

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE GRANADILLAS DESDE
SANTIAGO DE CALI, COLOMBIA HACIA ROTTERDAM, PAÍSES BAJOS**

Jhon Heyder Torres Tovar

Jimmy Daniel Arce García

Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez”

Tecnología En Gestión de Comercio Exterior

Santiago de Cali

2025

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE GRANADILLAS DESDE
SANTIAGO DE CALI, COLOMBIA HACIA ROTTERDAM, PAÍSES BAJOS**

Jhon Heyder Torres Tovar

Jimmy Daniel Arce García

Tutor

M. Sc. Harrison Sánchez Sevillano

Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez”

Tecnología En Gestión de Comercio Exterior

Santiago de Cali

2025

Contenido

1. El Planteamiento Del Problema	14
1.1. Identificación Del Problema	14
1.2. Descripción Del Problema.....	14
1.3. Cuadro De Síntoma-Causas-Pronostico-Y Control De Pronostico.....	16
1.4. Formulación Del Problema.....	17
1.5. Sistematización del problema.	17
2. Objetivos	18
2.1. Objetivo General.....	18
2.2. Objetivos Específicos	18
3. Justificación	19
3.1. Justificación Teórica.....	19
3.2. Justificación Práctica	21
3.3. Justificación Metodológica.....	21
4. Marcos Referenciales	22
4.1. Antecedentes de la investigación	22
4.2. Marco Teórico.....	25

4.3. Marco conceptual	28
4.4. Marco contextual	29
4.5. Marco legal.....	31
4.6. Marco temporal	34
5. Diseño Metodológico	35
5.1. Estudio De Viabilidad	35
5.2. Clase o tipo de investigación	36
5.3. Método de investigación	37
5.4. Técnicas de investigación	38
5.5. Población y muestra	38
5.6. Procedimientos.....	39
5.7. Línea de investigación	39
5.8. Delimitación Del Objeto De Estudio	39
6. Estudio De Mercado.....	40
6.1. Análisis Del Sector	40
6.1.1 El Sector Exportador Colombiano	41
6.2.1 El Mercado Del Producto En El Exterior	45

6.2.2	Análisis Foda.....	47
6.2.	Inteligencia De Mercado	47
6.2.1	Posibles Mercados Para La Exportacion Del Producto.....	47
6.2.2.	País Seleccionado (Países Bajos)	51
6.2.3	El País De Origen (Colombia)	57
6.3	El Producto.....	64
6.3.1	Portafolio Del Producto	64
6.3.2	Generalidades Y/O Características Del Producto A Exportar	66
6.4	El Mercado Proveedor	67
6.5	El Mercado Potencial Objetivo	68
6.5.1	La Población Objetivo	70
6.5.2	Tendencias Y Comportamiento De Consumo En El País Destino.....	73
6.5.3	Requisitos Del Consumidor Del País Destino.....	74
6.6	El Mercado Competidor	76
6.6.1	Países Exportadores Del Producto.....	77
6.6.2	Procedencia Del Producto En El País Destino.....	79
6.6.3	Los Precios Internacionales Del Producto	80

6.7 El Canal De Distribución	81
6.9 Estrategias De Mercadeo Y Ventas	82
7. El Estudio Técnico.....	84
7.1 Localización Del Proyecto	84
7.1.1 Macro Localización	85
7.1.2 Micro localización	87
7.1.3 La Planta Física	89
7.2 Aspectos Técnicos Del Producto	90
7.2.1 Ficha Técnica Del Producto	90
7.2.2 Capacidad De Producción Y/O Comercialización Por Unidad De Tiempo	91
7.2.3 Unidad De Empaque Y Etiquetado Para La Exportación	92
7.3 Unidad Empresarial Exportadora.....	97
7.3.1 Tipo De Sociedad	97
7.3.2 Razón Social.....	99
7.3.3 Misión Y Visión De La Empresa.....	99
7.3.4 Principios Y Valores	99

7.3.5 Políticas De Empresa	101
7.3.6 Organigrama Empresarial	103
7.3.7 Las Necesidades Del Personal	103
7.3.8 Perfiles Y Funciones Del Personal	104
8. El plan exportador	110
8.1 Régimen De Exportación	110
8.2 Tramites Del Proceso Exportador	111
8.2.1 Posición Arancelaria	114
8.2.2 Permisos Previos Y/O Vistos Buenos.....	115
8.2.3 Termino De Negociación.....	116
8.2.4 Agente De Carga Y/O Tipo De Transporte	116
8.2.5 Medio De Pago.....	117
8.2.6 El Contrato De Exportación.....	118
9. Políticas Sociales Y Ambientales.....	120
10. El Estudio Económico Y Financiero.....	122
10.1 Las Inversiones Preliminares	122
10.1.1 Los Gastos Preoperativos	122

10.1.2 Las Inversiones Fijas.....	123
10.1.3 El Capital de Trabajo	124
10.1.4 La Composición del Capital	125
10.2 El Balance General De Constitución	125
10.3 La Producción y Los Costos Operacionales.....	127
10.3.1 La Producción Exportable.....	127
10.4 Los Gastos Generales	130
10.4.1 La Distribución De Los Gastos Comunes	130
10.4.2 Los Gastos De Administración.....	131
10.4.3 Los Gastos De Comercialización y Ventas.....	134
10.5 Los Ingresos y su Proyección.....	138
10.6 El Estado de Resultados y su Proyección	139
10.7 El Flujo Neto de Efectivo	140
10.8 El VPN y la TIR.....	141
11. Conclusión.....	142
12. Recomendaciones	145
13. Bibliografía	146

Ilustración 1 Tomado de Wikipedia (2011)	30
Ilustración 2 Tomado de Wikipedia (2011)	31
Ilustración 3 Imagen de autoría propia.....	47
Ilustración 4 Imagen tomada de geo-ref.....	48
Ilustración 5 imagen tomada de geo-ref.....	49
Ilustración 6 imagen tomada de comercioexterior.ub.edu	49
Ilustración 7 imagen tomada de wikipedia.com.....	50
Ilustración 8 imagen tomada de shutterstock.com (2017).....	51
Ilustración 9 imagen tomada de Elespectador.com (2025)	64
Ilustración 10 imagen tomada de wikipedia.com (2008)	77
Ilustración 11 imagen tomada de freepik.es.....	78
Ilustración 12 imagen tomada de elements.envato.com.....	78
Ilustración 13	82
Ilustración 14 imagen tomada de geo-ref.net	85
Ilustración 15 imagen tomada de shutterstock.com	86
Ilustración 16 imagen tomada de elpais.com (2024).....	87

	10
Ilustración 17 imagen tomada de pinterest.com (2024).....	88
Ilustración 18.....	89
Ilustración 19 imagen tomada de made-in-china.com	94
Ilustración 20 imagen tomada de cajasyprecintos.com	94
Ilustración 21 imagen tomada de unipalet.com (2024).....	95
Ilustración 22.....	96
Ilustración 23 imagen de autoría propia.....	103
Ilustración 24 imagen tomada de pinterest.com.....	110

Introducción

En el presente proyecto se explora como la granadilla puede ser un producto con un alto potencial de exportación hacia mercados exigentes como el europeo. Particularmente Países Bajos, con su infraestructura logística avanzada y su rol estratégico como puerta de entrada al resto de países de la Unión Europea, representa un destino clave para la internacionalización de este producto colombiano.

Mediante el presente documento se tiene como propósito desarrollar un estudio de factibilidad que permita evaluar la viabilidad técnica, económica, legal y comercial de exportar granadilla desde Santiago de Cali, Colombia hacia la ciudad de Rotterdam, Países Bajos. Para ello, se analizan múltiples factores como la posible demanda del mercado europeo y neerlandés, los marcos normativos internacionales, las condiciones logísticas y una breve evaluación de los posibles requisitos fitosanitarios.

La investigación se fundamenta en teorías clásicas como la ventaja comparativa de David Ricardo, el modelo de Heckscher-Ohlin, y estrategias competitivas de Michael Porter, aparte de nutrirse de antecedentes de investigaciones pasadas. El siguiente proyecto no solo tiene como fin determinar la viabilidad de la exportación, también tiene como objetivo generar conocimiento aplicable para futuros proyectos.

El capítulo de inteligencia de mercado cumple con la función de analizar el entorno comercial, identificar oportunidades y evaluar la demanda y competencia del producto en los países de la operación. Este componente permite determinar la viabilidad comercial del proyecto al estudiar precios nacionales e internacionales, preferencias del consumidor europeo, requisitos de ingreso y estrategias de posicionamiento. Además, aporta información

fundamental para definir el segmento objetivo y la propuesta de valor, asegurando que la microempresa oriente sus esfuerzos hacia un mercado real, rentable y en crecimiento.

El estudio técnico y logístico tiene como propósito definir los procesos, recursos e infraestructura necesarios para que la exportación se ejecute de manera eficiente y segura. En este proyecto permite determinar cómo se realizará el empaque, embalaje, conservación, transporte interno y entrega bajo el término indicado, asegurando que la fruta llegue en óptimas condiciones al punto acordado. Este capítulo también evalúa la capacidad operativa y la disponibilidad logística en la región, elementos que son esenciales para garantizar una operación exitosa.

El capítulo administrativo y legal tiene como finalidad estructurar la organización interna y asegurar el cumplimiento normativo de la exportación. Permite definir el tipo de empresa, las funciones del personal, los procedimientos documentales y las responsabilidades frente a las entidades de regulación y control. Además, orienta sobre la correcta aplicación del término utilizado y las herramientas necesarias para llevarlo a cabo, garantizando que la operación se realice jurídica, estructural y administrativamente correcta y sólida.

Las políticas sociales y ambientales tienen como objetivo integrar la sostenibilidad, la responsabilidad social y la gestión ambiental dentro del proyecto, permite establecer prácticas que fomenten el bienestar de todos los implicados en la operación, la generación de empleo y la protección del entorno natural mediante el uso eficiente de recursos y la reducción de emisiones. De esta forma se asegura que la actividad exportadora sea socialmente justa y ambientalmente responsable, fortaleciendo la posición de la microempresa en mercados internacionales que valoran el comercio ecológico.

El estudio económico y financiero deberá evaluar la rentabilidad económica del proyecto, traduciendo toda la información técnica, comercial y administrativa en resultados cuantitativos. A través de indicadores como el VPN y la TIR, este capítulo permitirá determinar si la inversión genera beneficios superiores a los costos y si el proyecto es viable en el tiempo.

1. EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Identificación del problema

Se observa una oportunidad de negocio en la exportación de granadilla desde Cali, Colombia hacia Países bajos. Se encontró que el país de destino tiene una alta cantidad en las reexportaciones de fruta que se realizan hacia los demás países de la unión europea, considerándose una buena oportunidad para abastecer la demanda en los demás países europeos.

1.2. Descripción del problema

De acuerdo a la investigación de Procolombia, existe una tendencia positiva en las exportaciones de frutas frescas hacia el continente europeo, puesto que sólo entre enero y julio del 2024 las exportaciones de la granadilla alcanzaron 2,8 millones mientras que a lo largo de todo 2023 las exportaciones de granadilla sumaron 4,8 millones de dólares de dólares, por lo cual se considera que hay una buena demanda de variedad de frutas frescas desde Colombia. Países Bajos encabeza la lista como uno de los principales destinos en las exportaciones de frutas frescas, absorbiendo un porcentaje importante de envíos hacia Europa, de las cuales el 90% de la fruta que ingresa en este país se exporta a otros mercados de Europa y el 10% restante se consume en el país.

Presidencia de la República de Colombia. (2024, octubre 1). *Exportaciones de granadilla colombiana alcanzaron este año los 2,8 millones de dólares*. Presidencia de la República de Colombia. <https://www.presidencia.gov.co/prensa/Paginas/Exportaciones-de-granadilla-colombiana-alcanzaron-este-anio-los-2-8-millone-241001.aspx>

La granadilla es una fruta tropical de cascara dura y de color naranja con minúsculas manchas blancas, la cual contiene una pulpa gelatinosa y suave con un gusto dulce y levemente ácido. Es originaria de Sudamérica siendo esta rica en fibra, vitaminas A, C y B. Es una fruta ideal para mejorar el tránsito intestinal y disminuir el estrés. El género “Passiflora” (planta de la cual proviene la granadilla) constituye su centro de diversidad en los Andes de Colombia y del Ecuador, en esta región se concentra el 81% de las especies. En Colombia las zonas de mayor abundancia se ubican principalmente en los departamentos del Huila, Antioquia, Valle del Cauca, Cundinamarca, Quindío, Risaralda y Caldas entre los 1.000 y 2.000 metros sobre el nivel del mar. (Corporación, M. (. (2020). *Regiones productoras de granadilla, gulupa y maracuyá en Colombia*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12324/39683>.)

De acuerdo al MIN CIT las exportaciones de granadilla alcanzaron 2,8 millones de dólares en 2024, equivaliendo al 0,4 por ciento de las exportaciones dentro del grupo de frutas con corteza de agrios y dentro de las exportaciones de bienes no mineros, equivalen al 0,02 por ciento. Teniendo esta fruta sus principales destinos en: Canadá, Países Bajos, Emiratos Árabes Unidos, Francia, Rusia, Reino Unido y Brasil, entre otros.

Países Bajos presenta una oportunidad de negocio debido a que hay una preferencia por productos naturales y saludables, no sólo en este país. sino en el resto del continente europeo. Colombia dispone de una buena reputación como fuente de fruta de buena calidad, además Países Bajos cuenta con un clima frío y templado que no es ideal para el cultivo de muchas frutas, específicamente las tropicales y subtropicales como la granadilla, el mango y la piña. El territorio neerlandés cuenta con un mercado estratégico, puesto que su ubicación es

clave y dispone de una buena infraestructura y logística que permite reexportar y distribuir estos productos al resto del mercado europeo. Siendo así, un país ideal para sacar buenos márgenes de ganancia gracias a la entrada de frutas con precios más altos, no solo teniendo en cuenta el consumo de la granadilla en Países Bajos, sino también en el resto de la unión europea.

1.3. Cuadro de síntoma-causas-pronostico-y control de pronostico

SINTOMAS	CAUSAS	PRONOSTICO	CONTROL DE PRONOSTICO
Demanda moderada de granadilla en Países Bajos destino.	El clima frío y la disposición del espacio agrícola no es favorable para el	Poca accesibilidad al producto en Países Bajos. destino.	Aumentar la exportación y comercialización de frutas frescas como la
Muy reducida cosecha de frutas frescas en Países Bajos destino.	crecimiento de cultivos que requieren calor y periodos largos de maduración.	Costos altos y fluctuación en los precios del producto en el país destino.	granadilla en el país destino (Países Bajos).
Precios altos de la granadilla en Países Bajos.			

1.4. Formulación del problema.

¿Cómo desarrollar un estudio de factibilidad para la exportación de granadilla desde Santiago de Cali, hacia Rotterdam, Países Bajos?

1.5. Sistematización del problema.

¿Cómo generar inteligencia de mercado para la exportación de granadillas desde Santiago de Cali-Colombia, hacia Rotterdam-Países bajos?

