre 2024

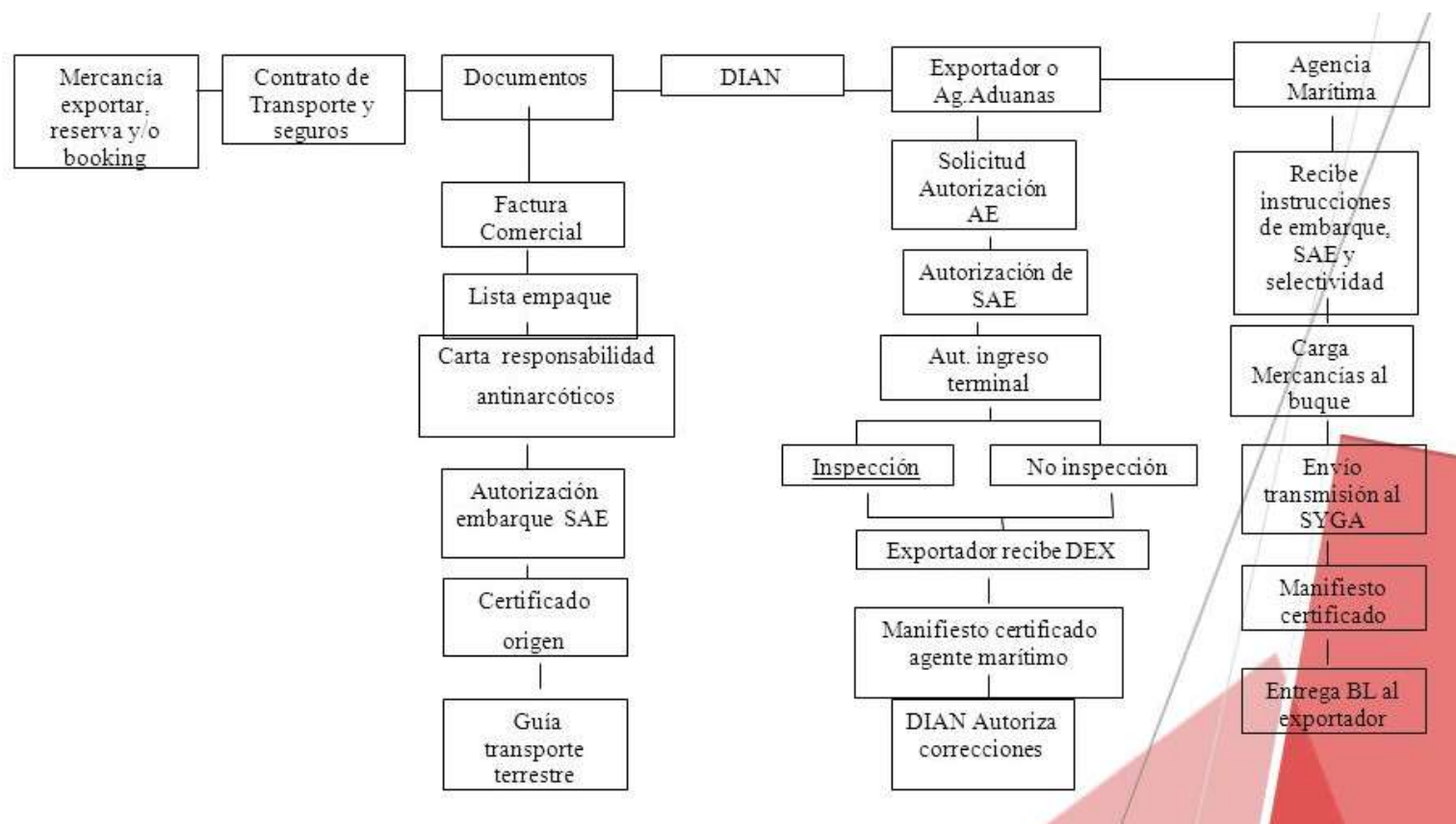
Alejandra Ortega

VENDEDOR

George Weston

COMPRADOR

8.2. El Proceso General de una exportación



8.2.1 Documentación

Para el desarrollo de esta exportación se requiere de una documentación para su correspondiente desarrollo sea legal y legible en todo este proceso.

En una exportación desde Colombia, existen varios documentos principales que son esenciales para asegurar que el proceso cumpla con las regulaciones y normativas nacionales e internacionales. En primer lugar, la factura comercial es un documento fundamental que detalla los bienes que se van a exportar, incluyendo su descripción, cantidad, valor y condiciones de venta. Además, se requiere el certificado de origen, que certifica el origen colombiano de los productos y es esencial para que el país importador pueda aplicar acuerdos comerciales o beneficios arancelarios. Otro documento crucial es el documento de transporte, que puede ser un conocimiento de embarque

(Bill o Lading) o una guía aérea, dependiendo del medio de transporte utilizado. Este documento es emitido por la empresa transportista y actúa como contrato de transporte y recibo de los bienes. También es necesario el certificado fitosanitario o zoosanitario en el caso de productos agrícolas o animales, para garantizar que cumplen con las normas sanitarias del país receptor. La declaración de aduana es otro documento clave, ya que es necesario para la autorización de salida de mercancías del país, y debe presentarse ante la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales). Finalmente, el seguro de transporte es recomendado para proteger la mercancía en tránsito. Estos documentos son necesarios para cumplir con los requisitos legales y facilitar el despacho aduanero tanto en Colombia como en el país importador.

Commercial Invoice
Factura Comercial

Date of Export: <i>Fecha de Exportación</i> 30/ OCT / 2024				Invoice num.: <i>Número de factura</i> RT- 585890					
Shipper/Exporter (complete name and address): <i>Remitente/Exportador</i> TROPI PULPA S.A.S CALLE 27 # 13-24				Recipient (complete name and address): <i>Destinatario</i> Loblaw Companies Limited 100-101 Strachan Avenue Toronto, ON M6H 4H7					
Country of export: COLOMBIA <i>País exportador</i>				Import (if other than recipient - complete name and address): <i>Importador</i> CANADÁ					
Country of manufacture: <i>País de fabricación</i> COLOMBIA									
Country of ultimate destination: <i>País de último destino</i> COLOMBIA									
Currency: <i>Moneda</i> CNY									
Marks/No. <i>Número de orden</i>	No. of packages <i>Número de paquetes</i>	Type of packaging <i>Tipo de embalaje</i>	Full Description of goods <i>Descripción completa de la mercancía</i>	Qty. <i>Cant.</i>	Units of measure <i>Unidad de medida</i>	Weight <i>Peso</i>	Unit value <i>Valor unitario</i>	Total Value <i>Subtotales</i>	
353510	9,216	PALLETIZED	PASSION FRUIT PULPU	9,216	BAG	500 KG C/U	4,14 USD	38.154,24 USD	
Total No. of pack. <i>Número total de paquetes</i>						Total Weight <i>Peso total</i>	Total Invoice Value <i>Importe total factura</i>		
16100						4,608.00	38.154,24 USD		
I declare all the information contained in this invoice to be true and correct <i>Declaro que toda la información contenida en la presente factura es veraz y correcta</i> Firma del <u>TROPI PULPA S.A.S</u> INCOTERMS								INCOTERMS Place of delivery Lugar de entrega PUERTO DE TORONTO / TORONTO PORT	
Signature of shipper/exporter (name and title and signature):						Date: 15- OCT -2024			

Certificate of Origin
Canada – Colombia Free Trade Agreement
 (Instructions on reverse)

Please Print or Type

1. Exporter's Name and Address: Tropi Pulpa S.A.S Telephone: 55188917 Fax: 3595281 E-Mail: Tropi.pulpa@colombia.com		2. Blanket Period: YYYY MM DD YYYY MM DD From: <u>2024</u> <u>Sept</u> <u>25</u> To: <u>2025</u> <u>Sept</u> <u>25</u>			
3. Producer's Name and Address: Tropi Pulpa Telephone: Fax: E-Mail:		4. Importer's Name and Address: Loblaw Companies Limited Telephone: 480-4000 Fax: 905-881-2387 E-Mail: Shoppsupport@loblaws.ca.			
5. Description of Good(s)	6. HS Tariff Classification	7. Preference Criterion	8. Producer	9. Value Test	10. Country of Origin
Pulpas de Maracuya de 500g c/u Passion Fruit Pulp of 500g c/u	0811909400	C		585890	CO
11. Observations:					
I certify that: - The information in this document is true and accurate and I assume the responsibility for proving such representations. I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document. - I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this Certificate, and to inform, in writing, all persons to whom the Certificate was given of any changes that would affect the accuracy or validity of this Certificate. - The goods originate in the territory of one or both Parties and comply with the origin requirements specified for those goods in the Canada – Colombia Free Trade Agreement. This Certificate consists of <u>1</u> pages, including all attachments.					
12. Authorized signature:			Company: TROPI PULPA		
Name: David Zambrano			Title:		
Date: <u>2024</u> <u>09</u> <u>20</u>			Telephone: Fax: E-Mail:		

	ASEGURAMIENTO SANITARIO		AUDITORIAS Y CERTIFICACIONES	
	CERTIFICADO DE CONDICIONES SANITARIAS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS			
Código: ASS-AYC-FM036	Versión: 00	Fecha de Emisión: 25 / 09 / 2024	Página 1 de 1	

RADICACIÓN No 2015098643 FECHA 31/07/2015

EL SUSCRITO (A) DIRECTOR (A) DE DISPOSITIVOS MÉDICOS Y OTRAS TECNOLOGÍAS DEL INVIMA, CERTIFICA QUE EL ESTABLECIMIENTO RELACIONADO A CONTINUACIÓN, CUMPLE CON LAS CONDICIONES HIGIÉNICAS, TÉCNICAS, LOCATIVAS Y DE CONTROL DE CALIDAD DE ACUERDO CON LA NORMATIVIDAD VIGENTE (DECRETO 3770 DE 2004). FECHA DE ULTIMA VISITA: 25 / 09 / 2024

1. ESTABLECIMIENTO FABRICANTE

NOMBRE: TROPÍ PULPA S.A.S		
DIRECCIÓN: CALLE 27 # 13 - 24		
TELÉFONO: 55168917		
CIUDAD / MUNICIPIO: YUMBO	DEPARTAMENTO: VALLE DEL CAUCA	PAÍS: COLOMBIA
IDENTIFICACIÓN NIT: 90006872-1		

2. REPRESENTANTE LEGAL O PROPIETARIO

NOMBRE: MARIA ALEJANDRA ORTEGA		
DIRECCIÓN: CALLE 27 # 13 - 24		
TELÉFONO: 55168917		
CIUDAD / MUNICIPIO: CALI	DEPARTAMENTO: VALLE DEL CAUCA	PAÍS: COLOMBIA

3. DIRECCIÓN TÉCNICA

NOMBRE Y APELLIDOS: MELANY GARCIA		
IDENTIFICACIÓN: CC No 144365478 DE CALI		

4. LUGAR DONDE SE FABRICAN LOS PRODUCTOS

DIRECCIÓN: CALLE 27 # 13 - 24		
CIUDAD / MUNICIPIO: YUMBO	DEPARTAMENTO: VALLE DEL CAUCA	PAÍS: COLOMBIA

5. ACTIVIDAD AUTORIZADA

FABRICACIÓN EN LA TRANSFORMACIÓN DE PULPAS DE FRUTA TROPICAL COLOMBIANA PARA SU USO Y CONSUMO HUMANO Y PARA SU COMERCIALIZACIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL
--

6. CADENA DE TEMPERATURA PARA ALMACENAMIENTO DE LOS PRODUCTOS

CONDICIONES DE TEMPERATURA REFRIGERADA (18 C - 22 C) *****
--

No. 0125 YUMBO 25 SEPTIEMBRE 2024

El presente Certificado de concepto técnico de condiciones sanitarias, se expide en cumplimiento de lo establecido en los Artículos 2º y 6º del Decreto 3770 de 2004 a los establecimientos que fabrican reactivos de diagnóstico in-vitro para uso en especímenes de origen humano, mientras se implementan las Buenas Prácticas de Manufactura que expida el Ministerio Salud y Protección Social. Esta certificación tendrá validez siempre y cuando el establecimiento mantenga las condiciones higiénicas, técnicas, locativas y de control de calidad con las que se emitió el concepto técnico FAVORABLE. De no mantenerse dichas condiciones, se entenderá que este Certificado perderá sus efectos jurídicos y la persona natural y/o jurídica a quien en su favor se haya otorgado, no podrá hacer uso del presente documento - Artículo 36 del Decreto 3770 de 2004. En virtud de lo anterior, si en el ejercicio de las facultades de inspección, vigilancia y control, el INVIMA comprueba que el establecimiento no cumple con las condiciones higiénicas, técnicas, locativas y de control de calidad que fueron reportadas para la obtención del respectivo (CCAA), procederá a aplicar las medidas sanitarias de seguridad correspondientes (Artículo 37 del Decreto 3770 de 2004).

Todos los folios de este documento llevan sello del INVIMA. Documento válido únicamente en su original.


ELKIN HERNÁN OTÁLVARO CIFUENTES
 Director (a) de Dispositivos Médicos y
 Otras Tecnologías

 MAERSK LINE		BILL OF LADING FOR OCEAN TRANSPORT OR MULTIMODAL TRANSPORT		SCAC MAEU B/L No. 8597450
Shipper TROPI PULPA S.A.S CALLE 27 # 13 - 24 YUMBO - COLOMBIA PHONE : 55168917		Booking No. 8574021 Export references SFG 56784 Onward inland routing (Not part of Carriage as defined in clause 1. For account and risk of Merchant)		
Consignee (negotiable only if consigned "to order", "to order of" a named Person or "to order of bearer") LOBLAW COMPANIES LIMITED 100-101 STRACHAN AVENUE - TORONTO, ON M6H 4H7 TORONTO- CANADÁ PHONE: 960-4000		Notify Party (see clause 22) PORT OF TORONTO 207 QUEENS QUAY W, SUITE 1210 TORONTO, ON M5J 1A7 CANADÁ PHONE: 462-6555 FAX : 462-5261		
Vessel (see clause 1 + 19) MAERSK EINDHOVEN	Voyage No. 0775	Place of Receipt. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L (see clause 1)		
Port of Loading BUENAVENTURA	Port of Discharge TORONTO	Place of Delivery. Applicable only when document used as Multimodal Transport B/L (see clause 1)		

PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER

Kind of Packages, Description of goods; Marks and Numbers; Container No./Seal No.	Weight	Measurement
A 20-foot refrigerated container at a temperature of 20°C. Passion fruit pulp in polypropylene bags of 500g c/u	8.168 KG	15.480 CBM
SHIPPER SEAL: 1002584 CUSTOMS SEAL: 1003568		

Above particulars as declared by Shipper, but without responsibility of or representation by Carrier (see clause 14)

Freight & Charges	Rate	Unit	Currency	Prepaid	Collect
BASIC OCEAN FREIGHT BUNKER ADJUSTMENT FACTOR CHASSIS USAGE GOVERNMENT AGENCY DOCUMENTATION FREE HANDLING CHARGE DESTINAT EMERGENCY BUNKER SURCHAC		PER CONTAINER	USD	125,00	
Carrier's Receipt (see clause 1 and 14). Total number of containers or packages received by Carrier. 1 CONTAINER Number & Sequence of Original B(s)/L THREE/3	Place of Issue of B/L BUENAVENTURA (COLOMBIA) Date of Issue of B/L 2024 / 10/ 15	SHIPPED, as far as ascertained by reasonable means of checking, in apparent good order and condition unless otherwise stated herein, the total number or quantity of Containers or other packages or units indicated in the box entitled "Carrier's Receipt" for carriage from the Port of Loading (on the face of Receipt, if mentioned above) to the Port of Discharge (or the Place of Delivery, if mentioned above), such carriage being always subject to the terms, rights, defenses, provisions, conditions, exceptions, limitations, and indemnities thereof (INCLUDING ALL THOSE TERMS AND CONDITIONS ON THE REVERSE HEREOF NUMBERED 1-36 AND THOSE TERMS AND CONDITIONS CONTAINED IN THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF) and the Merchant's attention is drawn in particular to the Carrier's liability in respect of on deck stowage (see clause 13) and the carrying vessel (see clause 13). Where the bill of lading is non-negotiable the Carrier may give delivery of the Goods to the named consignee upon reasonable proof of identity and without requiring surrender of an original bill of lading. Where the bill of lading is negotiable, the Merchant is obliged to surrender one original, duly endorsed, in exchange for the Goods. The Carrier accepts a duty of reasonable care to check that any such document which the Merchant surrenders as a bill of lading is genuine and original. If the Carrier complies with this duty, it will be entitled to deliver the Goods against what it reasonably believes to be a genuine and original bill of lading, such delivery discharging the Carrier's delivery obligations. In accepting this bill of lading, any local customs or privileges to the contrary notwithstanding, the Merchant agrees to be bound by all Terms and Conditions stated herein whether written, printed, stamped or incorporated on the face or reverse side hereof, as fully as if they were all signed by the Merchant. IN WITNESS WHEREOF the number of original bills of Lading stated on this side have been signed and wherever one original bill of Lading has been surrendered any others shall be void.			
Declared Value (see clause 7.3)	Shipped on Board Date	Signed for the Carrier A.P. Møller + Maersk A/S trading as Maersk Line			