¿Cómo se debe plantear un análisis técnico y legal para la exportación de granadillas desde Santiago de Cali-Colombia, hacia Rotterdam-Países bajos?

¿Qué proceso se debe desarrollar para conocer los aspectos administrativos necesarios para la exportación de granadillas desde Santiago de Cali-Colombia, hacia Rotterdam-Países bajos?

¿Cómo se desarrolla un estudio económico y financiero para garantizar la viabilidad del proyecto exportador de granadillas desde Santiago de Cali-Colombia, hacia Rotterdam-Países bajos?

¿Qué políticas sociales y ambientales se deben tener en cuenta para realizar una exportación de granadillas desde Santiago de Cali-Colombia, hacia Rotterdam-Países bajos?

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de granadillas desde Santiago de Cali-Colombia, hacia Rotterdam-Países bajos

2.2. Objetivos específicos

Desarrollar inteligencia de mercado para la exportación de granadillas desde Santiago de Cali-Colombia, hacia Rotterdam-Países bajos

Plantear un análisis técnico y legal para la exportación de granadillas desde Santiago de Cali-Colombia, hacia Rotterdam-Países bajos

Desarrollar procesos administrativos necesarios para la exportación de granadillas desde Santiago de Cali-Colombia, hacia Rotterdam-Países bajos

Desarrollar un estudio económico y financiero para garantizar la factibilidad de una exportación de granadillas desde Santiago de Cali-Colombia, hacia Rotterdam-Países bajos.

Desarrollar una evaluación de las políticas sociales y ambientales para garantizar la viabilidad de una exportación de granadillas desde Santiago de Cali-Colombia, hacia Rotterdam-Países bajos.

3. JUSTIFICACIÓN

3.1. Justificación teórica

La presente investigación se realiza con el propósito de ampliar el conocimiento sobre las posibilidades y oportunidades en la exportación de fruta fresca desde Cali, Colombia hacia países de la unión europea, más específicamente la granadilla, siendo el país destino Países Bajos. De tal manera que esta investigación sea utilizada como fuente de aprendizaje para futuros proyectos de exportación de fruta hacia países europeos.

Serán útiles para la presente investigación los aspectos teóricos planteados por Michael Porter, el cuál plantea que el éxito de una empresa en el comercio internacional depende de factores como la innovación, la infraestructura y la demanda sofisticada. Sostiene que las estrategias competitivas son la base para lograr tener una posición ventajosa frente al resto de los competidores. Porter describe tres estrategias competitivas: liderar en costos para ganar cuota de mercado y resistir mejor las fluctuaciones de mercado; liderar en diferenciación generando productos exclusivos por los que el cliente esté dispuesto a pagar más; segmentar el mercado según la población, ubicación y hábitos de consumo para centrarse en satisfacer las necesidades de una parte del mercado en concreto. Se debe tener en cuenta que la diferenciación y el liderar en precio suelen ser incompatibles, por lo que se deberá definir y analizar el plan de negocio detenidamente.

Se tendrán en cuenta aspectos teóricos de Heckscher-Ohlin, el cuál sostiene que un país deberá importar aquellos bienes que hacen falta en el territorio y se tendrán que exportar los recursos naturales que se tiene en exceso y materiales que se puedan producir de manera más eficiente.

Philip Kotler defiende que el marketing es el proceso mediante el cual las empresas diseñan sus productos o servicios e identifican necesidades con el fin de satisfacer una necesidad en el mercado. Entre sus aportes más destacados al mundo del marketing están las cuatro p's (producto, precio, plaza y promoción), representando los elementos clave que una empresa deberá gestionar para llegar más fácilmente al consumidor, no sólo para satisfacer sus necesidades sino para construir fidelidad en los clientes hacia los productos o servicios de la empresa, obteniendo así una ventaja competitiva.

La teoría de la ventaja comparativa desarrollada por David Ricardo expone que los países se deben especializar en exportar aquellos productos los cuales suponen un costo de oportunidad relativamente más bajo en referencia a otros países. Lo cual lo hace muy útil a la hora de desarrollar un estudio de mercantil para el comercio de productos al exterior, mediante técnicas de marketing para evaluar si es económicamente rentable la exportación de ciertos productos a determinados países con un déficit de producción. Esta teoría resulta conveniente para el desarrollo de estudios financieros y económicos a la hora de exportar.

Oliver Williamson desarrolló la teoría de los costos de transacción en la cual sostiene que una compra - venta no sólo se basa en un intercambio de bienes, sino que también en los costos asociados con su ejecución, como búsqueda de información, negociación, transporte y cumplimiento de regulaciones. Permitiendo así identificar los puntos críticos que pueden hacer que una operación sea más costosa o menos eficiente, ayudando a tomar mejores decisiones financieras y estratégicas.

3.2. Justificación práctica

Adquirir conocimientos acerca de los procesos relacionados a la exportación y la investigación de mercados, teniendo en cuenta el aprendizaje obtenido en Intenalco Educación Superior a lo largo de la carrera de comercio exterior y haciendo uso de los recursos teóricos y metodológicos. Se desarrolla este proyecto con el fin de contribuir al mejoramiento económico del país mediante el conocimiento de mercado que se aportará en la investigación, incentivando así futuros proyectos relacionados a la exportación de frutas en el país, más concretamente la granadilla hacia Países Bajos.

3.3. Justificación metodológica

La presente justificación metodológica se estructura en coherencia con el diseño metodológico que se plantea posteriormente en este trabajo de investigación, en el cual, Se obtendrán los resultados esperados en el proyecto mediante el estudio de viabilidad que, en su haber, incluye: estudios de mercado, legal, financiero y económico. La clase o tipo de investigación se determinó como tipo documental y descriptiva con enfoque cuantitativo y estudio descriptivo. En cuanto al método de investigación se utilizarán los métodos inductivo y deductivo; en las técnicas de investigación se hará uso de datos primarios y secundarios y se hará una identificación de la población objetivo y la muestra. Durante el procedimiento se utilizará la información recolectada de las fuentes primarias y secundarias para elaborar un análisis de viabilidad del proyecto. Además, se revisarán datos comerciales y estadísticos sobre la oferta y la demanda de la granadilla en Países Bajos y se investigarán los requisitos fitosanitarios aplicables en el país de destino.

4. MARCOS REFERENCIALES

Uno de los aspectos requeridos para poder determinar la viabilidad del presente proyecto es tener en cuenta los objetivos y conclusiones de investigaciones académicas similares para identificar posibles dificultades logísticas, documentarias o financieras.

4.1. Antecedentes de la investigación

La investigación realizada por Jessica Viviana Diaz Maldonado (2024) la cual se titula: “*Plan de negocio para la Exportación de Granadilla (Passiflora ligularis) a la Unión Europea*” Expone como principal objetivo la formulación de un plan de negocio enfocado en la reducción de costos y en la búsqueda de acceso a nuevos mercados y el mantenimiento de los que ya están mediante la generación de una estructura administrativa y eficiente. Se determinó el punto de equilibrio, rentabilidad y costos de producción para el cultivo de granadilla bajo sistema invernadero. Se buscó la generación de una estructura administrativa que permitiese desarrollar proyecto sin aumentar costos operativos que impidan obtener el punto de equilibrio. A lo largo de toda la investigación se utilizaron estadísticas acerca de la cantidad de granadilla importada desde la unión europea y el valor FOB de las exportaciones realizada a estos países.

En la conclusión de la investigación se determinó, mediante un estudio de mercado, que los países que más demandan el producto es Países Bajos y Canadá, pero a su vez estos países requieren que el producto cumpla con la calidad y la implementación de las normas exigidas. Se observaron oportunidades en la creación de un sistema de invernadero debido a un ahorro del 30% en los costos de fungicidas, plaguicidas y fertilizantes, generando un buen margen de utilidad en un futuro, pero a su vez, el proyecto requiere un personal administrativo

y operativo altamente calificado, por lo que se tendría que recurrir a capacitaciones, cursos y socializaciones de la mano de entidades gubernamentales.

De este proyecto se puede concluir para la presente investigación que la exportación de granadilla hacia Países Bajos se reafirma como una oportunidad de negocio de acuerdo a los datos estadísticos aquí expuestos, además de toda la información fitosanitaria acerca del cultivo de granadilla, los cuales se deben tener presentes en el momento de la exportación, puesto que se tendrá en cuenta el tipo de contenedor y si debe ir refrigerado o no.

Este estudio de factibilidad tomara como base el análisis del potencial exportador de la granadilla dulce - *Passiflora ligularis* – Estudio de caso países bajos realizado por Piñeres Vargas Ingrid Yurani del año 2023. Este estudio tiene como objetivo general analizar el potencial exportador de la granadilla dulce, mediante el desarrollo de un plan de exportación que considera tendencias de consumo y oportunidades de mercado. También plantea identificar la demanda en países extranjeros, analizar el potencial productivo del producto y diseñar una operación internacional considerando requerimientos legales, comerciales y logísticos. Llegando a la conclusión de que el sector frutícola es un motor económico clave en Colombia, destacándose por su producción y exportación a nivel internacional, especialmente en países como Holanda, Francia y Canadá, debido a su alta demanda y aceptación por sus características nutricionales y organolépticas. Colombia gracias a su diversidad climática y territorial puede producir una gran cantidad de frutas en mayor volumen que otros países lo cual es beneficioso para el plan exportador.

Concluye también que los TLC ofrecen preferencias arancelarias para las frutas exóticas, facilitando su comercio global, sin embargo, también recomienda la inversión en

proyectos y capacitación de productores ya que es crucial para mejorar la calidad y oferta reiterando en que una gestión logística eficiente es esencial para el desarrollo agrícola sostenible.

Este plan exportador es de gran ayuda ya que proporciona información sobre la demanda del producto en el país destino, lo cual es esencial para determinar si hay mercado viable al llevar a cabo esta operación. También evalúa el potencial productivo del país, considerando factores territoriales y climáticos. Ofreciendo una base para diseñar una exportación con los requisitos legales, comerciales y logísticos necesarios para trasladar este tipo de mercancía a países bajos.

La investigación realizada por Jhiovana Rojas Meza titulada: *Trabajo De Suficiencia Profesional Para Optar El Título Profesional De Licenciada En Administración Y Negocios Internacionales (2022)* tiene como principal objetivo realizar una exportación de granadilla desde Perú hacia Rotterdam, Países Bajos, aprovechando el crecimiento del 98% en las exportaciones de granadilla que tuvo Perú en ese año y el aumento de la demanda y preferencia de productos orgánicos, además, en ésta se detalla todo tipo de información, como la ficha técnica del producto, el paletizado, empaques, costos de empaque, trato con los proveedores, costos de exportación y todo tipo de información relacionada a la documentación del productos como certificados fitosanitarios. La investigación se concluyó mediante una matriz de exportación, en la que se observan todos los costos de la operación.

La información detallada en la tesis de Jhiovana Rojas resultará muy valiosa para la presente investigación, puesto que presenta y detalla muy bien los puntos necesarios para realizar una operación de exportación, estos puntos son: los canales de distribución, el

agenciamiento de carga y el etiquetado de ésta, los datos de documentación fitosanitaria que son requeridos por la unión europea y la contenedorización necesaria para que el producto llegue al país de destino en óptimas condiciones.

4.2. Marco teórico

Bajo la teoría de Hecker-Ohlin la cual se basa en explicar por qué los países intercambian bienes y servicios en función de sus ventajas. El autor se basó en la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo, pero enfocándose en la fortaleza de los medios de producción para determinar los patrones del mercado. Esto significa que si un país logra desarrollar una producción eficiente con altos estándares de calidad y distribución se puede llegar a consolidar en el mercado.

En este contexto, se logra entender que la exportación de granadilla desde Colombia es ventajosa debido a que el país exportador posee la ventaja de tener suelos fértiles todo el año debido a su clima, permitiendo así, una producción más eficiente del producto a un menor costo. Mientras que por el lado de países bajos no se dispone de un clima y suelo favorables, pero si se posee un capital y una infraestructura bastante avanzada para la importación y la distribución de productos agrícolas como la granadilla, además de facilitar la entrada de frutas exóticas al resto de países de la unión europea.

La teoría de Philip Kotler asegura que el marketing no sólo consiste la comercialización de un producto, sino en la satisfacción de las necesidades de los clientes de forma rentable. Kotler sostiene que es de suma importancia la segmentación del mercado, identificando el público objetivo y la exposición del producto al mercado de forma atractiva y estratégica. En su teoría se introduce el concepto de las 4p (producto, precio, plaza y

promoción), siendo estas muy importantes para el desarrollo de estrategias efectivas para atraer y retener clientela.

De acuerdo a la teoría, la granadilla colombiana debe destacarse y promocionarse como un producto fresco, exótico y nutritivo, el cual posee certificaciones de calidad; los cuales son factores clave para la introducción satisfactoria del producto en el mercado europeo. Mercado en el cual se priorizan los aspectos éticos y sostenibles, que integran valores sociales y ambientales. Destacando el “packaging” ecológico como presentaciones listas para consumir. Adaptándose así al concepto de la creación de valor con el cliente.

Según la teoría de Michael Porter, las empresas deben enfocarse, en cierta medida, en la diferenciación de la competencia por medio del liderazgo de costos, el enfoque y la diferenciación, para lograr un correcto posicionamiento de la empresa en la industria y el aumento de la rentabilidad de ésta. Además, Porter destaca el modelo de las “Cinco Fuerzas” (amenaza de competidores, amenaza de productos sustitutos, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los clientes y rivalidad de competidores) como un medio por el cual se permite a las empresas anticipar cambios en el mercado y diseñar estrategias para mantener la ventaja competitiva.

Mediante el modelo de Michael Porter se podrán: identificar las ventajas competitivas de Colombia frente a la producción de granadilla en Colombia y su disponibilidad de mano de obra especializada; encaminar una estrategia competitiva que se adapte a las condiciones del mercado europeo y de Países Bajos; anticipar posibles amenazas y oportunidades durante el desarrollo del plan de introducción del producto al mercado objetivo. Además, que permitirá

comprender si es más beneficioso enfocarse en ser líder en los costos o líder en la diferenciación.

La teoría de los costos de transacción de Oliver Williamson se deberá tener en cuenta en cualquier estudio de factibilidad debido a que este nos ayuda a entender cómo la forma en que las empresas organizan sus actividades económicas afectan en los costos de las transacciones; a partir de esta teoría se asume la importancia que tiene la negociación de los precios, los recursos necesarios para la búsqueda de información y los costos asociados a la gestión de riesgos en la logística y el cumplimiento de regulaciones.

De acuerdo a la cantidad de trámites que se dan en el contexto de una exportación de granadilla, se deberán tener en cuenta la complejidad de las transacciones internacionales, implicando la necesidad de colaborar con intermediarios que ayuden en la gestión del mercado, para la reducción de riesgos, a su vez, el establecimiento de acuerdos a largo plazo con distribuidores en países bajos ayudaría a minimizar costos de exportación un mejoramiento de eficiencia.

La teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo hace denotar como un país debe enfocarse en la eficiencia de producción de aquellos bienes de los cuales dispone con más facilidad o frecuencia a un menor costo de oportunidad, frente a otros países competidores los cuales tienen más dificultad a la hora de la producción eficiente de aquellos productos que suponen un mayor costo de oportunidad. Mediante esta teoría se puede llegar a un aumento y rentabilidad y eficiencia en una empresa. A partir de la teoría de David Ricardo se puede encaminar un estudio de mercado enfocado en identificar oportunidades de negocio con países

que tengan un coste de oportunidad más alto sobre productos que son producidos eficientemente en el lugar, país o empresa interesada en comerciar sus bienes o servicios.

4.3. Marco conceptual

El desarrollo de un estudio de factibilidad implica un manejo de conceptos concretos de los cuales se deben tener claridad para un mejor entendimiento del proyecto que se requiere desarrollar.

Exportación: Consiste en el envío legítimo de bienes y servicios desde un país productor a otro país para su compra o consumo.

Estudio de factibilidad: Se basa en la evaluación o análisis de una propuesta de proyecto para determinar la viabilidad técnica, económica y operativa antes la implementación del mismo.

TLC: Las siglas significan “tratado de libre comercio” el cual consiste en un acuerdo comercial entre dos o más países con el fin de reducir o eliminar aranceles, facilitando así el intercambio de bienes y servicios entre los países firmantes.

Arancel: Consiste en los impuestos que se aplican a los bienes que se importan o exportan (Colombia no posee gravámenes en la exportación) de un país. Éstos sirven para la recaudación de ingresos para el gobierno y también para proteger la producción nacional al encarecer los productos de origen extranjero.

Incoterm: Se trata de los términos internacionales de comercio que establecen las obligaciones del comprador y el vendedor en cuanto a la entrega, transporte y seguro de las mercancías.

Flete: Se refiere al costo del transporte de los bienes.

Importación: Se trata del ingreso de mercancía lícita a un país comprador, a raíz de una negociación realizada con un país productor o exportador de un producto o servicio.

Costo de oportunidad: El costo de oportunidad se refiere a todos los beneficios y ventajas que un país deja de obtener al momento de especializarse en la producción de unos bienes en vez de otros. Por ejemplo, si un país decide especializarse en la producción de bicicletas en vez de tela, el costo de oportunidad sería la tela que se dejaría de producir, entonces, si otro país está especializado en la producción de tela, puede aprovechar para exportar el producto al primer país (el cual no está enfocado en la producción de tela).

4.4. Marco contextual

Se deberán identificar los estados actuales tanto del país exportador como del país importador para en un futuro, poder evaluar los posibles riesgos, ventajas y oportunidades a los que se enfrentaría el proceso de exportación de granadilla desde Cali, Colombia.

Contexto del país exportador (Colombia):

Colombia es un país ubicado en sur América colindante con Panamá, Perú, Venezuela y Ecuador. Según el DANE en 2024 Colombia cuenta con 52.6 millones de habitantes, siendo este, un país multicultural entre ellas con influencias indígenas, españolas y africanas. Colombia es una república con un sistema presidencialista, el cual, actualmente es liderado por Gustavo Petro desde 2022, con un enfoque en reformas sociales y ambientales. Actualmente la seguridad, la corrupción y desigualdad siguen siendo críticas en el país. Su economía depende en gran medida del petróleo, minería y la agricultura, del cual el 50% de las exportaciones son sólo del petróleo y minería. De acuerdo con el DANE, Colombia generó 49.555.961 Millones de dólares en exportaciones



Ilustración 1 Tomado de Wikipedia (2011)

La ciudad de Cali está ubicada en el suroccidente de Colombia, siendo esta ciudad la capital del departamento del Valle del Cauca. Cuenta con un clima tropical caracterizado por temperaturas cálidas y lluvias durante ciertos meses del año. Según el DANE en 2023, Santiago de Cali posee una cifra de 2.29 millones de habitantes.

Contexto del país importador (Países Bajos):

Países Bajos es una nación ubicada en el norte de Europa, perteneciente a la unión europea y colindante con Bélgica y Alemania. La población es de aproximadamente 18'083,010 habitantes donde el idioma oficial es el neerlandés, aunque el inglés es bastante hablado. Cuenta con un clima en donde los inviernos son muy fríos y las lluvias son frecuentes a lo largo de todo el año.



Ilustración 2 Tomado de Wikipedia (2011)

Según Trading Economics (2024) Países bajos cuenta con una tasa de crecimiento del PIB (anual) del 1.90 de cual, las exportaciones representan el 83% del PIB, mientras que el 72% son en importaciones. Rotterdam cuenta con el puerto más grande de Países Bajos, lo que lo convierte en un centro clave para el comercio entre los países europeos con los que tiene múltiples TLC. De acuerdo a Datos macro (2024), Países Bajos es la economía número de 18 del mundo con un PIB de 1.134.115 M€ (euros).

4.5. Marco legal

Se refiere a la identificación de la leyes y políticas que se deben tener en cuenta para el desarrollo del proyecto de operación de exportación desde Cali, Colombia.

Las leyes 7 y 9 de 1991 de la constitución de Colombia establecen el marco de comercio exterior.

Ley 7 de 1991:

Dicta normas generales sujetas al gobierno nacional para la regulación del comercio exterior, creándose el ministerio de comercio exterior; el objetivo del consejo superior de comercio exterior; la creación del banco de comercio exterior y el fondo de modernización económica.

Ley 9 de 1991:

Establece las normas generales para regular los cambios internacionales, además de medidas complementarias que deben asegurar su cumplimiento desde el gobierno. A partir de esta ley se aclara la exención de los gravámenes para los exportadores del país.

Decreto 1165 de 2019

Según la página de la DIAN “el decreto 1165 ofrece seguridad jurídica para los usuarios aduaneros en tanto que consolida y armonizan las diferentes normas que estaban vigentes, así mismo simplifica puntos que ayudan a mejorar la logística o a reducir los trámites exigidos para las operaciones de comercio exterior”.

Ley 1014 de 2006

La ley 1014 de 2006 fue creada con el fin de facilitar y fomentar la creación de fuentes de emprendimiento en Colombia de acuerdo con las entidades financieras que garantizan el crédito a los nuevos empresarios, con el respaldo y compromiso de las entidades gubernamentales.

DCIP 83

Es un circular reglamentaria que establece los numerales cambiarios para los pagos y cambios internacionales. Es crucial su importancia para no tener inconvenientes cambiarios en un proyecto real.

Artículo 2 de la resolución 824 de 2022

establece que los requisitos generales que deben cumplir las frutas y vegetales frescos para exportar desde Colombia. Señala que los productos agrícolas deben cumplir con las normativas fitosanitarias y sanitarias tanto nacionales como internacionales, lo que implica que deben estar libres de plagas, enfermedades y residuos pesticidas. Además, establece que deben ser producidos, procesados y empacados bajo condiciones que garanticen su seguridad y calidad. También se menciona que los productos deben estar adecuadamente y deben ser acompañados por la documentación necesaria, como el certificado fitosanitario emitido por el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario), que asegura que el producto ha sido inspeccionado cumple con las normativas requerida.

Artículo 5 de la resolución 824 del 2022

Regula el proceso de certificación fitosanitaria para los productos agrícolas frescos que se exportan. Establece que todos los productos agropecuarios como fruta y vegetales destinados a exportación deben ser certificados por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). El certificado fitosanitario implica una inspección previa de los productos y su ambiente de producción, con el fin de verificar que cumplan con los requisitos específicos establecidos por los destinos de exportación. Además, el artículo destaca que el certificado

fitosanitario es un documento obligatorio para la exportación, y su veracidad y validez son cruciales para asegurar que los productos sean aceptados en los mercados internacionales.

4.6. Marco temporal

El presente proyecto se planea desarrollar en dos fases.

Anteproyecto: Se trata del período de tiempo en el proceso de formulación y diseño del proyecto exportador de granadilla desde Santiago de Cali, Colombia hacia Rotterdam, Países Bajos; el proceso se desarrollará entre los meses de febrero hasta junio del año 2025.

Proyecto: Se refiere al periodo de tiempo en el que se desarrolla en un contexto real y de forma descriptiva los procesos propuestos durante el anteproyecto, destinándose la realización entre los meses de agosto hasta diciembre del año 2025.

5. Diseño metodológico

5.1. Estudio de viabilidad

Para la posible realización y cumplimiento de los objetivos propuestos al comienzo del trabajo, se debe optar por un estudio para determinar la viabilidad de la exportación de granadilla desde Cali, Colombia hacia Rotterdam, Países Bajos. Se deberá determinar la viabilidad del proyecto por medio de estudios de mercado, legal, financiero, organizacional, legal, económico, los análisis de riesgo y la evaluación de los impactos sociales y ambientales a raíz de la realización de la operación de exportación.

A partir del hecho de que una operación de exportación desde el punto de vista empresarial requiere de analizar profundamente todos los posibles puntos altos y bajos que implican la comercialización del producto en el extranjero, será necesario que durante el presente trabajo se busque el desarrollo de los objetivos propuestos mediante: Estudios de mercado, Estudios técnicos, Estudio legal y administrativo, Cálculo de costos de la exportación.

Análisis de los impactos sociales y ambientales:

Mediante la realización de la operación de exportación se prevé la generación de empleo en zonas rurales donde se cultiva la granadilla y los productos relacionados, aportando así al desarrollo económico local, además de generar un consumo en el extranjero, incentivando así la comercialización de frutos como la granadilla en países con características iguales o similares. Todo incluido dentro del marco del estudio de viabilidad para el análisis de las preferencias de los consumidores.

Recolección de datos:

El desarrollo del presente proyecto se basa en la recolección de información mediante el análisis de contenido de sitios web especializados, archivos, reportes de instituciones y agencias nacionales e internacionales, recopilaciones de información de ProColombia. Además de la investigación relacionada al trámite relacionado con los productos perecederos y los índices de calidad que se requieren en el mercado extranjero. La investigación se realizó teniendo en cuenta los medios relacionados a la producción y comercialización de la granadilla a nivel local e internacional.

5.2. Clase o tipo de investigación

El presente proyecto de exportación se basará en una investigación de tipo documental y descriptivo, además de su naturaleza multimetódica dado el tipo de proyecto que se llevará a cabo. Estos abarcan las diferentes dificultades y posibles soluciones al planteamiento del problema y la viabilidad del proyecto.

Enfoque cuantitativo:

Los estudios de tipo cuantitativo se basan en la recolección y el análisis de datos numéricos que resultan valiosos para la identificación de patrones, tendencias estadísticas y para establecer relaciones entre variables y generalizar resultados a partir de muestras representativas. Desde el punto de vista económico, el enfoque cuantitativo resultará crucial para obtener datos sobre los volúmenes de producción y exportación, los ingresos generados por la venta de granadilla en el exterior, los costos logísticos del trayecto interaccional y los márgenes de ganancia de anteriores proyectos de exportación de granadilla o similares.

Estudio descriptivo:

A partir de los estudios descriptivos mediante el método científico se pueden describir, identificar y observar el comportamiento y los patrones de las personas sin la necesidad de que afecte sobre éstos de alguna manera. Teniendo en cuenta que el proyecto de exportación implica un motivo comercial; el método de estudio descriptivo resultará útil para identificar las características del mercado europeo y neerlandés, el nivel de consumo de frutas extranjeras, las preferencias de los consumidores y las tendencias de consumo saludable. Además de permitir la observación y descripción de la competencia y las condiciones de acceso al mercado.

5.3. Método de investigación

Para el desarrollo del proyecto de exportación se abordará una investigación que combina los métodos inductivo y deductivo. De acuerdo con el método inductivo se utilizará para el análisis de exportaciones de frutas similares a la granadilla, como el maracuyá y la gulupa a través de la observación de la experiencia de los consumidores con el producto. También se podrán identificar y reconocer errores logísticos en el manejo de productos perecederos o los estándares fitosanitarios que garantizan la aceptación en puertos europeos como este caso, el de Rotterdam. El método deductivo parte desde los marcos conceptuales más amplios sobre comercio exterior, normativas de la UE y tratados bilaterales, para aplicarlo al proyecto de exportación. A través de este enfoque se podrán analizar los reglamentos europeos sobre frutas frescas, las exigencias del ICA y del INVIMA además de los requisitos en el puerto de destino (Rotterdam). De esta manera se analizará el cómo afectan las regulaciones internacionales a la exportación de granadilla.

5.4. Técnicas de investigación

Se hará uso de datos primarios y secundarios. Entre las fuentes primarias se incluyen entrevistas a profundidad con agricultores del valle del Cauca, operadores logísticos especializados en frutas percederas, y compradores internacionales con experiencia en frutas tropicales en Europa. De esta manera se obtendrá información directa sobre condiciones productivas, percepción del mercado, y requerimientos comerciales; también se aplicarán encuestas a consumidores europeos. Las fuentes estarán conformadas por estudios de mercado realizados por ProColombia, informes de CBI, estadísticas del DANE y organismos europeos encargados de registrar el consumo de alimentos en Europa, se tendrá que consultar las normas fitosanitarias para la correcta introducción de la granadilla en el mercado europeo.

5.5. Población y muestra

La población objetivo del estudio está conformada por tres segmentos principales productores de granadilla del Valle del Cauca, empresas exportadoras de frutas frescas en Colombia, e importadores y distribuidores de frutas en los Países Bajos incluyendo la población total del país destino. Cada grupo tiene un rol clave en la cadena de exportación. Los productores permiten conocer las dinámicas del comercio internacional y los procesos aduaneros. Los importadores neerlandeses son clave para entender las exigencias del mercado destino, desde la presentación del producto hasta los certificados requeridos. La muestra será seleccionada por medio aleatorio estratificado, con base en listas oficiales del ICA y ProColombia. Se incluirán productores activos, exportadores con experiencia en Europa y compradores con base en Rotterdam. Esta segmentación permitirá analizar la cadena eslabón del proceso exportador.

5.6. Procedimientos

La investigación se desarrollará en varias fases. Inicialmente se recopilará información secundaria de fuentes oficiales y académicas para establecer un diagnóstico general del mercado y las condiciones logísticas y legales. Posteriormente, se aplicarán instrumentos de recolección de datos primarios (entrevistas, encuestas) y se realizarán visitas técnicas a fincas productoras de granadilla en Cali y zonas rurales del Valle del Cauca. Con la información recolectada, se construirá una matriz de viabilidad que incluya análisis comparativo de costos logísticos (flete, seguro, certificaciones), gastos portuarios y costos arancelarios bajo distintos escenarios de INCOTERMS. Además, se elaborará un análisis de entorno legal y comercial, que evalúe las barreras no arancelarias, los protocolos de entrada al mercado europeo y los requisitos sanitarios exigidos por la Unión Europea. Finalmente, se ejecutará una evaluación financiera utilizando herramientas de análisis financiero como la TIR, el flujo de caja proyectado y el cálculo del VAN.

5.7. Línea de investigación

Este proyecto se inscribe en la línea de investigación del programa Tecnología en Gestión de Comercio Exterior del Instituto Técnico Nacional de Comercio “Simón Rodríguez” para crear empresa mediante procesos de exportación e importación”, orientada en el fortalecimiento del sector económico de la región.