 DIAN Departamento de Ingresos y Aduanas		Declaración de Exportación				 MIVISCA Ministerio de Comercio Exterior y Turismo		 600		
1. Año 2024 Espacio reservado para la DIAN						4. Número de formulario 60077268774161				
Exportador	20. Tipo de documento	18. Número de identificación	6. DV.	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre	10. Otros nombres			
	31	800006872	1							
11. Razón social TROPIC PULPA S.A. S										
Declarante	24. Tipo de documento	25. Número documento de identificación	26. DV.	27. Primer apellido	28. Segundo apellido	29. Primer nombre	30. Otros nombres			
	31	8002048841	5							
31. Razón social AGENCIA DE ADUANA COMERCIO INTEGRAL S.A. NIVEL 2										
Destinatario	32. Tipo de documento	33. Número documento de identificación	34. Primer apellido	35. Segundo apellido	36. Primer nombre	37. Otros nombres				
	42	AV152589 - B								
38. Razón social LOBLAW COMPANIES LIMITED										
39. Domicilio destinatario 100- 101 STRACHAN AVENUE										
40. Ciudad TORONTO										
Datos del negocio	41. Clase DEX			Cód.	42. No. Formulario anterior		43. Tipo de diligenciamiento			Cód.
	DEX UNICOS DATOS DEFINITIVOS									
	44. Tipo despacho			Cód.	45. Tipo de corrección		Cód.	46. No. Referencia		47. No. Programa especial de muestras o control de suministro de energía
	INICIAL			11			Cód.	0825952AAS-2		48. No. Autorización de embarque global
	49. Régimen aduanero			Cód.	50. Aduana despacho			Cód.	51. Cód. País trámite	52. Cód. Región de procedencia
	EXPORTACION DEFINITIVA			11	BUENAVENTURA			35	CO	76
	53. Tipo de datos			Cód.	54. Tipo de embarque		Cód.	55. Cód. Naturaleza transacción	56. Cód. Incoterms	57. Lugar de entrega
	DEFINITIVOS AL EMBARQUE			01	UNICO		01	1	CIP	TORONTO
58. Cód. Moneda de transacción		59. Valor factura en moneda de transacción		60. Tasa de cambio		61. Forma de pago		Cód.	62. Cantidad de pagos anticipados	
USD		4344.55				PAGO A CREDITO		3		
63. Fecha 1er pago anticipado		64. Mercancía a la mano con el viajero		65. Sistemas especiales		66. Exportación en tránsito		67. Modo de transporte		
Año Mes Día		SI NO X		SI NO X		SI NO X		TRANSPORTE MARITIMO		
								1		
Lugares	69. Aduana de salida			Cód.	70. País destino final			Cód.	71. Cód. Lugar destino final	
	BUENAVENTURA			35	CANADÁ			149		
Valores estadísticos	72. Valor total FOB USD			73. Valor total fletes USD			74. Valor total seguros USD			
	75. Valor total otros gastos USD			76. Valor total exportaciones USD			77. Valor a reintegrar USD			
	78. Total valor agregado nacional USD									
Totales para control										
79. Total series		80. Total número de bultos		81. Total peso bruto lgs.						
1		288								
Actuación aduanera	82. No. Autorización embarque			83. Fecha autorización embarque			84. No. Solicitud autorización de embarque			85. Fecha solicitud autorización embarque
	1446546798			Año Mes Día						Año Mes Día
	86. Nombre funcionario responsable						Firma funcionario responsable			
	87. Cargo									
88. Tipo de documento		89. No. del documento de identificación								
90. No. Radicación										

 DIAN Departamento de Aduanas y Aranceles		Declaración de Exportación				 Módulo Único de Suministro de Comercio Exterior		600				
1. Año 2 0 2 4						4. Número de formulario 80077268774161						
Espacio reservado para la DIAN												
Exportador	20. Tipo de documento	18. Número de identificación	6. DV	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre	10. Otros nombres					
	31	9 0 0 0 0 6 8 7 2	1									
11. Razón social TROI PULPA S.A. S.												
Declarante	24. Tipo de documento	25. Número documento de identificación	26. DV	27. Primer apellido	28. Segundo apellido	29. Primer nombre	30. Otros nombres					
	31	8 0 0 2 0 4 8 9 4 1	5									
31. Razón social AGENCIA DE ADUANA COMERCIO INTEGRAL S.A. NIVEL 2												
Destinatario	32. Tipo de documento	33. Número documento de identificación	34. Primer apellido		35. Segundo apellido	36. Primer nombre	37. Otros nombres					
	42	AV 1 5 2 5 8 9 - 8										
	38. Razón social LOBLAW COMPANIES LIMITED											
39. Domicilio destinatario 100- 101 STRACHAN AVENUE							40. Ciudad TORONTO					
Datos del negocio	41. Clase DEX			Cód.	42. No. Formulario anterior		43. Tipo de diligenciamiento			Cód.		
	DEX UNICOS DATOS DEFINITIVOS											
	44. Tipo despacho		Cód.	45. Tipo de corrección		Cód.	46. No. Referencia		47. No. Programa especial de muestras o contrato de suministro de energía	48. No. Autorización de embarque global		
	INICIAL		1 1				D825952AAS-2					
	49. Régimen aduanero			Cód.	50. Aduana despacho			Cód.	51. Cód. País trámite	52. Cód. Región de procedencia		
	EXPORTACION DEFINITIVA			1 1	BUENAVENTURA			3 5	C O	7 6		
	53. Tipo de datos			Cód.	54. Tipo de embarque		Cód.	55. Cód. Naturaleza transacción	56. Cód. Incoterms	57. Lugar de entrega		
	DEFINITIVOS AL EMBARQUE			0 1	UNICO		0 1	1	C I P	TORONTO		
58. Cód. Moneda de transacción		59. Valor factura en moneda de transacción		60. Tasa de cambio		61. Forma de pago		Cód.	62. Cantidad de pagos anticipados			
USD		4344.55				PAGO A CREDITO		3				
63. Fecha 1er pago anticipado		64. Mercancía a la mano con el viajero		65. Sistemas especiales		66. Exportación en tránsito		67. Modo de transporte		Cód.	68. Tipo de carga	Cód.
Año Mes Día		SI NO X		SI NO X		SI NO X		TRANSPORTE MARITIMO		1	SUELTA	1
Lu- gares	69. Aduana de salida			Cód.	70. País destino final			Cód.	71. Cód. Lugar destino final			
	BUENAVENTURA			3 5	CANADÁ			1 4 9				
Valores económicos totales	72. Valor total FOB USD			73. Valor total fletes USD			74. Valor total seguros USD			75. Valor total otros gastos USD		
76. Valor total exportaciones USD			77. Valor a reintegrar USD			78. Total valor agregado nacional USD						
Totales para control												
79. Total series		80. Total número de bultos		81. Total peso bruto kgs.								
1		288										
Actuación aduanera	82. No. Autorización embarque			83. Fecha autorización embarque			84. No. Solicitud autorización de embarque		85. Fecha solicitud autorización embarque			
	1446546798			Año Mes Día					Año Mes Día			
	86. Nombre funcionario responsable						Firma funcionario responsable					
	87. Cargo											
88. Tipo de documento		89. No. del documento de identificación										
90. No. Radicación												

9. El Estudio Económico y Financiero

9.1. Las Inversiones Preliminares

9.1.1 Los Gastos Pre Operativos

PRESUPUESTO DE GASTOS PREOPERATIVOS	
CONCEPTO O DETALLE DEL GASTO	VALOR PRESUPUESTADO
Estudio de Factibilidad	800.000
Gastos Notariales	200.000
Gastos de Registro en Cámara de Comercio.	150.000
Honorarios Asesorías Profesionales	1.000.000
Gastos de Instalación y Montaje (adecuación)	1.500.000
Publicidad de Impacto	400.000
Otros Gastos Legales: Uso del Suelo, Sayco y acinpro, Bomberos, Permisos, Licencias, etc.	800.000
Gastos de selección del personal	400.000
Capacitaciones y Cursos de Inducción a Personal	200.000
Gastos de Papelería	150.000
Gastos de transportes y diligencias	2.000.000
Diversos e Imprevistos	500.000
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	8.100.000
AMORTIZACION DEL GASTO PRE OPERATIVO - DIFERIDO	
Total del Gasto Diferido	8.100.000
Período de Amortizacion en Años (Periodo de Evaluación)	5
Total Amortizacion por cada Año del Periodo de Evaluación	1.620.000
Total Amortizacion por mes o Amortización Mensual	135.000

Explicación: Los gastos preoperativos son aquellos costos incurridos antes de comenzar las operaciones y se divide en diferentes categorías. Primero los gastos preoperativos, estos incluyen estudios de mercado, licencias, asesorías y trámites legales esenciales para establecer la empresa. Luego, las inversiones fijas comprenden la compra de maquinaria, equipos e infraestructura necesaria para el funcionamiento. Finalmente, el capital de trabajo representa los fondos requeridos para cubrir los costos operativos iniciales hasta que el negocio genere ingresos suficientes. Estos gastos son fundamentales para garantizar un inicio sólido y sostenible de la empresa.

9.1.2 Las Inversiones Fijas

PRESUPUESTO DE INVERSIONES FIJAS			
1. EQUIPO DE OFICINA, DE COMPUTO Y MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCION DEL ACTIVO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computador de Mesa	3	1.800.000	5.400.000
Computador Portatil	3	2.100.000	6.300.000
Escritorios	3	400.000	1.200.000
Sillas para Computador	3	180.000	540.000
Sillas para Escritorio	2	200.000	400.000
Mesas para Computador	3	300.000	900.000
Impresora	1	800.000	800.000
Fotocopiadora	0	0	0
Aire Acondicionado	1	1.500.000	1.500.000
Mesa de Juntas	1	400.000	400.000
Sillas para mesa de juntas	5	100.000	500.000
Telefonos	2	60.000	120.000
Estanterías	0	0	0
Archivador	2	200.000	400.000
Vitrinas			0
Otros activos fijos depreciables	1	200.000	200.000
			0
			0
			0
			0
TOTAL EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y OTROS			18.660.000

2. MAQUINARIA Y EQUIPO. OTROS EQUIPOS DE PRODUCCION			
DESCRIPCION DEL ACTIVO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Maquinaria 01	1	1.500.000	1.500.000
Maquinaria 02	1	1.500.000	1.500.000
Maquinaria 03			0
Maquinaria 04			0
			0
			0
			0
			0
			0
			0
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO Y OTROS			3.000.000

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	
Total Equipo de Oficina, Computo y Muebles y Enseres	18.660.000
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea	5
Valor del Gasto por Depreciación Anual	3.732.000
Valor del Gasto por Depreciación Mensual	311.000
Total Maquinaria y Equipo de Producción	3.000.000
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea	10
Valor del Gasto por Depreciación Anual	300.000
Valor del Gasto por Depreciación Mensual	25.000

Explicación: Las inversiones fijas están representadas por la compra de activos esenciales para la operación de la empresa, como maquinarias, equipos, instalaciones y tecnología. Estos bienes no se consumen en el corto plazo y son fundamentales para garantizar la producción y el crecimiento de la empresa.

9.1.3 El Capital de trabajo

PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO			
TIPO DE GASTO	VALOR MENSUAL	MESES A FINANCIAR	VALOR TOTAL
Honorarios Profesionales	1.000.000	2	2.000.000
Servicios publicos	400.000	1	400.000
Arrendamientos	1.300.000	2	2.600.000
Servicios de vigilancia	500.000	1	500.000
Copias, fotocopias	200.000	0	0
Servicio de cafeteria y casino	150.000	1	150.000
Servicios temporales	300.000	1	300.000
Servicio generales: Aseo y varios	400.000	2	800.000
Servicio de telefonía e internet	200.000	2	400.000
Gastos Legales	200.000	1	200.000
Mantenimiento y Reparaciones	300.000	1	300.000
Papelería y utiles de oficina	200.000	0	0
Transportes y Fletes	600.000	2	1.200.000
Diversos y otros gastos generales	800.000	2	1.600.000
Nómina	13.410.000	2	26.820.000
Compra de Inventarios	5.000.000	2	10.000.000
TOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO			47.270.000

Explicación: En esta parte se trata del dinero necesario que se requieren para cubrir los costos operativos los diarios, es decir, como la compra de materia prima, el pago de los salarios y otros gastos corrientes. Su correcta gestión es la clave para mantener la liquidez y el funcionamiento continuo.

9.1.4 La Composición del Capital

TOTAL INVERSIONES PRELIMINARES - CAPITAL SEMILLA	
Total de los Gastos Pre Operativos	8.100.000
Total de las inversiones Fijas	21.660.000
Total del Capital de Trabajo	47.270.000
TOTAL DE LAS INVERSIONES PRELIMINARES	77.030.000

COMPOSICION DEL CAPITAL - SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFICADA			
Concepto	No Acciones	Vr. Nominal	Vr. Total
Capital Autorizado	154.060	1.000	154.060.000
Capital Suscrito	115.545	1.000	115.545.000
Capital Suscrito Por Cobrar	38.515	1.000	38.515.000
Capital Suscrito y Pagado	77.030	1.000	77.030.000

Explicación:

La composición del capital hace referencia a la distribución de los recursos financieros de la empresa incluyendo aportes que entren en la empresa, financiamiento externo y reinversión de utilidades. Estos son aquellos que definen el nivel de autonomía financiera y la capacidad de inversión de la empresa

9.2. El Balance General de Constitución

Explicación: El balance es el resumen en general, que representa la situación de la empresa en su totalidad. Muestra los activos, que son (los recursos y bienes), los pasivos (aquellas obligaciones y deudas) y el patrimonio (capital propio), proporcionado una visión clara de la estabilidad financiera de la empresa.

TROPÍ PULPA S.A.S		
BALANCE GENERAL DE CONSTITUCION O DE APERTURA		
Fecha: 15/11/2024		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
DISPONIBLE		
Caja		47.270.000
INVENTARIOS		
Inventario de Producto		
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE		47.270.000
ACTIVO NO CORRIENTE		
ACTIVO FIJO		
Equipo de Oficina y Otros Activo	18.660.000	
Maquinaria y Equipo	3.000.000	21.660.000
DIFERIDOS		
CARGOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos		8.100.000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		29.760.000
TOTAL DEL ACTIVO		77.030.000
PASIVO Y PATRIMONIO		
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aporte de los Inversionistas		77.030.000
TOTAL DEL PATRIMONIO		77.030.000
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		77.030.000

9.3 La Producción y los Costos Operacionales

9.3.1 La Producción Exportable

PROYECCION VOLUMEN DE PRODUCCION COMERCIALIZABLE CON EL EXTERIOR							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
PULPAS DE MARACUYÁ	9216	3	27.648,0000	29.030,4000	30.772,2240	32.926,2797	35.560,3821
TASA DE CRECIMIENTO O DE VARIACION ANUAL DE LA PRODUCCION EXPORTABLE				5,00%	6,00%	7,00%	8,00%

Explicación: La producción exportable hace referencia a la cantidad de productos que están destinados a la exportación, esto considerando la cantidad de producción y la demanda existente en el mercado.

9.3.2.1 Costos Directos

PROYECCION DE LOS COSTOS DE MERCANCIA VENDIDA PARA EXPORTACION (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
PULPAS DE MARACUYÁ	9216	3	165.888.000	178.972.416	194.927.807	214.308.504	237.818.147
COSTO UNITARIO (Costos de Produccion)			6.000	6.165	6.335	6.509	6.688
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			2,75%	2,75%	2,75%	2,75%	2,75%

Explicación: Son todos aquellos costos directamente asociados con la producción del producto que se va a exportar en este caso de la pulpa de maracuyá, insumos y mano de obra directa.

9.3.2.2 Costos de Personal

PORCENTAJES DE CARGA PRESTACIONAL Y PARAFISCAL QUE AFECTAN EL GASTO DE NOMINA (PERSONAL CONTRATO LABORAL)			
CARGA PRESTACIONAL		CARGA PARAFISCAL	
Cesantías	8,33%	Aportes Salud EPS	8,50%
Intereses causados sobre Cesantías	1,00%	Aportes Fondo Pensión	12,00%
Prima de Servicios	8,33%	Riesgos Laborales ARL	1,00%
Vacaciones	4,17%	Aportes Caja Compensación	4,00%
TOTAL	21,83%		25,50%

NOMINA DE PERSONAL AREA DE PRODUCCION							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
Jefe de planta	1.800.000	0	1.800.000	392.940	459.000	2.651.940	31.823.280
Operario 2	1.300.000	162.000	1.462.000	319.155	331.500	2.112.655	25.351.855
Operario 3	1.300.000	162.000	1.462.000	319.155	331.500	2.112.655	25.351.855
			0	0	0	0	0
TOTAL	4.400.000	324.000	4.724.000	1.031.249	1.122.000	6.877.249	82.526.990

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PAA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO					
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nomina Administración	94.902.710	101.295.594	108.119.119	115.402.293	123.176.080
Nómina Ventas y Comercial	57.175.135	61.026.595	65.137.499	69.525.324	74.208.724
Nómina Producción	82.526.990	88.086.215	94.019.922	100.353.339	107.113.391
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	234.604.836	250.408.404	267.276.540	285.280.956	304.498.195

INDICADOR DE PROYECCION DE LOS GASTOS DE NOMINA	
SE TOMARA COMO REFERENCIA EL PROMEDIO DE LA VARIACION DEL SALARIO MINIMO LEGAL MENSUAL VIGENTE EN COLOMBIA EN LOS ULTIMOS DIEZ AÑOS.	
Año 2024	12,07%
Año 2023	16,00%
Año 2022	10,07%
Año 2021	3,50%
Año 2020	6,00%
Año 2019	6,00%
Año 2018	5,90%
Año 2017	7,00%
Año 2016	7,00%
Año 2015	4,60%
Año 2014	4,50%
Año 2013	4,02%
Año 2012	5,81%
Año 2011	4,00%
Año 2010	3,64%
Año 2009	7,67%
TOTAL SUMATORIA	107,78%
TOTAL PROMEDIO	6,74%

Explicación: Son todos aquellos costos que incluyen los salarios, prestaciones y beneficios del personal en el proceso de producción y operación de la empresa.