5.8. Delimitación del objeto de estudio

La investigación estará delimitada geográficamente al municipio de Cali y zonas donde se cosecha la granadilla en Colombia y con infraestructura adecuada para la exportación desde

el puerto de Cartagena. El mercado de destino será Rotterdam, Países Bajos, el cual es considerado el principal puerto de entrada de productos en Europa.

6. ESTUDIO DE MERCADO

6.1. Análisis del sector

Según datos oficiales del DANE en junio del 2025, las exportaciones de frutas experimentaron un notable aumento: pasaron de 12.365 toneladas métricas en junio del 2024 a 19.029 toneladas en junio del 2025, lo que representa una variación positiva del 53.9%. Esto significa que exportaron alrededor de 6.700 toneladas más respecto al mismo mes del año anterior, lo cual es un crecimiento muy significativo dentro del grupo

Dentro de la sección más amplia de productos alimenticios, este incremento en el mercado internacional de la fruta contribuyó con 1.6 puntos porcentuales a la variación total del grupo, lo que evidencia su relevancia dentro del crecimiento global de exportaciones agroalimentarias.

Aunque el crecimiento fue importante, la participación relativa de este grupo en el total de exportaciones agroalimentarias en 2025 fue de 3.9%, lo que muestra que, pese a su aumento, su cuota dentro del sector sigue siendo modesta, más no irrelevante.

En cuanto al valor FOB por tonelada exportada, este se ubicó en 2.300 dólares por tonelada un valor que se considera moderado, pero con un gran potencial de crecimiento para frutas exóticas como la granadilla.

Países bajos evidentemente es uno de los principales compradores de frutas exóticas colombianas junto a países como Canadá, Francia y Reino Unido. La logística para transportar

este tipo de mercancía combina envíos marítimos con un tiempo estimado de 12 días desde puertos como el de Cartagena también se utiliza el medio de transporte aéreo con un tiempo estimado de 2 días, mientras que la regulación exige registro de la DIAN, IVA y VUCE, Manejo de residualidad química e inspecciones desde el origen. Todo ello facilitando se si se cuenta con el conocimiento y apoyo de entidades como Procolombia y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

6.1.1 El sector exportador Colombiano

Colombia es reconocida como uno de los principales productores de frutas exóticas, destacándose en la producción de granadilla. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) reporta que el año pasado, el precio mayorista de la granadilla en Cali fue de 3.858,5 pesos por kilogramo, lo que refleja un aumento del 59.88% en comparación a años anteriores. Este incremento sugiere una oferta limitada en el mercado local, lo que podría influir en la capacidad de exportación.

Según Procolombia, las exportaciones de frutas exóticas como la granadilla colombiana alcanzaron un valor de USD 2.8 millones, destacando a Holanda como uno de los principales destinos. Este dato indica una demanda creciente en mercados internacionales, especialmente en Europa, dónde los consumidores muestran un interés elevado en alimentos orgánicos y saludables.

En la logística marítima la cual es menos costosa, el puerto de Cartagena es el principal punto de salida para exportación de este tipo de productos hacia Europa. Rotterdam, en países bajos es uno de los principales puertos de entrada en destino para productos agrícolas Colombianos. La infraestructura logística entre estos dos puntos es eficiente, facilitando el

transporte del producto tanto en aspectos logísticos como económicos hacia los mercados europeos.

La combinación de una oferta en ocasiones limitada en el mercado local, una creciente demanda en el mercado internacional y una logística eficiente sugiere que existe una oportunidad viable para la exportación de granadilla desde Cali Colombia hasta Rotterdam Países bajos.

6.1.1.1. Análisis de Michael Porter

Productos potenciales

En el ámbito nacional, Colombia ha mostrado un crecimiento constante en las exportaciones de granadilla, pero el sector tiene un alto grado de concentración en pocas compañías exportadoras. Entre las principales están Heaven's fruit SAS, Tropigold SAS, Frutas cials S.A, OCATI S.A, Comercializadora Paz&Flora SAS, Caribbean Exotics, entre otras. Varias de estas compañías están agremiadas en Avance pasifloras, corporación que asegura que sus miembros concentran el 80% de las exportaciones del sector. Lo que refleja un mercado fuertemente concentrado en el segmento exportador profesional.

Rivalidad entre competidores

La rivalidad entre competidores de granadilla exportada desde Colombia hacia Países bajos es elevada, tanto a nivel nacional como internacional. A nivel europeo, el puerto de Rotterdam se constituye como la principal puerta de entrada de frutas tropicales a la EU. En 2023, los Países bajos importaron aproximadamente USD 167.3 millones en “fresh PassionFruit Export” (que incluye granadilla y otras pasifloras), ubicándose en el séptimo

lugar entre los importadores mundiales. En el mercado de las frutas exóticas las importaciones holandesas ascendieron en 2022 a € 88.8 millones de los cuales €58.7 millones provinieron de Colombia. No obstante, el país enfrenta una fuerte competencia internacional de productores como Perú, Ecuador, Kenia, Uganda y Vietnam, todos presentes en este segmento especializado.

Un factor que también influye en la rivalidad es la logística del transporte, la granadilla es un producto delicado, con una vida poscosecha limitada, lo que ha hecho que gran parte de las exportaciones sean vía aérea, no obstante, también vía marítima en contenedores tipo frigorífico. Esta exigencia implica altos costos y una logística especializada, creando ventajas competitivas para quienes tengan buena capacidad financiera y buen manejo internacional de perecederos.

Poder de negociación de los compradores

La percepción del consumidor europeo también aumenta la rivalidad entre proveedores y aumenta el poder de negociación de los compradores. Aunque la demanda de frutas exóticas a crecido, la granadilla aun es considerada un producto de nicho en Europa. Esto obliga a los exportadores no solo a diferenciarse en términos de precio, sino también mediante estándares de calidad, certificaciones internacionales como Global G.A.P y el cumplimiento estricto de normativas fitosanitarias. En consecuencia, los compradores europeos comparan a detalle la oferta de distintos orígenes, lo que intensifica la competencia entre los países proveedores.

Los importadores en Países bajos, ubicados en Rotterdam, ejercen un poder de negociación considerable debido a su posición estratégica como puerta de entrada principal a la EU, la concentración de la oferta en un reducido número de exportadores Colombianos,

otorga a los importadores la capacidad de influir en los precios y en las condiciones de compra.

Poder de negociación de los proveedores

En Colombia, la producción de granadilla está en manos de pequeños y medianos agricultores, con limitada capacidad de negociación. Sin embargo, cuando se organizan en asociaciones o cooperativas su poder aumenta al consolidar volúmenes y certificaciones colectivas.

Aun así, Colombia es uno de los principales productores de frutas exóticas como la granadilla con exportaciones estimadas en USD 75 millones anuales, de los cuales el 87.6% se dirigen a Holanda, Canadá y Bélgica.

Las empresas exportadoras Colombianas actúan como intermediarias entre los productores y los importadores internacionales. Estas empresas concentran una parte significativa de las exportaciones de la fruta, Aunque cuentan con un poder intermedio, debido a que pueden influir en las condiciones de venta y logística, su poder está limitado debido a la competencia interna y externa, además de tener que cumplir con las exigencias del mercado europeo.

En Colombia la producción de granadilla está concentrada mayormente en regiones como Huila, Cundinamarca y Nariño, estos productores enfrentan desafíos internos significativos, como la falta de acceso directo a mercados internacionales y la dependencia de empresas exportadoras para comercializar su producto, debido a esto carecen de control en los precios y condiciones de venta de este.

Productos sustitutos

La granadilla enfrenta amenaza de sustitución por otra variación de frutas tropicales como la gulupa, maracuyá morado, pitahaya, mango o kiwi las cuales tienen mayor reconocimiento entre consumidores europeos, Aunque la granadilla ofrece un sabor y textura únicos, su posicionamiento en el mercado europeo es limitado en comparación con frutas más populares.

6.1.2 El mercado del producto en el exterior

Países bajos es un centro logístico clave para las frutas tropicales en Europa, destacándose como el principal importador de passion fruit a nivel mundial, alcanzando cifras de más del 35% de las importaciones globales de este producto. Este país sirve como punto de entrada para productos provenientes de Latinoamérica, África y Asia que luego se distribuyen a distintos mercados europeos.

En 2025, se observa un aumento en la demanda de frutas tropicales como la granadilla en Europa, impulsado por un clima más cálido y las preferencias de los consumidores por productos exóticos, orgánicos y saludables, provenientes mayormente de países con una tierra más fértil y climas tropicales cercanos al ecuador como Colombia y Brasil.

Además, las exportaciones de este tipo de fruta en el primer semestre del 2025 totalizaron aproximadamente USD 40'012.000, reflejando un crecimiento del 36% en comparación con el mismo periodo del año anterior según plataformas de inteligencia de mercado enfocadas en el comercio internacional de productos agroalimentarios.

En países bajos el precio de frutas exóticas como la granadilla al por mayor rondan entre USD 1.88 y USD 2.42 por Kg, mientras que el precio al por menor varía entre USD 2.69 y USD 3.46 por Kg en ciudades como Ámsterdam y Rotterdam.

La competencia en el mercado neerlandés es un reto a superar ya que países como Perú, Ecuador y Sudáfrica ofrecen productos similares a precios competitivos.

Sin embargo, Colombia es un proveedor importante de frutas exóticas como la granadilla para el país destino. Empresas como San Basilio Fruits exportan aproximadamente dos contenedores de fruta por semana a países bajos, Alemania, Francia, Italia y España.

La logística de exportación de productos perecederos desde Colombia se gestiona a través de empresas especializadas como GRANEX, que coordinan en transporte aéreo o marítimo refrigerado, el cumplimiento de normativas fitosanitarias y los procedimientos aduaneros correspondientes. Lo cual nos demuestra que el producto tiene una demanda considerable y opciones logísticas bastante cómodas tanto para el país de origen como de destino.

6.1.3 Análisis FODA

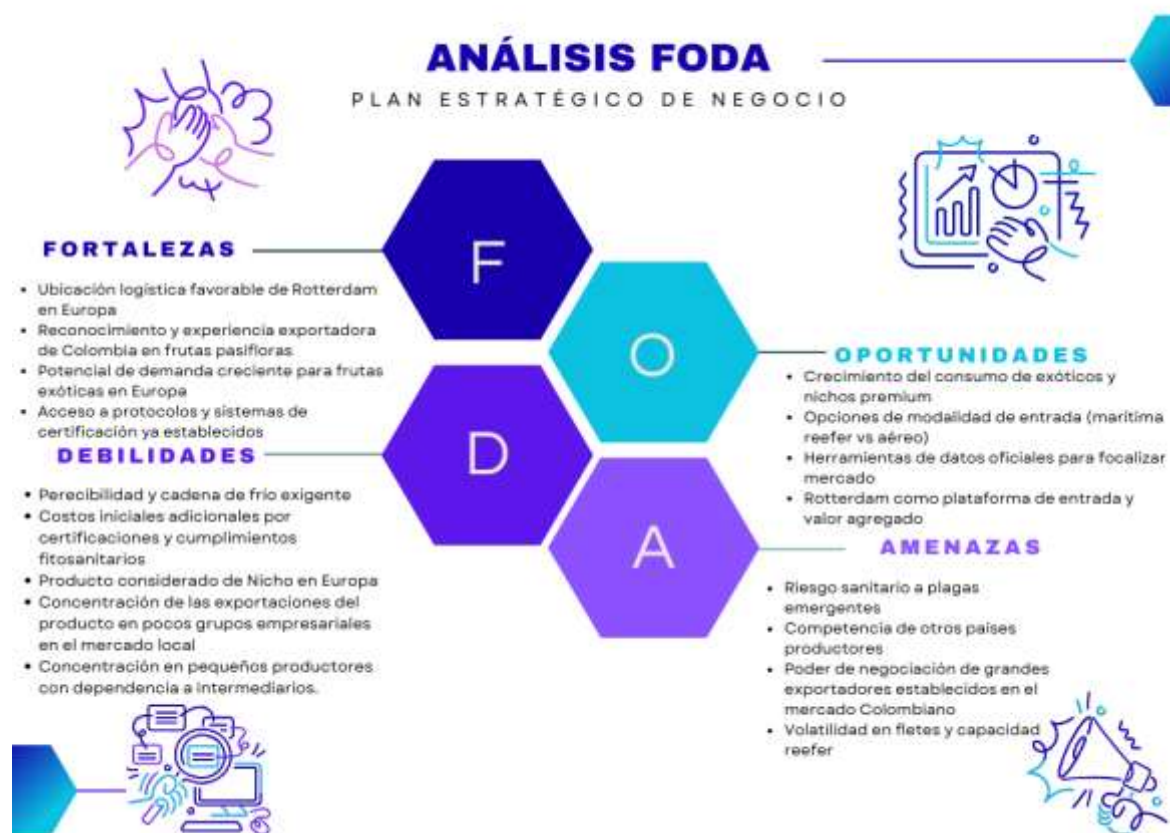


Ilustración 3 Imagen de autoría propia

6.2. Inteligencia de mercado

6.2.1 Posibles mercados para la exportación del producto

Colombia se ha consolidado como un exportador confiable de frutas exóticas gracias a su diversidad climática, que permite una producción constante, y a su experiencia en certificaciones como Global GAP y protocolos fitosanitarios exigidos en los mercados más rigurosos. Su posición geográfica, con puertos en el caribe, pacífico y rutas aéreas desde Bogotá, facilita envíos rápidos tanto a Norteamérica como a Europa y Oriente Medio. Estas ventajas hacen que la granadilla colombiana sea altamente atractiva para estos mercados.

Según un comunicado del Ministerio de Comercio y la Presidencia de la Republica confirma que los destinos principales para la exportación de granadilla son:

Canadá



Ilustración 4 Imagen tomada de georef.

Canadá actualmente es una economía avanzada y estable, al cual Colombia le ha exportado 1.16 millones de kg en el sector de la fruta fresca en comparación a Países Bajos que se le exportaron 17.86 millones para el mismo año 2023, el país ha tenido un crecimiento moderado cercano al 1%, inflación controlada aproximadamente del 1.9% y la menor deuda neta del G7, aunque expuesta a tensiones comerciales con EE. UU. Su entorno tecnológico es sólido, más del 94% de los hogares tienen conexión y un sector digital que aporta cerca del 10% del PIB. Políticamente es una democracia federal cooperativista transparente y atractiva para la inversión extranjera, con reformas centradas en productividad y vivienda. geográficamente se encuentra en América del Norte, tiene un área de aproximadamente 9'984.670 Km² y cuenta con una población estimada de 41'651.653, es vasto y poco poblado compartiendo frontera con USA. Ambientalmente impulsa la neutralidad de carbono para el 2050 y políticas de energía limpia, aunque con desafíos de adaptación climática. Culturalmente es diverso y bilingüe, su idioma oficial es el Inglés, tiene una inmigración anual superior a 500.000 personas, consolidando un entorno institucional fuerte y resiliente.