9.3.2.3 Gastos Generales de Producción

PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DE PRODUCCION PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	% DE PRORRATA AREA DE PRODUCCION	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	1.000.000	10,00%	1.200.000	1.259.991	1.322.981	1.389.119	1.458.565
Servicios publicos	400.000	20,00%	960.000	1.007.993	1.058.384	1.111.296	1.166.852
Arrendamientos	1.300.000	20,00%	3.120.000	3.275.976	3.439.750	3.611.711	3.792.268
Servicios de vigilancia	500.000	10,00%	600.000	629.995	661.490	694.560	729.282
Copias, fotocopias	200.000	0,00%	0	0	0	0	0
Servicio de cafeteria y casino	150.000	0,00%	0	0	0	0	0
Servicios temporales	300.000	15,00%	540.000	566.996	595.341	625.104	656.354
Servicio generales: Aseo y varios	400.000	20,00%	960.000	1.007.993	1.058.384	1.111.296	1.166.852
Servicio de telefonía e internet	200.000	0,00%	0	0	0	0	0
Gastos Legales	200.000	20,00%	480.000	503.996	529.192	555.648	583.426
Mantenimiento y Reparaciones	300.000	15,00%	540.000	566.996	595.341	625.104	656.354
Papelería y utiles de oficina	200.000	0,00%	0	0	0	0	0
Transportes y Fletes	600.000	20,00%	1.440.000	1.511.989	1.587.577	1.666.943	1.750.278
Depreciación de Activos	400.000	20,00%	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Amortización Diferidos	135.000	10,00%	162.000	162.000	162.000	162.000	162.000
Diversos y otros gastos generales	800.000	10,00%	960.000	1.007.993	1.058.384	1.111.296	1.166.852
TOTAL DEL GASTO	7.085.000		11.922.000	12.461.917	13.028.826	13.624.075	14.249.083

Explicación: Estos son aquellos que engloban los costos operativos necesarios para mantener la producción, estos tales como servicios públicos, mantenimiento de equipos y costos de almacenamiento.

9.4 Gastos Generales

9.4.1 Distribución de los Gastos Comunes

DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS GASTOS GENERALES COMUNES A LAS AREAS EMPRESARIALES					
DETALLE O TIPO DE GASTO DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA DE ADMINISTRACION, CONTABLE Y FINANCIERA	AREA DE PRODUCCION (INDUSTRIAL)	AREA COMERCIAL (MERCADERO Y VENTAS)	TOTAL PORCENTAJE
Honorarios Profesionales	1.000.000	50,00%	10,00%	40,00%	100,00%
Servicios publicos	400.000	40,00%	20,00%	40,00%	100,00%
Arrendamientos	1.300.000	30,00%	20,00%	50,00%	100,00%
Servicios de vigilancia	500.000	40,00%	10,00%	50,00%	100,00%
Copias, fotocopias	200.000	65,00%	0,00%	35,00%	100,00%
Servicio de cafeteria y casino	150.000	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%
Servicios temporales	300.000	40,00%	15,00%	45,00%	100,00%
Servicio generales: Aseo y varios	400.000	50,00%	20,00%	30,00%	100,00%
Servicio de telefonía e internet	200.000	60,00%	0,00%	40,00%	100,00%
Gastos Legales	200.000	50,00%	20,00%	30,00%	100,00%
Mantenimiento y Reparaciones	300.000	30,00%	15,00%	55,00%	100,00%
Papelería y utiles de oficina	200.000	50,00%	0,00%	50,00%	100,00%
Transportes y Fletes	600.000	40,00%	20,00%	40,00%	100,00%
Depreciación de Activos	400.000	40,00%	20,00%	40,00%	100,00%
Amortización Diferidos	135.000	60,00%	10,00%	30,00%	100,00%
Diversos y otros gastos generales	800.000	40,00%	10,00%	60,00%	110,00%
TOTAL PRESUPUESTO MES	7.085.000				

INDICADOR DE PROYECCION DEL GASTO. PROMEDIO DEL INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DE LOS ULTIMOS DIEZ AÑOS	
AÑO	VALOR % I.P.C
2011	3,73%
2012	2,44%
2013	1,94%
2014	3,66%
2015	6,77%
2016	5,75%
2017	4,09%
2018	3,18%
2019	3,80%
2020	1,61%
2021	5,62%
2022	13,12%
2023	9,28%
2024	
SUMATORIA	64,99%
PROMEDIO	5,00%

9.4.2. Gastos de Administración

9.4.2.1 Gastos de Personal y su Proyección

NOMINA DE PERSONAL AREA ADMINISTRATIVA, CONTABLE Y FINANCIERA							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
Gerente	2.500.000	0	2.500.000	545.750	637.500	3.683.250	44.199.000
Auxiliar de contabilidad	1.300.000	162.000	1.462.000	319.155	331.500	2.112.655	25.351.855
Recursos humanos	1.300.000	162.000	1.462.000	319.155	331.500	2.112.655	25.351.855
			0	0	0	0	0
TOTAL	5.100.000	324.000	5.424.000	1.184.059	1.300.500	7.908.559	94.902.710

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PAA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO					
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nomina Administración	94.902.710	101.295.594	108.119.119	115.402.293	123.176.080
Nómina Ventas y Comercial	57.175.135	61.026.595	65.137.499	69.525.324	74.208.724
Nómina Producción	82.526.990	88.086.215	94.019.922	100.353.339	107.113.391
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	234.604.836	250.408.404	267.276.540	285.280.956	304.498.195

9.4.2.2 Gastos Generales de Administración y su Proyección

PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	% DE PRORRATA AREA DE ADMINISTRACION, CONTABLE Y FINANCIERA	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	1.000.000	50,00%	6.000.000	6.299.954	6.614.903	6.945.597	7.292.824
Servicios publicos	400.000	40,00%	1.920.000	2.016.000	2.116.800	2.222.640	2.333.772
Arrendamientos	1.300.000	30,00%	4.680.000	4.914.000	5.159.700	5.417.685	5.688.569
Servicios de vigilancia	500.000	40,00%	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Copias, fotocopias	200.000	65,00%	1.560.000	1.638.000	1.719.900	1.805.895	1.896.190
Servicio de cafeteria y casino	150.000	50,00%	900.000	945.000	992.250	1.041.863	1.093.956
Servicios temporales	300.000	40,00%	1.440.000	1.512.000	1.587.600	1.666.980	1.750.329
Servicio generales: Aseo y varios	400.000	50,00%	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
Servicio de telefonía e internet	200.000	60,00%	1.440.000	1.512.000	1.587.600	1.666.980	1.750.329
Gastos Legales	200.000	50,00%	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Mantenimiento y Reparaciones	300.000	30,00%	1.080.000	1.134.000	1.190.700	1.250.235	1.312.747
Papelería y útiles de oficina	200.000	50,00%	1.200.000	1.260.000	1.323.000	1.389.150	1.458.608
Transportes y Fletes	600.000	40,00%	2.880.000	3.024.000	3.175.200	3.333.960	3.500.658
Depreciación de Activos	400.000	40,00%	1.920.000	1.920.000	1.920.000	1.920.000	1.920.000
Amortización Diferidos	135.000	60,00%	972.000	972.000	972.000	972.000	972.000
Diversos y otros gastos generales	800.000	40,00%	3.840.000	4.032.000	4.233.600	4.445.280	4.667.544
PRESUPUESTO MENSUAL	7.085.000		35.832.000	37.478.954	39.208.253	41.024.015	42.930.562

9.4.3. Gastos de Comercialización y ventas

9.4.3.1 Gastos de Personal y su Proyección

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PAA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO					
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nomina Administración	94.902.710	101.295.594	108.119.119	115.402.293	123.176.080
Nómina Ventas y Comercial	57.175.135	61.026.595	65.137.499	69.525.324	74.208.724
Nómina Producción	82.526.990	88.086.215	94.019.922	100.353.339	107.113.391
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	234.604.836	250.408.404	267.276.540	285.280.956	304.498.195

9.4.3.2 Gastos Generales de Comercialización y Ventas

PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DE AREA COMERCIAL (VENTAS) PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	AREA COMERCIAL (MERCADEO Y VENTAS)	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	1.000.000	40,00%	4.800.000	5.039.963	5.291.922	5.556.478	5.834.259
Servicios publicos	400.000	40,00%	1.920.000	1.920.000	1.920.000	1.920.000	1.920.000
Arrendamientos	1.300.000	50,00%	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000
Servicios de vigilancia	500.000	50,00%	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Copias, fotocopias	200.000	35,00%	840.000	840.000	840.000	840.000	840.000
Servicio de cafeteria y casino	150.000	50,00%	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
Servicios temporales	300.000	45,00%	1.620.000	1.620.000	1.620.000	1.620.000	1.620.000
Servicio generales: Aseo y varios	400.000	30,00%	1.440.000	1.440.000	1.440.000	1.440.000	1.440.000
Servicio de telefonía e internet	200.000	40,00%	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Gastos Legales	200.000	30,00%	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000
Mantenimiento y Reparaciones	300.000	55,00%	1.980.000	1.980.000	1.980.000	1.980.000	1.980.000
Papelería y utiles de oficina	200.000	50,00%	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Transportes y Fletes	600.000	40,00%	2.880.000	2.880.000	2.880.000	2.880.000	2.880.000
Depreciación de Activos	400.000	40,00%	1.920.000	1.920.000	1.920.000	1.920.000	1.920.000
Amortización Diferidos	135.000	30,00%	486.000	486.000	486.000	486.000	486.000
Diversos y otros gastos generales	800.000	60,00%	5.760.000	5.760.000	5.760.000	5.760.000	5.760.000
PRESUPUESTO MENSUAL	7.085.000		38.226.000	38.465.963	38.717.922	38.982.478	39.260.259

NOMINA DE PERSONAL AREA DE VENTAS O COMERCIAL							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
Director de ventas	1.800.000		1.800.000	392.940	459.000	2.651.940	31.823.280
Asesor de ventas	1.300.000	162.000	1.462.000	319.155	331.500	2.112.655	25.351.855
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
TOTAL	3.100.000	162.000	3.262.000	712.095	790.500	4.764.595	57.175.135

9.4.3.3. Los Gastos del Proceso Exportador

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I	PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial	PULPA DE MARACUYA
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	08.11.90.94
		POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	08.11.90.94
	III	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	KG
	IV	VALOR POR UNIDAD COMERCIAL USD	8,06
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	V	TIPO DE EMPAQUE	Bolsas de polipropeno
		DIMENSIONES DEL EMPAQUE m	15 cm * 10 cm * 10 cm
	VI	ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	Colombia- Buenaventura
	VII	DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	Canada- Toronto
	VIII	PESO TOTAL KG/TON	8,168 Ton
	IX	UNIDAD DE CARGA	Contenedor 20
	X	UNIDADES COMERCIALES	9216
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XI	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	158.4 M3
	XII	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	CIF
	XIII	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	Carta Credito
	XIV	TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	4,344.55

CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN			MARÍTIMO		
			Costo Unitario USD	Costo Total USD	TIEMPO (DÍAS)
		EMPAQUE	0,18	1.244,16	
		EMBALAJE	0,035	27,620	
PAIS EXPORTADOR		VALOR EXW	8,20	75.552,74	-
		Costos Directos			
		UNITARIZACIÓN	0,011	98,03	
		MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR	0,012	115,09	
		DOCUMENTACIÓN	0,011	101,25	
		TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)	0,020	184,14	
		ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	0,000		
		MANIPULEO PREEMBARQUE	0,010	92,07	
		MANIPULEO EMBARQUE	0,011	105,58	
		BANCARIO	0,017	161,12	
		AGENTES	0,008	70,25	
		Costos Indirectos			
		ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto	0,000		
		CAPITAL-INVENTARIO	0,000		
		SEGURO***		230,17	
		COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	0,126	1.157,70	
		VALOR : FCA.No Incluye Embarque	8,312	76.604,86	-
		VALOR : FAS No Incluye Embarque	8,312	76.604,86	-
		VALOR : FOB	8,324	76.710,44	-

TRÁNSITO INTERNACIONAL		TRANSPORTE INTERNACIONAL	0,000		
		VALOR CFR	8,324	76.710,44	-
		VALOR CPT	8,324	76.710,44	-
		SEGURO INTERNACIONAL	0,054	497,12	
		VALOR CIF	8,378	77.207,56	-
		VALOR CIP	8,378	77.207,56	-
		MANIPULEO DE DESEMBARQUE	0,000		
		Costos indirectos			
		CAPITAL-INVENTARIO	0,000	-	
		COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL	0,180	1.654,82	
		VALOR DAP** No Incluye Desembarque	8,378	77.207,56	-
		VALOR DAT	8,378	77.207,56	-
PAIS IMPORTADOR		TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR	0,000		
		ALMACENAMIENTO	0,000		
		VALOR DAP***	8,378	77.207,56	-
		DOCUMENTACION	0,000		
		ADUANEROS (IMPUESTOS)	0,000		
		AGENTES	0,000		
		BANCARIO	0,000		
		Costos indirectos			
		CAPITAL-INVENTARIO	0,000	-	-
		SEGURO			
		COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR	0,000		
		VALOR DDP TOTAL	8,378	77.207,56	-

	COSTO TOTAL DE LA EXPORTACION	7.189.448,23	
	UNIDADES EXPORTADAS	9216	
	COSTO POR UNIDAD EXPORTADA	780	
VALOR DE LA EXPORTACION EN USD A COP			
1,654.82 * 4,344.55 = 7.189.448,23			

PROYECCION DE LOS COSTOS DE EXPORTACION (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
PULPAS DE MARACUYÁ	9216	3	4.680.630	4.941.605	5.217.130	5.508.018	5.815.124
Gastos del Proceso Exportador (Costos de la Exportación)			780	802	824	846	870
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			2,75%	2,75%	2,75%	2,75%	2,75%

Explicación: Estos gastos generales son aquellos de la cuales la empresa debe tener en cuenta para su funcionamiento sea optimo, son gastos que puede variar, pero que están presentes en el desarrollo de esta

Comunes: Los costos compartidos en las diferentes áreas de la empresa y de la cuales son necesarios, como servicios básicos o mantenimiento de esta.

- *Administración:* son los costos asociados a la gestión de la empresa, como las asesorías, papelería y demás.
- *Comercialización:* son todos aquellos relacionados a la promoción y venta de las pulpas de maracuyá, publicidad, distribución de la logística.
- *Proceso de exportación:* son los gastos nacionales hasta el punto de destino acordado para que llegue al comparador, es decir, seguro internacional, transporte, documentación de transmites aduaneros, entre otros.

9.5. Ingresos y su Proyección

PROYECCION DE LOS INGRESOS (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (UNIDADES)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
PULPAS DE MARACUYÁ	9216	3	497.664.000	536.917.248	584.783.421	642.925.512	713.454.441
PRECIO UNITARIO DE VENTA			18.004	18.495	19.004	19.526	20.063
INDICADOR DE VARIACION DEL PRECIO DE EXPORTACION			2,75%	2,75%	2,75%	2,75%	2,75%

FECHA	VALOR TASA DE CAMBIO	VARIACION PORCENTUAL
Noviembre 01 - 2024	4.409,00	5,53%
Octubre 01 - 2024	4.178,00	0,43%
Septiembre 01 - 2024	4.160,00	2,46%
Agosto 01 - 2024	4.060,00	-2,12%
Julio 01 - 2024	4.148,00	7,46%
Junio 01 - 2024	3.860,00	
SUMATORIA DE LA VARIACION		13,76%
PROMEDIO VARIACION		2,75%

Explicación: Estos son aquellos que representan los ingresos esperados por la venta de las pulpas de maracuyá en el mercado canadiense. La proyección de los ingresos se basa en los estudios del mercado, precios, demanda estimada y estrategias de comercialización.

9.6. Estados de Resultados y su proyección

TROPÍ PULPA					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Periodo de Evaluación del Proyecto					
CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
INGRESOS					
INGRESOS OPERACIONALES					
Ingresos por Ventas					
Nacionales					
En el Exterior	497664000	536917248	584783420,7	642925512,3	713454441
TOTAL INGRESOS	497664000	536917248	584783420,7	642925512,3	713454441
COSTO DE VENTAS					
Costo de la Mercancía vendida	165888000	178972416	194927806,9	214308504,1	237818147
Costos de la exportación	4680630,358	4941604,754	5217130,105	5508017,715	5815124,128
Gastos de Personal (Producción)	82.526.990	88.086.215	94.019.922	100.353.339	107.113.391
Otros Costos: Gastos Generales Producción	11.922.000	12.461.917	13.028.826	13.624.075	14.249.083
TOTAL COSTOS	265017620,8	284462152,5	307193685	333793936,5	364995745,2
UTILIDAD BRUTA	232646379,2	252455095,5	277589735,7	309131575,8	348458695,7
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION					
Gastos de Personal de Administración	94.902.710	101.295.594	108.119.119	115.402.293	123.176.080
Gastos Generales de Administración	35.832.000	37.478.954	39.208.253	41.024.015	42.930.562
GASTOS GENERALES DE VENTAS					
Gastos de Personal de Ventas y Comercial	57.175.135	61.026.595	65.137.499	69.525.324	74.208.724
Gastos Generales de Ventas	38.226.000	38.465.963	38.717.922	38.982.478	39.260.259
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES	226.135.846	238.267.106	251.182.794	264.934.110	279.575.625
UTILIDAD OPERACIONAL	6.510.534	14.187.989	26.406.942	44.197.466	68.883.071
Provisión Impuesto de Renta 35%	2278686,775	4965796,197	9242429,767	15469113,16	24109074,87
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	4.231.847	9.222.193	17.164.512	28.728.353	44.773.996
Reserva Legal	423184,6867	922219,2937	1716451,243	2872835,3	4477399,619
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS	3.808.662	8.299.974	15.448.061	25.855.518	40.296.597

Explicación: El resumen total financiero que muestra el desempeño económico de la empresa en el periodo determinado, estos incluyen costos, ingresos y gastos totales de la empresa, todas aquellas salidas y entradas, resultando en la utilidades o pérdida neta, lo que permite evaluar la eficiencia y rentabilidad del negocio.