Países Bajos

Países Bajos actualmente es una economía desarrollada y estable con un crecimiento moderado promedio de 1.3% y una inflación controlada que se estima en alrededor del 3% y su deuda pública se mantiene a niveles moderados, este tiene buenos vínculos con comerciales con Colombia ya que es uno de los mayores proveedores de productos agrícolas del país



Ilustración 5 imagen tomada de geo-ref

además de contar con un Tratado de Libre Comercio por medio de la UE que permite negociar sin aranceles para productos agrícolas como la fruta. Geográficamente, ocupa un área de unos 41,526 Km² con una población de más de 18'083.010. Políticamente es una Republica Constitucional Parlamentaria caracterizada por su fuerte apertura al comercio internacional. En el ámbito tecnológico destaca su infraestructura de transporte y logística avanzada, lo que facilita su papel como centro logístico de Europa. Ambientalmente impulsa políticas ambiciosas de energía limpia y neutralidad de carbono. Culturalmente es muy urbanizado y con mucha diversidad dado a la inmigración este tiene una población que domina fuertemente el inglés, aunque su idioma oficial es el neerlandés.

Emiratos Árabes Unidos

Emiratos Árabes Unidos actualmente es una economía desarrollada y dinámica. El país prevé un crecimiento económico cercano al 4.8% en 2025, con una inflación controlada cercana al 2%. Geográficamente ocupa unos 83.600 Km² y su población se estima en



Ilustración 6 imagen tomada de comercioexterior.ub.edu

alrededor de 11.0 millones de personas. Políticamente es una federación de 7 emiratos con gobierno estable y altamente abierto a la inversión extranjera. Ambientalmente impulsa la diversificación económica lejos del petróleo, con políticas de transición energética, aunque enfrenta retos por la dependencia de importaciones alimentarias. Culturalmente es un país bastante incluyente, con más del 80% de la población compuesta por expatriados, lo que refuerza su carácter internacional, su idioma oficial es el Árabe, aunque en los negocios internacionales es común el uso del Inglés.

Francia



Ilustración 7 imagen tomada de wikipedia.com

Francia actualmente es una economía avanzada y estable a en la cual Colombia es uno de los mayores proveedores de frutas. El país ha tenido un crecimiento modesto de alrededor del 0.6% para 2025, y una inflación estimada en 2.3%. Su área es de aproximadamente 551.500 Km² y su población ronda los 66.5 millones de habitantes.

Políticamente es una república semipresidencial con instituciones establecidas, fuerte apertura comercial y reformas en productividad y educación. Ambientalmente apoya la energía limpia y renovable, aunque enfrenta retos estructurales dado al envejecimiento de la población y la carga fiscal presente. Culturalmente es diversa y urbana con el Frances como su lengua oficial predominante y una inmigración neta que contribuye modestamente al crecimiento demográfico.

Inglaterra

Inglaterra actualmente es una economía desarrollada y avanzada, según la OCDE y el banco de Inglaterra el país presenta un crecimiento económico moderado cercano al 1.3% para 2025, con una inflación controlada del 3.4%. Posee una de las deudas publicas más elevadas del G7 que es de alrededor del 97% del PIB, pero mantienen un entorno financiero sólido. Tecnológicamente,



Ilustración 8 imagen tomada de shutterstock.com (2017)

destaca por su infraestructura digital avanzada, con más del 95% de su población con acceso a internet y un sector digital que representa aproximadamente el 9% del PIB. Políticamente es una monarquía parlamentaria estable, con un sistema democrático consolidado y con reformas orientadas a la transición energética. Geográficamente tiene un área de 242.495 Km² y cuenta con una población de 69 millones de habitantes. Su idioma oficial es el Inglés y tiene una inmigración neta de más de 600 mil personas anuales lo que hace que su entorno sea bastante multicultural actualmente.

6.2.2. País seleccionado (Países bajos)

Países bajos actualmente es la opción más estratégica si se desea entrar al mercado europeo desde Colombia porque combina un alto volumen de importaciones en países en desarrollo, infraestructura logística y aduanera de primer nivel (puerto de Rotterdam o el aeropuerto de Schiphol), y un ecosistema de redistribución que permite acceder a todo el mercado europeo con rapidez y bajo costo unitario. Este país como la principal puerta de entrada de frutas exóticas a la UE permite recibir, clasificar, almacenar en cámaras frigoríficas

y reexportar lotes hacia otros compradores europeos, lo que reduce riesgos de mercado y da probabilidades positivas de crecimiento y posicionamiento en el mercado destino. Además, los comerciantes neerlandeses e importadores especializados ya están habituados a trabajar con fruta exótica procedente de América Latina, lo cual nos da cierto reconocimiento y confiabilidad, dado a esto los procedimientos fitosanitarios y certificaciones suelen ser menores que intentando acceder directamente a múltiples países por separado. Este país fue escogido por sus múltiples beneficios como la mejor puerta de entrada a Europa con una logística eficiente, una población con una demanda creciente y concentrada y un ecosistema estable de comercialización. Todos estos haciendo de Países bajos la mejor opción de destino para el producto.

6.2.2.1. Entorno económico

En 2025, la economía neerlandesa mantiene un crecimiento moderado pero resiliente con proyecciones cercana al 1-1,5 % del PIB según la OCDE, impulsado por el consumo privado y la inversión, aunque con riesgos debido a la incertidumbre comercial global. La inflación continúa descendiendo tras los picos del 2022-2023 y se sitúa en torno al 3% o menos, lo que le da estabilidad en costos de importación.

El sector exterior sigue siendo el motor de su economía: Países bajos se mantiene como un hub de comercio internacional, con el puerto de Rotterdam y el aeropuerto de Schiphol como ejes de redistribución de productos frescos para Europa. Aunque, según el Port of Rotterdam Authority el volumen total del puerto registro una leve caída en la primera mitad del 2025, la infraestructura logística especializada en carga refrigerada se mantiene altamente competitiva.

En cuanto al mercado laboral, el país exhibe tasas de desempleo muy bajas (entre el 3 y 4 %) lo que refleja estabilidad económica y el poder adquisitivo suficiente para sostener una demanda de productos diferenciados. Esto se complementa con una estructura productiva con alta innovación tecnológica y fuerte integración en el comercio internacional, lo que lo convierte en un entorno atractivo para todo tipo de exportadores incluyendo los agrícolas.

El entorno económico de Países bajos en 2025 combina crecimiento moderado, baja inflación, estabilidad laboral y fortaleza comercial. No obstante, los riesgos externos obligan a los exportadores a planificar estrategias de mitigación frente a posibles cambios en el comercio global.

6.2.2.2 Entorno tecnológico

Países bajos se mantiene actualmente como líder europeo en innovación, ocupando posiciones destacadas en el Global Innovation Index y atrayendo miles de millones de euros en inversión tecnológica. Su ecosistema se fortalece con el impulso de la IA, semiconductores y fotónica, apoyado por políticas públicas, universidades y empresas.

En logística agroalimentaria, destaca por su infraestructura de frío avanzada y digitalización en puertos importantes como el de Rotterdam, donde el uso de sensores IoT, trazabilidad y control de calidad reduce pérdidas poscosecha y asegura el cumplimiento normativo, lo que favorece al producto a exportar.

El país cuenta con una infraestructura digital de primer nivel, con redes 5G, centros de datos y Ámsterdam como hub mundial de internet, atrayendo a grandes empresas tecnológicas internacionales, consolidando su liderazgo en innovación y sostenibilidad.

Si bien enfrenta retos como la caída en la creación de nuevos startups, en 2024 las empresas neerlandesas recibieron más de 3.7 mil millones de euros en inversión tecnológica, reflejando un ecosistema dinámico y atractivo.

6.2.2.3 Entorno político

Países bajos actualmente mantiene una tradición de estabilidad política y orientación pro-comercio, con regulaciones fitosanitarias, de pesticidas y etiquetado alineadas a la Unión Europea. Esto ofrece un marco predecible para todo tipo de exportadores, pues las normas son claras y los procedimientos en puertos y aduanas se mantienen activos.

En los últimos años se han implementado ajustes presupuestales que priorizan gasto interno, defensa y control migratorio, reduciendo la ayuda internacional. Sin embargo, el país sigue comprometido con los tratados comerciales de la UE y con acuerdos bilaterales, manteniendo su apertura al comercio global. Esto equilibra la competitividad de las empresas con el cumplimiento de los estándares ambientales y sanitarios.

Durante 2024 y 2025 se registraron cambios políticos significativos: la coalición de gobierno colapso tras la salida de PVV de Geert Wilders, provocando la dimisión del gabinete y posibles elecciones anticipadas. Aun así, las operaciones vinculadas al comercio han continuado sin interrupciones, garantizando estabilidad para las importaciones.

En el plano bilateral, Países Bajos es un socio comercial clave para Colombia, gracias al acuerdo con la UE-Colombia-Perú-Ecuador que otorga ventajas arancelarias a las frutas exóticas como la granadilla. Esto sumado a la claridad regulatoria de la NVWA y al rol activo

del sector privado neerlandés, genera un entorno favorable, con un riesgo político moderado, pero sin afectar la continuidad del comercio.

6.2.2.4 Entorno ambiental

En 2025, Países Bajos mantiene un entorno ambiental estricto, enfrenta fuertes retos ambientales, la crisis de nitrógeno es uno de los principales problemas ambientales de dicho país. Un tribunal ordeno al gobierno reducir drásticamente las emisiones de óxidos de nitrógeno y amoníaco para el 2030, al considerar insuficientes las políticas actuales para proteger áreas naturales. El incumplimiento podría traer sanciones económicas y mayor presión de la Unión Europea.

El sector agrícola es el más afectado, en especial la ganadería intensiva, por ser una fuente clave de emisiones. Se han implementado restricciones más severas al uso de fertilizantes y topes más estrictos de producción, además de programas de “buy – outs” para reducir el número de explotaciones cerca de reservas naturales. Estas medidas aumentan la presión regulatoria, los costos de permisos, control de fertilizantes, transporte sostenible y cumplimiento de normas fitosanitarias.

En términos económicos y ambientales, los daños asociados al exceso de nitrógeno se estiman en 14.6 mil millones de euros, equivalentes al 1.6% del PIB neerlandés. Este impacto se refleja en pérdida de biodiversidad, contaminación del agua, deterioro del suelo y riesgos para la salud humana, lo que ha convertido la crisis en una prioridad nacional y en un reto político de gran magnitud.

Para el comercio agroalimentario internacional, Países bajos mantiene su hub de importación y reexportación, pero bajo condiciones más estrictas. Esto representa mayores exigencias, pero también la oportunidad de posicionar productos orgánicos y sostenibles en un mercado que busca compatibilidad ambiental.

6.2.2.5 Entorno cultural

El entorno cultural de Países Bajos se caracteriza por su tolerancia, pragmatismo y apertura, con una fuerte tradición de consenso conocido como polder model, en la que gobierno, empresas y sociedad civil buscan acuerdos mediante el dialogo y la negociación. Su comunicación suele ser directa y honesta, valorando la franqueza y evitando las ambigüedades.

A nivel demográfico la población es cada vez más urbana y multicultural: el crecimiento de la población en los últimos años vino principalmente de la migración, lo que ha aumentado la diversidad étnica y cultural en las grandes ciudades.

La sociedad neerlandesa es mayoritariamente secularizada, con un bajo peso de la religión en la vida pública, no obstante, existen comunidades significativas de mayoritariamente católicos y protestantes cuya presencia varía regionalmente.

En el ámbito de comunicación empresarial existen normas culturales claras: baja jerarquía, puntualidad, igualdad, y exigencia de claridad en propuestas y contratos. El alto dominio de inglés (Países bajos figura como el país con mayor competencia en ingles entre no nativos), esto facilita la relación comercial internacional y reduce inconvenientes con proveedores extranjeros.

Con respecto a su gastronomía existen dos realidades: por un lado, la cocina tradicional (stoopwafel, haring, stampot) forma la base cultural; por otro lado, el consumo contemporáneo está muy orientado a la salud y sostenibilidad con un 21% de crecimiento en el gasto alimentario sostenible, mayor oferta de productos plant-based y un consumo directo que incorpora vegetarianismo (un 25% de las comidas principales fueron vegetarianas para 2024).

Respecto al consumo de frutas exóticas, la demanda ya es existente y se manifiesta en tres canales: retail moderno, el sector HORECA, donde se valora su versatilidad para recetas gourmet; y la industria procesadora que demanda muchos de estos productos para coctelería, helados, repostería entre otros preparados. Estos canales aseguran que la fruta se comercialice tanto en su forma fresca como en derivados de mayor vida útil.

Otros rasgos culturales relevantes son por ejemplo la cultura de movilidad activa (ciclismo muy difundido y usos urbanos multimodales) países bajos se caracteriza por ser el país con más movilidad en bicicleta lo cual hace parte de su forma de vida. El sector cultural (museos, festivales y música en vivo) tras la pandemia se recuperaron cifras ascendentes de visitas y presencia en este tipo de lugares y eventos, lo que muestra una fuerte participación cultural.

6.2.3 El país de origen (Colombia)

Colombia es una economía mediana de América Latina con un sector agropecuario relevante en su estructura productiva y exportadora, el país tiene una base diversificada que combina mineros, agroindustriales, y manufactura; el agro a mostrado dinamismo en varios cultivos.

En el plano hortofrutícola, Colombia ha desarrollado capacidad para producir y exportar frutas exóticas gracias a su diversidad climática y tierra fértil apoyada por programas de internacionalización (ProColombia, Asohofrucol, Avance Pasifloras). Lo cual a logrado una demanda internacional creciente y en consolidación.

Existe una combinación favorable de factores logísticos, comerciales y productivos que hacen a Colombia un proveedor competitivo. Con Rotterdam como puerta de entrada y mayor reexportador de la UE nos facilita la recepción, procesamiento y distribución del producto, eso reduce barreras logísticas para proveedores sudamericanos. Por el lado productivo, Colombia ya tiene empresas exportadoras consolidadas, considerado en Rotterdam como un proveedor efectivo.

6.2.3.1 Entorno económico

Colombia ha mostrado signos de recuperación económica sostenida entre 2024 y 2025, especialmente en su mercado laboral y sector agroindustrial. La tasa de desempleo nacional ha ido disminuyendo, en marzo de 2025 se ubicó en 9.6%, la más baja de ese mes desde 2017. En junio del mismo año se redujo a 8.6%, con cifras por encima del 10% comparado con años anteriores, lo que demostró una gran mejora en el sector de empleo del país.

En cuanto a comercio exterior, el sector agrícola ha tenido cada vez un rol más importante. En febrero de 2025 las exportaciones agropecuarias y agroindustriales de Colombia crecieron en un 18.9% respecto al mismo mes del año anterior, alcanzando valores superiores a 1140 millones de dólares junto con un salario mínimo que se ajustó para el presente año en un aumento del 9.54%.

En términos nominales, según el DANE reporta que el PIB nacional a precios corrientes para 2024 fue de 1'706.457 miles de millones de pesos. En dólares, el PIB nominal

se sitúa en aproximadamente 418.5 mil millones según el banco mundial. En términos de crecimiento real, Colombia registro un crecimiento de 1.7% respecto al año anterior, mostrando una reactivación liderada por sectores agropecuarios.

Para 2025, el FMI proyecta un crecimiento real de 2.4%, con gran probabilidad de que la actividad se fortalezca económicamente.

6.2.3.2 Entorno tecnológico

Colombia ha seguido aumentando el acceso a internet entre 2024 y 2025. A comienzos de 2025 había alrededor de 41.1 millones de usuarios de internet y una penetración del 77% en la población, reflejando un crecimiento sostenido; el uso de redes sociales y móviles sigue siendo alto en grandes ciudades, lo que potencia el comercio electrónico, Fintech y servicios digitales para empresas y consumidores.

En infraestructura la principal novedad fue el despliegue de la red 5G a partir de 2024 de operadores nacionales como Claro, Tigo o Movistar, lo que está mejorando la experiencia móvil y capacidad de red, según informes de medición técnica. Paralelamente, la cobertura 4G sigue amplia en zonas urbanas, pero persiste una brecha con las zonas rurales. Aunque, sigue siendo necesaria la mejora de disponibilidad 5G en el uso productivo industrial.

En cuanto a capacidades tecnológicas empresariales se muestra un avance de cloud, data analytics y proyectos IA por parte de medianas y grandes empresas. Los informes de mercado proyectan crecimiento en transformación digital, con actores globales como Microsoft, Google cloud, entre otros.

No obstante, persiste una brecha digital rural grande, limitaciones en fibra en zonas apartadas y retos de gobernanza que requieren atención. Actualmente, Colombia cuenta con sistemas aduaneros basados en VUCE y el MUISCA de la DIAN, que centralizan tramites y declaraciones electrónicas, permiten la prevalidación de documentos, la gestión de permisos

fitosanitarios (ICA, INVIMA) y la coordinación de inspecciones, Aunque, actualmente siguen existiendo retos de operabilidad de estos sistemas.

6.2.3.3 Entorno político

Colombia atraviesa durante los últimos años un entorno político con alta polarización y tensiones. El presidente Gustavo Petro, sin mayoría en el congreso, ha enfrentado obstáculos para aprobar las reformas propuestas por el gobierno del cambio y ha recurrido a mecanismos como decretos, referendos o consultas populares a la población civil. En materia de seguridad, aunque en 2024 se registró una significativa reducción de víctimas por masacres (270, la cifra más baja desde la pandemia), persisten focos de violencia por parte de grupos armados. Además, la percepción de corrupción por parte de la ultraderecha sigue siendo alta.

El país ha vivido movilizaciones sociales y paros sectoriales, con eventos como el paro de transportadores en septiembre del año anterior que bloqueó rutas estratégicas. Estos acontecimientos son posibles amenazas para el plan exportador que se deben tener en cuenta.

Sin embargo, el gobierno de Gustavo Petro ha mostrado avances en indicadores sociales y económicos. En términos de logros, la pobreza monetaria civil de la población en Colombia se redujo a 31.8% en 2024, con mejoras tanto en zonas urbanas como rurales, lo que refleja un impacto positivo en reducción de desigualdades. Además, el sector agrícola creció un 7.1%, las exportaciones agroalimentarias aumentaron en un 36.9% y el turismo alcanzó cifras récord con 5.86 millones de visitantes de todo el mundo en 2023, la generación de 1.03 millones de empleos y la reducción de la inflación desde niveles por encima del 16% en 2022 hasta valores por debajo del 4% en 2024.

El primer gobierno de izquierda en el país ha impulsado cambios importantes en el comercio exterior con el objetivo de diversificar la economía y reducir dependencia de los

hidrocarburos. La política de comercio exterior para la internacionalización y el desarrollo productivo sostenible proyecta que para el 2026 las exportaciones no minero energéticas representen más del 56% del total nacional, priorizando sectores agroindustriales, industriales y turísticos. En esta línea, el turismo se consolidó como motor clave al generar 2.865 millones de dólares en el primer trimestre del 2025, superando las divisas del café y el carbón y alcanzando el 86% de lo que produce el petróleo y sus derivados.

Además, se fortaleció a las MiPymes, con más de 30.000 empresas en 827 municipios beneficiadas, lo que contribuyó al crecimiento del 36.9% en exportaciones agropecuarias, alimentos y bebidas, pese a la caída del 14.7% en las exportaciones de combustibles. En el plano internacional, Colombia amplió su red de relaciones mediante consultas políticas y comerciales con la EU al tiempo que reabrió la frontera con Venezuela.

Durante el gobierno del cambio, las relaciones con china han tomado mayor relevancia, orientándose a una cooperación estratégica en comercio, inversión e infraestructura. En 2023, Petro realizó una visita oficial a Beijing donde se firmaron 12 memorandos de entendimiento, entre ellos para cooperación agrícola, ciencia, tecnología, infraestructura vial, transición energética y educación. Estos acuerdos abren la puerta a mayor inversión china en proyectos de transporte de energía limpia y fortalecimiento en la transferencia tecnológica.

6.2.3.4 Entorno ambiental

Colombia es considerada una potencia ambiental y biodiversa a nivel mundial alberga cerca del 10% de la biodiversidad del planeta y ocupa el segundo lugar global en especies de aves, así como posiciones destacadas en anfibios, mariposas, reptiles y plantas. Su ubicación geográfica, con acceso tanto al océano pacifico como al mar caribe, además la presencia de la cordillera de los Andes y la Amazonia, le otorgan una gran cantidad de ecosistemas (El 68.7%

de la superficie continental del país tiene aproximadamente 314 ecosistemas naturales). Esta riqueza natural representa un patrimonio invaluable para el país y una ventaja estratégica para el turismo, la agricultura y el biocomercio.

No obstante, Colombia enfrenta serios retos ambientales. La deforestación es uno de los más graves: según cifras oficiales, el año anterior tuvo un aumento del 35%, con pérdidas de alrededor de 89.000 hectáreas en solo 6 meses. Las causas principales incluyen expansión ganadera, la tala ilegal y la minería no regulada, muchas veces asociada con grupos armados en zonas rurales. A esto se suman problemas de contaminación del aire en grandes ciudades, deterioro de cuencas hidrográficas, pérdida de suelos fértiles y el impacto creciente del cambio climático.

El cambio climático representa un desafío adicional para el entorno ambiental colombiano. Proyecciones del banco mundial indican un incremento en la frecuencia de fenómenos extremos como sequías, inundaciones y deslizamientos, además de un aumento del nivel del mar que amenaza la infraestructura portuaria y zonas costeras. Frente a ello, el país ha asumido compromisos internacionales de reducción de emisiones y protección de ecosistemas, a través de políticas como la Estrategia de Biodiversidad y Cambio Climático y su actualización de las Contribuciones Nacionalmente Determinadas (NDC).

6.2.3.5 Entorno Cultural

Colombia es una nación de profundas raíces históricas y una sociedad culturalmente mestiza: su identidad se formó por la influencia de pueblos indígenas precolombinos, la colonización española y aportes africanos traídos por la esclavitud, lo que ha generado una gran diversidad regional en costumbres, música, vestimenta y formas de organización social. Esta heterogeneidad se refleja en las expresiones culturales como festivales, música (vallenato,

cumbia), celebraciones religiosas y practicas ancestrales muchas de las cuales están reconocidas por la UNESCO como patrimonio inmaterial.

El mosaico lingüístico y religioso confirma esa pluralidad: de acuerdo con varios estudios y encuestas alrededor del 90% de la población colombiana es seguidora del cristianismo, siendo aproximadamente 70.9% católicos y 16.7% protestantes/evangélicos. En cuanto al lenguaje el español es el idioma predominante, aunque Colombia alberga decenas de lenguas indígenas vivas (Ethnologue registra más de 80 lenguas) además de criollos y variantes regionales; en lugares como San Andrés y providencia el inglés tiene un estatus social relevante.

La gastronomía y la vida cultural cotidiana ilustran la fusión regional: platos como la bandeja paisa, el ajiaco, los tamales, las arepas y las especialidades costeñas muestran influencias indígenas, españolas y africanas y difieren notablemente por región, lo que le da al país un valor turístico y gastronómico.

Tocando puntos importantes de su impacto social, el narcotráfico en Colombia, especialmente a través de la figura de Pablo Escobar, ha dejado huellas complejas en la cultura y sociedad. Durante las décadas de los 80's y 90's, la violencia asociada a los carteles debilitó la seguridad de la población, generando estigmas que aún persisten en la comunidad. Paralelamente, Escobar y otros capos se transformaron en símbolos culturales a través de la llamada Narco cultura, reflejada en música, literatura, moda y producciones audiovisuales las cuales han consolidado la asociación Colombiana con el narcotráfico en el escenario internacional. Esta dualidad ha producido tensiones internas: Mientras muchos recuerdan a Escobar como un símbolo de terror y atraso, otros lo evocan como benefactor en regiones donde ejerció influencia.

En contraparte, la música, el cine y el deporte han sido pilares fundamentales en la proyección cultural de Colombia, artistas como Shakira, Karol G y J Balvin han llevado ritmos autóctonos como el pop en español y género urbano a escenarios internacionales, logrando millones de ventas en reproducciones digitales, escritores como García Márquez siendo la figura más destacada de la literatura Colombiana y Deportistas de talla internacional como James Rodríguez han logrado contrarrestar los estigmas de violencia del país.

De manera complementaria, el fútbol ha tenido un impacto histórico como símbolo de identidad social. Desde mediados del siglo XX se convirtió en fenómeno de masas, con rivalidades regionales y momentos icónicos. Aunque episodios como el asesinato de Andrés Escobar reflejaron la influencia negativa de la violencia y el narcotráfico en el deporte. Sin embargo, en los últimos años especialmente con la clasificación a mundiales como el del 2014, 2018 y próximamente 2026 no solo se ha convertido en entretenimiento, sino en un motor económico y diplomático que fortalece la imagen positiva de Colombia en el exterior.

6.3 El producto

6.3.1 Portafolio del producto



Ilustración 9 imagen tomada de *Elespectador.com* (2025)

La granadilla (*Passiflora ligularis*) es una fruta originaria de la región andina de Sudamérica, perteneciente a la familia de las pasifloras, reconocida por su forma ovalada y redonda, de cascara dura y lisa con un color anaranjado brillante cuando alcanza su madurez. Su tamaño promedio esta entre 6 y 8 centímetros de diámetro y su peso

promedio de 100 gramos. caracterizada por su sabor dulce, aroma suave y alto contenido

nutricional. Al abrirse, revela una pulpa gelatinosa y translúcida que envuelve numerosas semillas negras, las cuales son comestibles. Su sabor más delicado que el del maracuyá, lo que la hace especialmente atractiva para el consumo en fresco. La fruta es resistente en su cascara, pero muy sensible a golpes y cambios bruscos de temperatura, lo que exige un manejo poscosecha cuidadoso.

En Colombia la granadilla se cultiva especialmente en departamentos con un clima templado y frío como Cundinamarca, Boyacá, Huila, Antioquia y Valle del Cauca, gracias a que prospera en altitudes entre los 1.700 y 2.600 metros sobre el nivel del mar. El país cuenta con ventajas competitivas naturales para su producción, dado a que puede cultivarse durante todo el año, garantizando una oferta constante que satisface las demandas de los mercados internacionales.

En el aspecto nutricional, la granadilla es valorada por su contenido de vitamina A y C (entre 20mg y 30mg por cada 100gr), fibra dietaria y antioxidantes naturales, que contribuyen a fortalecer el sistema inmunológico y mejorar la digestión. También contiene minerales como fósforo, hierro y calcio, y un bajo aporte calórico (aproximadamente 46 Kcal por cada 100g), lo que la convierte en una fruta demandada por consumidores que buscan una opción saludable y natural. Comercialmente, es considerada un producto exótico y de alto valor agregado en mercados internacionales, especialmente en Europa donde se vende en supermercados y tiendas gourmet como fruta fresca para consumo directo o como insumo en jugos, postres y mezclas con otras frutas tropicales.

6.3.2 Generalidades y/o características del producto a exportar

- **Producto:** Granadilla
- **Nombre científico:** *Passiflora ligularis*
- **Género:** Pasiflora
- **Origen:** Región Andina Sudamericana – Colombia
- **Zona de Producción:** Altitudes entre 1700 y 2600 metros sobre el nivel del mar
- **Característica:** Fruta fresca
- **Unidad de medida:** Kilogramo (Kg)
- **Anexos:** Granadilla (*Passiflora ligularis*), destinada para el consumo fresco o como materia prima para el procesamiento.

Aproximación de Características Físicas u Organolépticas Generales

- ✓ **Exocarpio o Corteza Dura:** 28.2%
- ✓ **Mesocarpio o Corteza Blanca:** 17.5%
- ✓ **Endocarpio o Pulpa Comestible:** 44.7%
- ✓ **Semillas:** 8.7%
- ✓ **Densidad Promedio:** 1.067 g/ml
- ✓ **PH Promedio:** 4.6

La *Passiflora ligularis* (granadilla) es un fruto con una capsula ovoide o elíptica, sostenida por un tallo largo. Mide alrededor de 8cm a 12cm con un peso que varía entre 90 y 120 gramos, su cascara es dura y amarillenta en su etapa madura. Su pericarpio está formado de capas de células cortas y paredes gruesas de tono amarillo, aunque mide menos de 1mm de espesor le da gran solidez a la fruta, el mesocarpio es blanco y esponjoso, seco de 5mm de

grosor. La pared del ovario está representada en los frutos maduros por una membrana blanca. Contiene en su interior un promedio de 200 a 250 semillas envueltas en un arilo grisáceo translucido compuesto de parénquima constituido de azúcares naturales y principios ácidos que determinan un sabor dulce muy agradable, las semillas están unidas a una placenta blanca que corresponde al mesocarpio del fruto, son negras, planas en forma de escudo relativamente pequeñas que junto con el arilo transparente constituyen la parte comestible.

6.4 El mercado proveedor

La granadilla es un cultivo extendido en Colombia, sus principales zonas de producción se localizan en los Andes centrales y orientales donde la altitud es aproximadamente entre 1700 y 2600 msnm. Se articula alrededor de mercados de pequeños y medianos productores concentrados en unos pocos departamentos clave: Huila, Antioquia, Cundinamarca, Tolima, Nariño y Valle del Cauca. Desde el punto de vista cualitativo, la oferta nacional está dominada por productores familiares y asociaciones locales que venden a mayoristas, centrales de abasto y empaques regionales; esto genera una cadena de suministro fragmentada, pero con abundante materia prima en temporada, ideal para empresas exportadoras que necesiten establecer redes estratégicas en origen. Varios estudios y diagnósticos sectoriales señalan que Huila ha sido históricamente el líder en producción, aportando una proporción muy grande del volumen nacional, mientras departamentos como el valle del cauca cuentan con cultivos y núcleos productivos municipales especialmente (La unión, Toro, Versalles y Roldanillo) con ofertas estables para el mercado interno.