9.7. Flujo Neto de Efectivo

TROPÍ PULPA						
FLUJO NETO DE EFECTIVO						
Periodo de Evaluación del Proyecto						
CONCEPTO		AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
INGRESOS						
INGRESOS OPERACIONALES						
Ingresos por Ventas						
Nacionales		0	0	0	0	0
En el Exterior		497664000	536917248	584783420,7	642925512,3	713454441
TOTAL INGRESOS		497664000	536917248	584783420,7	642925512,3	713454441
COSTO DE VENTAS						
Costo de la Mercancía vendida		165888000	178972416	194927806,9	214308504,1	237818147
Costos de la exportación		4680630,358	4941604,754	5217130,105	5508017,715	5815124,128
Gastos de Personal (Producción)		82526990,4	88086214,79	94019922,43	100353339,5	107113391,3
Otros Costos: Gastos Generales Producción		11922000	12461916,92	13028825,54	13624075,23	14249082,82
TOTAL COSTOS		265017620,8	284462152,5	307193685	333793936,5	364995745,2
UTILIDAD BRUTA		232646379,2	252455095,5	277589735,7	309131575,8	348458695,7
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN						
Gastos de Personal de Administración		94.902.710	101.295.594	108.119.119	115.402.293	123.176.080
Gastos Generales de Administración		35.832.000	37.478.954	39.208.253	41.024.015	42.930.562
GASTOS GENERALES DE VENTAS						
Gastos de Personal de Ventas y Comercial		57.175.135	61.026.595	65.137.499	69.525.324	74.208.724
Gastos Generales de Ventas		38.226.000	38.465.963	38.717.922	38.982.478	39.260.259
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES		226.135.846	238.267.106	251.182.794	264.934.110	279.575.625
UTILIDAD OPERACIONAL		6.510.534	14.187.989	26.406.942	44.197.466	68.883.071
Provisión Impuesto de Renta 35%		2.278.687	4.965.796	9.242.430	15.469.113	24.109.075
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		4.231.847	9.222.193	17.164.512	28.728.353	44.773.996
Reserva Legal		423.185	922.219	1.716.451	2.872.835	4.477.400
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS		3.808.662	8.299.974	15.448.061	25.855.518	40.296.597

UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS		3.808.662	8.299.974	15.448.061	25.855.518	40.296.597
GASTOS NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación de Activos		4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000
Amortización Diferidos		1.620.000	1.620.000	1.620.000	1.620.000	1.620.000
INVERSIONES PRELIMINARES						
Gastos Preoperativos	8.100.000					
Inversiones Fijas	21.660.000					
Capital de Trabajo	47.270.000					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	77.030.000	10228662,18	14719973,64	21868061,18	32275517,7	46716596,57

Explicación: Refleja la salida y la entrada del dinero en la empresa, determinado si hay liquidez suficiente para operar. Un flujo positivo indica que la empresa genera más efectivo que lo que gasta, mientras que un flujo negativo puede señalar problemas de financiamiento, en este sentido la empresa Tropi pulpa cuenta con resultados positivos lo cual es algo beneficiosos.

9.8. Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno

VALOR PRESENTE NETO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE VALOR PRESENTE NETO						5,000000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-77.030.000	10.228.662	14.719.974	21.868.061	32.275.518	46.716.597
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1,000000	1,050000	1,102500	1,157625	1,215506	1,276282
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-77.030.000	9.741.583	13.351.450	18.890.453	26.553.148	36.603.676
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						28.110.311
TASA INTERNA DE RETORNO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO						14,600000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-77.030.000	10.228.662	14.719.974	21.868.061	32.275.518	46.716.597
Coeficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1,000000	1,146000	1,313316	1,505060	1,724799	1,976620
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-77.030.000	8.925.534	11.208.250	14.529.693	18.712.626	23.634.592
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						-19.305

Explicación: Estos son aquellos que miden la rentabilidad del proyecto de exportación de pulpa de maracuyá, considerando la inversión inicial y los flujos de efectivo futuros, que son descontados a una tasa específica.

Punto de Equilibrio y Costos Beneficio

El análisis de costo-beneficio se utiliza para valorar si la inversión en la exportación de pulpas de maracuyá es rentable, sostenible y viable en el contexto económico del mercado internacional. La evaluación ayudará a determinar si los beneficios potenciales de la exportación superan los costos asociados con la producción, el procesamiento, el transporte, los trámites legales y aduaneros, entre otros factores.

COSTO TOTAL: 253,095.621 COP

CALCULO

- Costo de la mercancía vendida: 165,888.000 COP
- Costo de exportación: 4,680.630 COP

- Gastos del personal en producción: 82,526.990 COP

FORMULA

Costo total: (Costo mercancía) + (Costo expo) + (Gasto producción)

$$= 165,888.000 + 4,680.630 + 82,526.990 = 253,095.621.$$

CALCULO BENEFICIO

- Ingresos totales: 497,664.000 COP
- Costo Total: 253,095.621 COP

FORMULA

(Ingresos) – (Costo total)

$$497,664.000 - 253,095.621 = 24,568.379 \text{ COP}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio indica el ingreso necesario para que la empresa no cuente con pérdidas o ganancias.

CALCULO

- Costos fijos: gastos del personal en producción (82,526.990 COP)
- Costos variables: Costo de la mercancía + Costo de exportación
(165,888.000 + 4,680.630 = 170,568.630 COP)

FORMULA

$$\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \left(\frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{INGRESOS}} \right)}$$

Costos fijos: 82,526.990 COP

Costos variables: 170.568.630 COP

Ingresos: 497,664,000 COP

REEMPLAZO

$$82,526.990 / 1 - (170,568.630 / 497,664.000)$$

$$82,526.990 / 1 - (0.343)$$

$$82,526.990 / (1 - 0.343)$$

$$82,526.990 / 0.657 = 125,611,857 \text{ COP}$$

RESUMEN

- Costo Total: 253,095,621 COP
- Beneficio: 244,568,379 COP
- Punto de Equilibrio: 125,611,857 COP

Conclusión

De esta manera, se puede concluir que por medio del análisis de viabilidad y estudio de mercado revelo que la exportación de pulpa de maracuyá resulta favorable, dado que presenta una oportunidad significativa para el desarrollo del proyecto, esto se debe a la creciente demanda de interés en productos naturales y saludables en el mercado extranjero. Gracias a esta investigación se identificó la existencia de un considerable segmento del mercado para la pulpa de fruta de maracuyá expuesta a unos consumidores donde buscan satisfacer sus necesidades en opciones de alimenticias saludable y duraderas.

Este estudio también destaca la importancia de la exportación de pulpas de maracuyá para el sector, pues beneficia a los agricultores del Valle del Cauca, al ser un producto transformado principalmente de la producción local. A su vez, contribuye económicamente al país mediante las exportaciones y a los compradores mientras satisfacen sus necesidades, manteniendo la frescura del producto.

En términos de competitividad, frente a las exportaciones de frutas exóticas a Canadá, este caso maracuyá, en el cual representan un sector emergente de gran impacto la propuesta de pulpa y logra identificar que es un sector casi reciente, pero ha sido de gran impacto ya que se presenta menos perdidas del producto y más venta y frescura.

Finalmente, por medio del desarrollo del trabajo se logra detallar a profundidad las capacidades que cuenta Colombia para exportar la pulpa de maracuyá, además de las facilitaciones como el acuerdo comercial que cuenta y la beneficiaria influencia sobre las tierras fértiles colombianas y la no fértiles canadienses.

Recomendaciones

A partir de los hallazgos de esta investigación sobre la factibilidad de la exportación de pulpa de maracuyá, se presentan las siguientes recomendaciones para garantizar el éxito del proceso.

En primer lugar, se recomienda realizar un diagnóstico exhaustivo del mercado, con el fin de obtener una visión detallada de los factores clave que influyen en la exportación. Este análisis permitirá identificar oportunidades en los mercados internacionales, definir el mercado objetivo y desarrollar propuestas innovadoras que se ajusten a las necesidades y preferencias de los consumidores. Además, es fundamental investigar a fondo las particularidades del país destino, incluyendo sus normativas sanitarias, estándares de calidad y tendencias de consumo, con el propósito de adaptar el producto a sus exigencias.