En términos cuantitativos, los informes de ministerio de agricultura y del DANE permiten construir un indicador para planear el abastecimiento: la zona sur (Nariño y Valle del Cauca) presenta una producción aproximada de 19.412 toneladas de pasifloras con un

rendimiento promedio cercano a 11.1 T/HA, mientras que cifras históricas han situado la producción nacional en el rango de 49.000 a 67.000 toneladas agrupando diversas pasifloras. Esto nos muestra dos realidades útiles de aprovisionamiento las cuales son que por un lado hay volumen suficiente en varias regiones para contratos estacionales importantes y que la concentración en algunos departamentos implica que, para asegurar continuidad, conviene diversificar centros de compra entre Huila, Valle del Cauca y Antioquia.

Si el objetivo es exportar a Países Bajos, el Valle del Cauca es un mercado proveedor estratégico por su proximidad logística a centros de acopio del pacifico y la existencia de asociaciones productoras organizadas (por ejemplo ASSOPITAYA en Roldanillo) junto con proveedores nacionales mayoristas como Villavo Express, Novacampo, Cruper/Cooperativas locales que agrupan a centenares de productores, que facilitan la trazabilidad y pueden colaborar en procesos de empaque y certificación bajo demanda. Además, diagnósticos regionales y estudios agronómicos muestran que el Valle cuenta con zonas de alta aptitud para granadilla en laderas templadas donde la calidad de fruta es competitiva para mercado fresco.

6.5 El mercado potencial objetivo

El mercado objetivo seleccionado dentro de Rotterdam son los importadores distribuidores mayoristas de frutas exóticas (por ejemplo, TFC Holland, Exotic Roots, Jaguar Fresh, MJ Pronk), ya que son el canal más eficiente para entrar a Europa porque actúan como consolidadores: Compran volúmenes de varios orígenes, realizan clasificación, empackado, etiquetado en frio y distribuyen a supermercados, horeca y reexportadores dentro de la UE. Esto reduce la complejidad para un exportador nuevo y aprovecha la infraestructura logística neerlandesa.

Estos importadores ya gestionan requisitos regulatorios y relaciones comerciales con grandes cadenas. Trabajar con ellos acelera la aprobación comercial frente a supermercados ya

que ellos validan proveedores, gestionan auditorias y asumen parte del riesgo logístico.

Además, Rotterdam y Ámsterdam funcionan como hub reexportador: una parte importante de las importaciones de frutas exóticas pasa por puertos y necesidades logísticas neerlandesas antes de distribuirse a Alemania, Bélgica y otros mercados europeos. Esa función multiplica las oportunidades comerciales (un mismo embarque puede alimentar varios mercados) y permite negociar mejores tarifas logísticas. Por eso apuntar a importadores allí mejora la escalabilidad y reduce costos por Kg frente a intentar vender país por país.

Los supermercados a gran escala en el País destino, como Albert Heijn (parte de Ahold Delhaize), no suelen importar la fruta directamente desde los países de origen. En la mayoría de los casos, compran a través de importadores y distribuidores neerlandeses que ya tienen experiencia en logística, control de calidad y cumplimiento de normas fitosanitarias de la EU. Por eso, aunque son compradores finales de granadilla, para un exportador nuevo es difícil venderles de manera directa.

Como mercado objetivo, si son fiables y muy atractivos, pero a mediano o largo plazo, ya que representan una demanda constante, precios estables y alto prestigio si se logra entrar en su cadena de suministros. Sin embargo, sus exigencias son más altas. Así que la vía más realista para empezar en el mercado europeo es entrar primero a través de importadores mayoristas en Rotterdam y Ámsterdam, quienes ya tienen relación comercial con estas cadenas las cuales a su vez serán los proveedores de la población.

6.5.1 La población objetivo

Para esta investigación se centralizó en una población objetiva de hombres y mujeres adultos de entre 25 y 65 años en las principales áreas metropolitanas neerlandesas. Según datos oficiales de Statistics Netherlands (Centraal Bureau Voor de Statistiek, CBS) la población de Países Bajos para el primer semestre del 2025 está en aproximadamente 18'083,010 de los cuales las personas con el rango de edad seleccionado concentran el mayor poder adquisitivo, es el segmento más receptivo a frutas exóticas por hábitos de consumo saludables y tendencias gastronómicas; viven mayoritariamente en zonas urbanas donde la distribución por supermercados y restaurantes tiene mayor densidad. La estructura demográfica neerlandesa muestra que el grupo 25-65 representa el 52.3% de la población. Además, muchas decisiones de compra de alimentos se concentran en hogares con personas de esta edad que actúan como compradores principales, lo que hace este segmento especialmente relevante para una fruta de nicho como la granadilla.

Cuantitativamente, aplicar el porcentaje aproximado del 52.3% sobre la cifra total de la población actual nos da un mercado demográfico bruto (TAM) de 9'457,414.23 ($18'083,010 \times 0.523 = 9'457,414.23$) Este número representa el total de individuos en ese rango de edad y funciona como punto de partida para llegar finalmente a la población objetivo realista inicialmente.

Para determinar el tamaño de muestra adecuado de la población objetivo en los Países Bajos, se aplicó la fórmula estadística para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%:

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

Donde:

- n = tamaño de la muestra (lo que buscamos)
- N = tamaño de la población (9'457,414.23)
- $Z/\alpha 2$ = valor z para el nivel de confianza (1.96*1.96 = 3.8416 para 95%)
- p = Proporción de interés en la población (25%)
- q = Proporción de desinterés en la población 1- p (75%)
- e = error de muestreo (margen de error, 0.05 para 5%)

Resolución del numerador

Numerador: $N * Z^2 * p * q$

Numerador: $9'457,414.23 * 3.8416 * 0.25 * 0.75$

Numerador: $6'812,175.47$

Resolución del denominador

Termino 1 $e^2 * (N - 1)$

$0.0025 * (9'457,414.23 - 1) =$

$0.0025 * 9'457,413.23 = 23,643.533$

Termino 2 $Z^2 * p * q$

$$3.8416 * 0.25 * 0.75 = 0.7203$$

Suma del denominador

$$23,643.533 + 0.7203 = 23,644.2533$$

Resultado final

$$n = \frac{6'812,175.47}{23,644.2533} = 288.11 \approx 288$$

El resultado 288 es la muestra mínima para que los resultados de estudio sean estadísticamente representativos del público objetivo en Países Bajos.

En términos prácticos, significa que, si el 30% de 288 personas dice que compraría granadilla, puede concluirse con un 95% de confianza que aproximadamente el 30% de las casi 9 millones y medio de personas del público objetivo también lo haría, con un margen de error del 5%.

Para esta exportación es necesario estimar que porcentaje de la población objetivo realmente estaría dispuesto a comprar granadilla fresca. A este porcentaje lo llamamos ***p***. Aunque no existe una cifra pública oficial sobre el interés de consumo específicamente de la granadilla, fuentes públicas como Tridge y CBI afirman que las frutas exóticas como las pasifloras siguen siendo mercado de nicho, pero con un consumo creciente cada vez más atractivo para la población.

Aunque p es relativamente bajo frente a la población con poco interés a la cual llamamos q con un 75% esto no significa una limitación, sino más bien una oportunidad estratégica. En los mercados internacionales de frutas exóticas, es común que el público objetivo activo sea minoritario frente al total de la población, pues no se trata de un producto de consumo masivo. Sin embargo, este grupo minoritario suele estar conformado por consumidores con mayor poder adquisitivo.

Además, Países Bajos no suele concentrarse solo en su propio consumo interno. Sino que también reexportan a toda Europa. Por lo tanto, esto no limita la viabilidad del negocio, ya que gran parte de la cantidad exportada desde Colombia hacia Rotterdam también tiene destinos finales como Alemania, Bélgica, Francia o Países Nórdicos. Esta característica hace que el producto sea bastante apetecido por importadores reexportadores.

6.5.2 Tendencias y comportamiento de consumo en el país destino.

Los neerlandeses consumen cada vez más fruta y verduras en peso diario: la última encuesta nacional alimentaria, muestra un aumento en gramos diarios y un interés claro por alimentos percibidos como saludables. Esto implica que la fruta con estos atributos parte de un contexto favorable de demanda por salud.

¿Qué comen los neerlandeses? La dieta neerlandesa sigue mostrando una base de panes y cereales, lácteos y comidas con verduras; en los últimos años se registró aumento de comidas vegetarianas (aproximadamente 25% de los platos principales), lo que también favorece al consumo de frutas como snacks o ingredientes en platos y smoothies. En la práctica esto significa que la granadilla puede encajar tanto como fruta fresca para consumo

directo como ingrediente en preparados saludables (yogures naturales, bowls, entre otros) que ganan cuota en la cesta del consumidor.

La alimentación en Países Bajos sigue basándose en la estructura tradicional AGV (Aardappelen, Vlees, Groente), Patatas, Carne y Verduras, aunque con variaciones modernas. Platos típicos de invierno como el Stamppot y el erwtensoep mantienen gran popularidad estacional, mientras que en otras épocas del año los consumidores incorporan mayor diversidad de comidas y sabores. Además, la creciente influencia de platos internacionales refleja una apertura de ingredientes nuevos, lo que favorece la incorporación de frutas como la granadilla en su dieta, ya sea como postre, snack o acompañamiento fresco.

¿Dónde compran sus alimentos? El mercado neerlandés está altamente concentrado en cadenas como Albert Heijn y Jumbo, aunque también crece la compra online y una opción popular interna de los mercados locales los cuales se organizan en las plazas principales de pueblos y ciudades.

Si bien la fruta fresca mantiene una demanda estable por su vínculo con la salud, la preferencia por conveniencia impulsa formatos listos para consumir, como pulpas congeladas y porciones listas para postres, jugos o yogures, lo que abre una doble oportunidad: posicionarse como fruta fresca premium y como insumo en la industria transformadora, lo que convierte el canal B2B industrial en un mercado clave.

6.5.3 Requisitos del consumidor del país destino

Los importadores reexportadores en los países bajos exigen estrictos requisitos legales para la entrada de frutas. La normativa de la Unión Europea, supervisada por la NVWA,

obliga a cumplir con certificados fitosanitarios completos y cumplir el Reglamento de Sanidad Vegetal (EU 2019/2072). Además, de realizar inspecciones, por lo que la documentación y el cumplimiento regulatorio son la base de cualquier operación comercial.

Otro requisito clave es el control de residuos y la seguridad alimentaria. Los compradores neerlandeses exigen el cumplimiento de los Límites Máximo de Residuos (MRL) establecidos por la UE (Reglamento EC No. 396/2005). También esperan trazabilidad detallada desde el cultivo hasta el empaque. Los incumplimientos en MRL generan incluso pérdida de contratos, por lo que es necesario controles previos en origen para minimizar riesgos.

A esto se suman las certificaciones previas como anteriormente se menciona la Global GAP la más solicitada, mientras que BRC o IFS certifican la seguridad alimentaria en la cadena alimentaria de distribución en destino. Contar con esto acelera la entrada al mercado y reduce la fricción en negociaciones a largo plazo con grandes cadenas distribuidoras.

Finalmente, tanto importadores como consumidores neerlandeses valoran la sostenibilidad, transparencia y conveniencia. En el B2B, se pide calidad constante, embalaje estandarizado, cadena de frío confiable y capacidad de suministro estable. En el B2C, los consumidores demandan etiquetado claro, información de origen, certificaciones orgánicas y productos “clean label”. Además, la preferencia por formatos listos para consumir abre oportunidades para la granadilla fresca y procesada, siempre que cumpla con los requisitos de seguridad social y alimenticia exigidos en Países Bajos.

6.6 El mercado competidor

La competencia global de PassionFruit Export en el sector de la granadilla está concentrada en varios frentes: Perú aparece como uno de los competidores más fuertes en exportaciones hacia Europa; grandes grupos agroindustriales peruanos como Camposol, Complejo Agroindustrial Beta, Danper, Hortifrut los cuales son exportadores relevantes que sirven al mercado europeo y a la industria de la UE.

Ecuador también cuenta con numerosos exportadores y empaquetadores de PassionFruit Export que abastecen tanto frescos como procesados, aunque la competencia del mercado interno en Colombia también es bastante densa con una asociación sectorial consolidada en (Avance Pasifloras) que agrupa a los principales exportadores colombianos y facilita estandarización. Esto coloca a Colombia en el mapa como competidor directo, especialmente en nichos de granadilla de alta calidad.

Rankings comerciales colocan a Ecuador y principalmente Perú entre las fuentes más relevantes hacia Europa; además, reportes sectoriales indican que los principales exportadores peruanos concentraron buena parte del volumen Europeo. Estos volúmenes se traducen en presiones competitivas en precio, capacidad de suministro y en oferta procesada que compite directamente con la oferta colombiana.

Brasil es otro productor de PassionFruit Export consolidado a escala internacional y su producto más fuerte para exportación son sustitutos como el maracuyá: reportes y estudios agronómicos lo sitúan como la principal fuente de producción. Aunque la mayor parte de su producción se consume internamente y su capacidad de exportar fresco a la UE es menor a la de otros países sudamericanos orientados al mercado exportador.

Desde África, países como Sudáfrica, aunque no producen en gran volumen granadilla si producen otras variantes de pasifloras, aunque a escala más pequeña que Sudamérica; empresas y

productores exportan a mercados regionales y algunos lotes de Europa, pero su papel es complementario más que dominante en la cadena Europea.

Concluyendo, países como Perú, Ecuador y Colombia siguen siendo los mayores productores exportadores. Colombia ha mostrado crecimiento en exportaciones de pasifloras entre estas la *Passiflora Ligularis* con envíos a Europa y Norteamérica. Estas naciones combinan la mayor capacidad de producción destinada a exportación.

6.6.1 Países exportadores del producto

La pasiflora ligularis es un fruto de origen andino con creciente proyección comercial internacional. Los principales exportadores operan bajo condiciones geográficas y ambientales que les permite mayor producción de la fruta entre esto se encuentran:

Ecuador



Ilustración 10 imagen tomada de wikipedia.com (2008)

Ecuador presenta un fuerte base genético-agronómica para la pasiflora ligularis estudios agro-morfológicos recientes identifican provincias andinas con materiales aptos para la selección de líneas de exportación por tamaño y vida útil. Se estima que Ecuador exporto aproximadamente 2000 toneladas de granadilla y otras pasifloras en 2024, con mercados en

Europa y Norteamérica. Ecuador cuenta con una población que se estima de 18.6 millones de habitantes, su idioma oficial es el español y profesa el cristianismo en su mayoría católicos, es un país andino sudamericano cuya economía depende en gran parte de su agricultura y petróleo; culturalmente mantiene una marcada diversidad regional entre sierra y costa.

Perú



Ilustración 11 imagen tomada de freepik.es

Perú concentra su producción de granadilla en Oxapampa, donde existen alrededor de 2000 hectáreas cultivadas; en su mayoría su cultivo está concentrada en pequeños y medianos productores, con rendimientos heterogéneos y necesidades claras de innovación. En 2025 Perú muestra un aumento en las exportaciones de pasifloras (aunque muchas cifras combinan especies). El notable incremento en los envíos de granadilla se ha visto reflejado en récord de exportación, superando los 230.000 kilos y generando ingresos de casi un millón de dólares. La región de lima lidera los envíos, aunque regiones como la libertad, callao y Piura también han contribuido en el dinamismo del sector. El país cuenta con una población aproximada de 34.4 millones de habitantes, su idioma predominante es el español y su religión más profesada es el cristianismo católico, es una república presidencialista con dificultades políticas.