En segundo lugar, se sugiere llevar a cabo un análisis detallado de los aspectos técnicos y legales involucrados en el proceso de exportación. Este análisis debe incluir la identificación y cumplimiento de regulaciones específicas del país de destino, la certificación de calidad e inocuidad del producto y la optimización de los procesos logísticos para garantizar una operación eficiente. Un aspecto clave en este punto es la implementación y gestión de la cadena de frío, ya que la pulpa de maracuyá requiere condiciones específicas de almacenamiento y transporte para mantener su calidad y frescura. Se recomienda evaluar proveedores de transporte refrigerado y asegurar que las temperaturas se mantengan dentro de los rangos adecuados desde la producción hasta la entrega final.

Uso de empaques adecuados, Se recomienda emplear materiales de embalaje aislantes y sellados al vacío para prolongar la vida útil del producto y reducir riesgos de contaminación.

Monitoreo constante de la cadena de frío, Implementar un sistema de trazabilidad con sensores de temperatura durante el transporte permitirá controlar y registrar las condiciones en cada etapa de la exportación.

Estrategias logísticas eficientes esto implica optar por rutas y proveedores logísticos confiables, con experiencia en exportaciones de productos perecederos, reducirá tiempos de entrega y garantizará la frescura de la pulpa en el mercado canadiense.

Finalmente, es esencial desarrollar una estructura administrativa y financiera sólida que permita evaluar con precisión la viabilidad económica del proyecto. Esto incluye la identificación de proveedores internacionales, la optimización de costos logísticos y operativos, y la determinación de los márgenes de rentabilidad. Además, se recomienda establecer estrategias financieras para mitigar riesgos asociados a fluctuaciones en los costos de exportación y garantizar un flujo de caja estable que respalde la sostenibilidad del negocio.

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.). ¿Qué es pulpa? es fruta. Recuperado el abril de 2024, de <https://www.esfruta.ec/es/inicio>
6Wresearch. (s.f.). Obtenido de <https://www.6wresearch.com/industry-report/canada-fruit-pulp-market>

ANALDEX. (abril de 2024). Obtenido de <https://analdex.org/2024/06/27/exportaciones-de-fruta-fresca-colombiana-crecen-29-durante-los-cuatro-primeros-meses-del-ano/>

(s.f.). Análisis Colombia. Obtenido de <https://www.solidaritat.ub.edu/observatori/esp/colombia/analisis2.htm>

Análisis del tamaño y la participación del mercado de verduras y frutas de Canadá tendencias y pronósticos de crecimiento (2023 - 2028) . (2023). Modor intellegence. Recuperado el 25 de febrero de 2024, de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/canada-fruits-and-vegetables-market>

(s.f.). Aspectos básicos de exportacion. DIAN. Recuperado el abril de 2024, de <https://www.dian.gov.co/aduanas/Regimen-de-Aduanas/Documents/ABC-Aspectos-basicos>

botero, M. (2020). Procolombia. Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/como-exportar/por-que-exportar>

Britannica . (s.f.). Obtenido de <https://www.britannica.com/place/Canada/Indigenous-peoples>.

Canada, comisiones. (s.f.). Obtenido de <https://www.diputados.gob.mx/comisiones/exteriores/paises/cana.htm>

Ceballo, M. (27 de agosto de 2024). Areandina 40. Obtenido de <https://www.areandina.edu.co/blogs/como-esta-la-economia-en-colombia-perspectivas-generales>

DANE. (16 de febrero de 2024). DANE (SIPSAs). Obtenido de DANE (SIPSA): <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/SIPSA/bol-SIPSASemanal-10feb-16feb-2024.pdf>

DANE. (s.f.). Balanza comercial. Recuperado el abril de 2024, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/balanza-comercial>

DataCredito Experian. (14 de mayo de 2024). Obtenido de <https://www.datacredito.com.co/blogs/datablog/tecnologia-en-colombia/>

Datosmacro.com. (s.f.). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/canada#:~:text=Su%20capital%20es%20Ottawa%20y, respecto%20al%20P%C3%8EB%20del%20mundo>

DIAN. (s.f.). Aspectos basicos en la exportacion. Recuperado el abril de 2024, de <https://www.dian.gov.co/aduanas/Regimen-de-Aduanas/Documents/ABC-Aspectos-basicos-Exportacion.pdf>

dreamcanada . (s.f.). Obtenido de <https://xn--aoescolarencanada-fxb.es/estudiar-secundaria-en-canada/poblacion-y-cultura-en-canada/#:~:text=Canad%C3%A1%20es%20un%20pa%C3%ADs%20multicultural,y%20el%20sur%20de%20Europa.>

Edictorial, E. (2017). Geografia Economica (Ques es y ejemplos). Recuperado el abril de 2024, de <https://www.significados.com/geografia-economica/>

Frutas tropicales en Canada. (2021). OEC. Recuperado el 28 de 02 de 2024, de <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/tropical-fruits/reporter/can>

Introduccion al Comercio Intercional . (s.f.). En Biblioteca juridica virtual del instituto de investigaciones juridicas de la UNAM. Obtenido de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2951/4.pdf>

inversion, E. d. (s.f.). ¿Ques es balanza comercial? Recuperado el abril de 2024, de <https://www.estrategiasdeinversion.com/herramientas/diccionario/economia/balanza-comercial-t-40>

(s.f.). Ley 7 de 1191. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-juridica/leyes/ley-7-de-1991.aspx>

(s.f.). Logycom. Recuperado el abril de 2024, de <https://www.logycom.mx/blog/que-es-la-cadena-de-abastecimiento-o-suministros>

Maracuya: su precio y su mercado. (s.f.). Obtenido de <https://colombiagricola.com/2024/02/19/maracuya-asi-son-su-precio-y-mercado/#:~:text=El%20abastecimiento%20de%20maracuy%C3%A1%20se,seg%C3%BAn%20un%20informe%20del%20DANE.>

MDPI. (2023). Obtenido de <https://www.mdpi.com/2674-0311/2/1/2>

MINCIT. (s.f.). ¿Que son los tratados de libre comercio? Obtenido de <https://www.tlc.gov.co/>

MINCIT. (s.f.). Resumen del acuerdo comercial con Canada . Recuperado el 2024, de <https://www.tlc.gov.co/acuerdos/vigente/acuerdo-de-promocion-comercial-con-canada/1-antecedentes/2-2-resumen-del-acuerdo-comercial-con-canada>

Ministerio de agricultura. (febrero de 2024). Obtenido de <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/El-sector-agropecuario-apor%C3%B3-el-mayor-crecimiento-en-las-exportaciones-de-enero---.aspx>

Ministerio de Ciencia Tecnologia e Innovacion. (26 de enero de 2006). Obtenido de <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

Modor intelligence . (2023). Análisis del tamaño y la participación del mercado de verduras y frutas de Canadá tendencias y pronósticos de crecimiento (2023 - 2028). Recuperado el 25 de febrero de 2024, de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/canada-fruits-and-vegetables-market>

mordorintelligence. (s.f.). Obtenido de <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/canada-fruits-and-vegetables-market>

Noreña, M. E. (2021). Minagricultura. Obtenido de Cadena de pasifloras: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Pasifloras/Documentos/2021-03-31%20Cifras%20Sectoriales.pdf>

(2019). Plan estrategico para la comercializacion y exportacion de pulpa de fruta. Obtenido de https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/15631/1/T.MI_RestrepoRuizAngieAlejandra_2019.pdf

Procolombia. (2 de febrero de 2023). Obtenido de <https://colombia.co/pais-colombia/los-colombianos-somos-asi/colombia-un-pais-multicultural-y-plurietnico#:~:text=En%20Colombia%20se%20dio%20la,descendientes%20de%20amerindios%20y%20negros>

Procolombia. (s.f.). Oportunidades de Negocio en el Sector Agroindustria. Recuperado el 28 de 02 de 2024, de <https://www.colombiatrade.com.co/oportunidades/sectores/agroindustrial>

Procolombia, C. (7 de febrero de 2024). Procolombia. Obtenido de procolombia.co/sala-de-prensa/noticias/colombia-muestra-en-fruit-logistica-su-apuesta-en-europa-por-una-canasta-diversificada-y-sostenible

República, B. d. (2015). Ley 1991. Recuperado el Abril de 2024, de <https://www.banrep.gov.co/es/normatividad/leyes/ley-9-1991#:~:text=NUEVO%20ESTATUTO%20CAMBIARIO%2C%20LEY%209,y%20se%20adoptan%20medidas%20complemen>

República, B. d. (2018). Resolucion externa Nro1. Recuperado el abril de 2024, de <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/reglamentacion/compendio-res-ext-1-de-2018.pdf>

TRADEMAP . (2023). Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx> Volza. (2023). Passion fruit import data of Canada. Obtenido de

<https://www.volza.com/p/passion-fruit/import/import-in-canada/>

Volza. (25 de junio de 2024). Obtenido de <https://www.volza.com/p/passion-fruit/export/>

WWF . (enero de 2023). Obtenido de <https://www.wwf.org.co/?381010/Estos-seran-los-retos-ambientales-de-Colombia-para-el-2023#:~:text=Colombia%20es%20un%20pa%20que>