Colombia



Ilustración 12 imagen tomada de elements.envato.com

Colombia se ha posicionado como un importante exportador de granadilla y otras pasifloras, aprovechando su diversidad climática y el reconocimiento de sus frutas exóticas en el exterior. La granadilla, junto a otras frutas como la gulupa y la uchuva, representa una parte significativa de la canasta exportadora del país. Como se ha mencionado antes el sector ha crecido con exportaciones que superaron los 2.8 millones de dólares en 2024. Este dinamismo refleja la creciente demanda de frutas de alta calidad en mercados exigentes. Las principales regiones productoras y exportadoras

de granadilla en Colombia incluyen a Cundinamarca, Huila, Antioquia y Valle del Cauca. La producción se adapta en diferentes altitudes y se ha consolidado como una fuente de empleo e ingresos en distintas zonas rurales.

6.6.2 Procedencia del producto en el país destino

Los países bajos se consolidan como uno de los mayores importadores globales, donde la pasiflora ligularis (granadilla dulce), tiene una procedencia que se remonta a los andes sudamericanos, especialmente en Colombia, el principal país productor y exportador hacia mercados internacionales. Este país se beneficia de una ubicación geográfica privilegiada, con condiciones climáticas y topográficas optimas que permiten la producción de frutas exóticas con altos estándares de calidad. Estas condiciones, unidas a una amplia biodiversidad que incluye más de 400 especies nativas de frutas, hacen que la granadilla sea reconocida internacionalmente, lo que la convierte en un producto exportable altamente demandado por importadores neerlandeses que son los principales distribuidores en Europa.

La demanda neerlandesa también está motivada por la integración de estos productos en la cocina gourmet y la alimentación sostenible. Los holandeses consideran a la granadilla colombiana como una de las más bellas y nutritivas del mundo. Este país no produce la fruta localmente debido a su clima frío, por lo que depende exclusivamente de la importación proveniente de regiones tropicales y subtropicales como Colombia, Perú y Ecuador. La logística alimentaria en Países Bajos está altamente desarrollada para mantener la calidad y frescura de la fruta durante el transporte y distribución.

Además, datos sectoriales del Ministerio de Agricultura Colombiano señalan que Holanda ha sido tradicionalmente el principal receptor Europeo de granadilla dulce y otras pasifloras, con una participación significativa de las importaciones desde el país. En años recientes, este

producto a alcanzado varias millas de toneladas anuales, con una tendencia de crecimiento, sustentada en una mayor tecnificación de los procesos de producción.

6.6.3 Los precios internacionales del producto

En términos generales, al analizar datos de importación, el precio promedio por kilo en 2023 estaba en alrededor de US\$ 3/Kg, pero ese valor varía mucho, por ejemplo, se registran precios unitarios de distintos orígenes incluyendo Colombia de aproximadamente 4.96, 2.29 y 6.66 dólares por Kg. (WITS/ UN Comtrade)

En el mercado mayorista los precios son amplios: informes de (Tridge) registran rangos desde USD 0.94 hasta USD 15.30/Kg según temporada, calidad y presentación. En retail supermercados como Albert Heijn la granadilla al consumidor se vende por lo general más cara por los márgenes y la presentación (por ejemplo, bolsas de 6 frutos cuestan aproximadamente 3.99 euros; productos procesados pueden equivaler a 10 y 11 euros por kilogramo. Eso significa que el precio final al consumidor puede ser varias veces el precio de importación.

Otras fuentes, afirman que el precio mayorista de la fruta incluyendo otras pasifloras esta entre 1.8 y 2.7 dólares por Kg en los mercados internos. Cuando la fruta se empaca y se destina a exportación, el valor aumenta. Algunos registros históricos de exportación muestran rangos entre 3.3 y 7.1 USD/Kg, mientras que en 2024 se reportaron precios incluso mayores, en torno a 4.4 y 10.9 USD/Kg para mercados Europeos.

En Países Bajos, que son la puerta de frutas exóticas para Europa. El precio FOB, que es el valor de la fruta puesta en puerto Colombiano lista para exportar, se puede estimar un

promedio de USD 4.5 y 9.5 por Kg. En el mercado internacional se puede concluir que actualmente la fruta fresca se cotiza en un promedio de 3 a 6 euros y en Norteamérica se puede redondear en 5 y 8 dólares por kilogramo con posibilidad de aumento por valor agregado.

6.7 El canal de distribución

Para esta exportación se utilizará un canal de distribución indirecto en donde la empresa cumplirá una función de intermediario exportador la cual adquirirá la fruta de productores mayoristas nacionales ubicados en regiones como el Huila y Valle del Cauca, consolidando la carga en Cali para su envío hacia el puerto de Rotterdam en destino. Una vez la carga esté en Países Bajos, la mercancía será recibida por el comprador en este caso importadores-reexportadores, quienes se encargan de gestionar la entrada legal, el almacenamiento y la distribución inicial en el mercado Europeo en las zonas urbanas del país. Estos actores luego comercializan y suministran la granadilla a cadenas de supermercados holandesas como Albert Heijn junto a la industria transformadora (productores de heladería, repostería, yogures y bebidas), que utilizan la fruta en diversos procesos industriales. Finalmente, por estos medios la granadilla llega a la población civil neerlandesa los cuales serán los consumidores finales, estos podrán comprarla ya sea como fruta fresca en supermercados o como parte de productos elaborados en la industria alimentaria, cerrando así un circuito comercial que conecta a productores mayoristas Colombianos con los hábitos de consumo en Europa.



Ilustración 13

6.9 Estrategias De Mercadeo Y Ventas

Para penetrar más a profundidad la granadilla en el mercado Holandés es necesario crear estrategias de mercadeo, marketing y ventas destacando su valor nutricional y sostenibilidad con el medio ambiente además de aprovechar poblaciones crecientes con estilos de vida como el veganismo al ser un producto totalmente proveniente de la tierra sin ningún componente de origen animal. Además de utilizar diversos métodos de promoción combinando formas de distribución como el retail y el B2B industrial. Otras formas de posicionarse son participando en ferias, usando matchmaking con importadores del mercado objetivo y ofrecer pruebas como palets de muestra y condiciones comerciales temporales para demostrar capacidad de suministro, calidad y vida útil.

La comunicación de valor es muy importante para todo tipo de consumidores, así que se puede construir una propuesta de valor o branding que incluya su origen, certificaciones internacionales y practicas sostenibles como uso de agua y huella de carbono. Es muy importante el uso del e-commerce de supermercados y Marketplaces para visibilidad; además de utilizar plataformas y redes sociales que muestren los distintos usos en recetas de la fruta.

En cuanto a estrategias de venta es recomendable ofrecer precios cómodos al inicio de la campaña de introducción demostrando interés por la economía del consumidor con precios un poco más bajos que la competencia los cuales no afecten el margen de ganancia, Además, es recomendable llegar a alianzas con los importadores distribuidores de Holanda que tengan experiencia en frutas tropicales, lo que facilitará la entrada y cobertura del mercado. También es relevante invertir en promoción de los puntos de venta, degustaciones y campañas de marketing digital para crear reconocimiento educando a los consumidores sobre la fruta.

7. EL ESTUDIO TÉCNICO

7.1 Localización del proyecto

La localización del proyecto se sitúa en la ciudad de Cali, departamento del Valle del Cauca, Colombia. Cali está ubicada en una altitud aproximada de 926 metros sobre el nivel del mar, lo que le da un clima tropical cálido con una temperatura promedio anual de alrededor 24°C. Durante el día, las temperaturas máximas pueden oscilar entre los 30-31°C, mientras que en las noches descienden a cerca de 19-20°C. Las lluvias están distribuidas a lo largo del año, concentrándose en los periodos de marzo a mayo y de octubre a diciembre, mientras que los meses de junio a agosto tienden a ser más secos.

La materia prima (granadilla dulce) se obtendrá de cultivos ubicados en municipios del Valle del Cauca y zonas aledañas como Tuluá, Buga y Sevilla donde las condiciones agroclimáticas y altitud son de entre 1.700 y 2.600 msnm, con suelos fértiles de origen volcánico, suelos sueltos, bien drenados, ricos en materia orgánica y con acidez moderada (PH entre 5.0 y 6.5). Estas condiciones favorecen la calidad y dulzura del fruto.

El centro de acopio y empaque estará localizado en la zona industrial de Cali, debido a su infraestructura adecuada, disponibilidad de servicios públicos, cercanía a proveedores logísticos y facilidades de acceso y conexión directamente hacia el puerto de Cartagena, aunque no es el más cercano es el más factible para este tipo de mercancía perecedera dado a que ofrece trayectos de 12 o 13 días directos frente al puerto de Buenaventura que sus trayectos más rápidos llegan a los 25 días. En este punto se realizará la recepción, empaque y almacenamiento temporal de la fruta bajo condiciones controladas antes del transporte internacional. La elección de Cali como centro operativo se justifica por su posición

estratégica entre las zonas productoras y el puerto de exportación. Estos factores contribuyen a optimizar los costos de transporte, reducir tiempos de entrega y garantizar la trazabilidad del producto.

7.1.1 Macro localización

Colombia



Ilustración 14 imagen tomada de geo-ref.net

El país donde se origina este proyecto es Colombia, un país ubicado en la región noroccidental de América del Sur, reconocido por su gran diversidad geográfica, cultural y biológica. Limita al norte con el mar Caribe, al este con Venezuela y Brasil, al sur con Perú y Ecuador, al oeste con Panamá y el océano pacífico. Colombia cuenta con aproximadamente 1'141.748 kilómetros cuadrados terrestres y unos 988.000 km² ósea unas

212 millas náuticas en cada océano. Su territorio está atravesado por 3 ramales de la cordillera de los andes, lo que genera una amplia variedad de pisos térmicos y ecosistemas que van desde playas tropicales y selvas húmedas hasta paramos y nieves perpetuas. Esta diversidad se refleja en su economía, basada principalmente en la agricultura, minería, energía, industria manufacturera y servicios, con productos emblemáticos como el café, las flores, el banano, el aguacate, las frutas exóticas, las esmeraldas, el petróleo y el carbón.

En el entorno social y cultural, Colombia se distingue por su riqueza étnica y multicultural, integrada por descendencia Africana, Indígena y Europea que contribuyen a una identidad nacional diversa. En su entorno religioso y cultural cuenta con una población mayoritariamente cristiana católica con el español como lengua oficial y predominante. En el

ámbito político, es una república democrática y una economía en crecimiento, favorecida por tratados de libre comercio y su integración en mercados internacionales. En el plano ambiental, el país es considerado uno de los megadiversos del planeta, albergando cerca del 10% de la biodiversidad mundial.

Países Bajos



Ilustración 15 imagen tomada de shutterstock.com

El país destino de este proyecto es los países bajos, un estado ubicado en Europa Occidental, reconocido por su geografía predominantemente baja, su innovación en manejo del agua y por su alta densidad de población. Limita al norte con el mar del Norte, al este con Alemania, al sur con Bélgica y cuenta con costas extensas. Los países bajos tienen aproximadamente 41.526 Km² de superficie total, de los cuales alrededor del 18% es agua, y se consideran densamente poblados con unas 450 personas por Km² en tierra. Su territorio es mayoritariamente plano, con grandes extensiones de tierra recuperada, algunas colinas suaves en el sureste, y una elevación máxima continental de unos 321 metros en el área de Vaalserberg.

Los países bajos tienen una economía bastante abierta y sectores fuertes en servicios de tecnología. En lo cultural, su población es mayoritariamente de origen germánico, con el neerlandés como lengua oficial, siendo un país con tradición religiosa, aunque secularizado, con presencia histórica del catolicismo, protestantismo y un importante porcentaje de población no religiosa. En lo ambiental, los países bajos albergan una diversidad de ecosistemas como marismas, dunas costeras, polders, estuario y humedales; tienen numerosos

canales, ríos grandes (como el Rin, el Mosa y el Escalda), políticas robustas de conservación y retos relacionados con el cambio climático, subida del nivel del mar y gestión del agua.

7.1.2 Micro localización

Cali



Ilustración 16 imagen tomada de elpais.com (2024)

Cali es la ciudad de origen del proyecto esta se ubica en el fondo del Valle del Cauca, en el suroccidente de Colombia, su extensión municipal supera los 600 Km² y su altitud promedio urbana ronda alrededor de 1000 msnm, lo que le confiere un clima tropical templado con temperatura media cercana a 24°C y precipitaciones anuales variables según la zona (aproximadamente 900 – 1500 mm), siendo la variación climática influenciada por la cordillera occidental y la cercanía al Pacífico. La ciudad es el principal centro urbano y económico del suroccidente Colombiano y concentra una población proyectada en torno a 2.2 – 2.9 millones en el área metropolitana según proyecciones recientes, con densidad urbana alta y una estructura demográfica que muestra una creciente proporción de dinámicas migratorias internas.

En lo socio cultural y económico, Cali es una ciudad multicultural y pluriétnica con fuerte presencia mestiza, una dinámica urbana marcada por la economía informal y por sectores formales en manufactura, servicios y agroindustria como frutas exóticas, flores, azúcar y café, el Valle del Cauca aportó una fracción sustancial del PIB regional y mantiene exportaciones relevantes; además, la ciudad es reputada por su vida cultural. El idioma

predominante es el español, en términos operativos y ambientales es un epicentro bastante recomendable para la exportación de granadilla.

Rotterdam



*Ilustración 17imagen
tomada de pinterest.com (2024)*

Rotterdam, situada en la provincia de Zuid – Holland, es la segunda ciudad más grande de los Países Bajos, con una población aproximada de 670.000 habitantes y más de 2.6 millones en su área metropolitana (CBS, 2025). Ubicada en el delta de los ríos Rin y Mosa, posee un territorio de 319 Km² conformado por tierras ganadas al mar y protegidas por un sistema avanzado. Su clima templado oceánico con temperaturas promedio anuales de 10°C y lluvias constantes. Esta ciudad opera su puerto durante todo el año. Gracias a su ubicación estratégica y conexión directa con el mar del Norte, la ciudad se consolidó como un nodo logístico internacional con acceso ferroviario, fluvial y carretero a los principales centros industriales de Europa (Rotterdam Partners, s.f).

El puerto de Rotterdam es el más grande de Europa y uno de los más modernos del mundo, especializado en la manipulación y distribución de carga refrigerada, lo que lo convierte en un punto estratégico para la importación de frutas tropicales. Su economía se basa en la logística, la energía, la industria portuaria y los servicios internacionales. Su idioma oficial es el neerlandés, pero la mayor parte de su población domina el inglés y distintos idiomas convirtiéndolo en un país con una fuerte capacidad multilingüe (Reuters, 2025).

7.1.3 La planta física

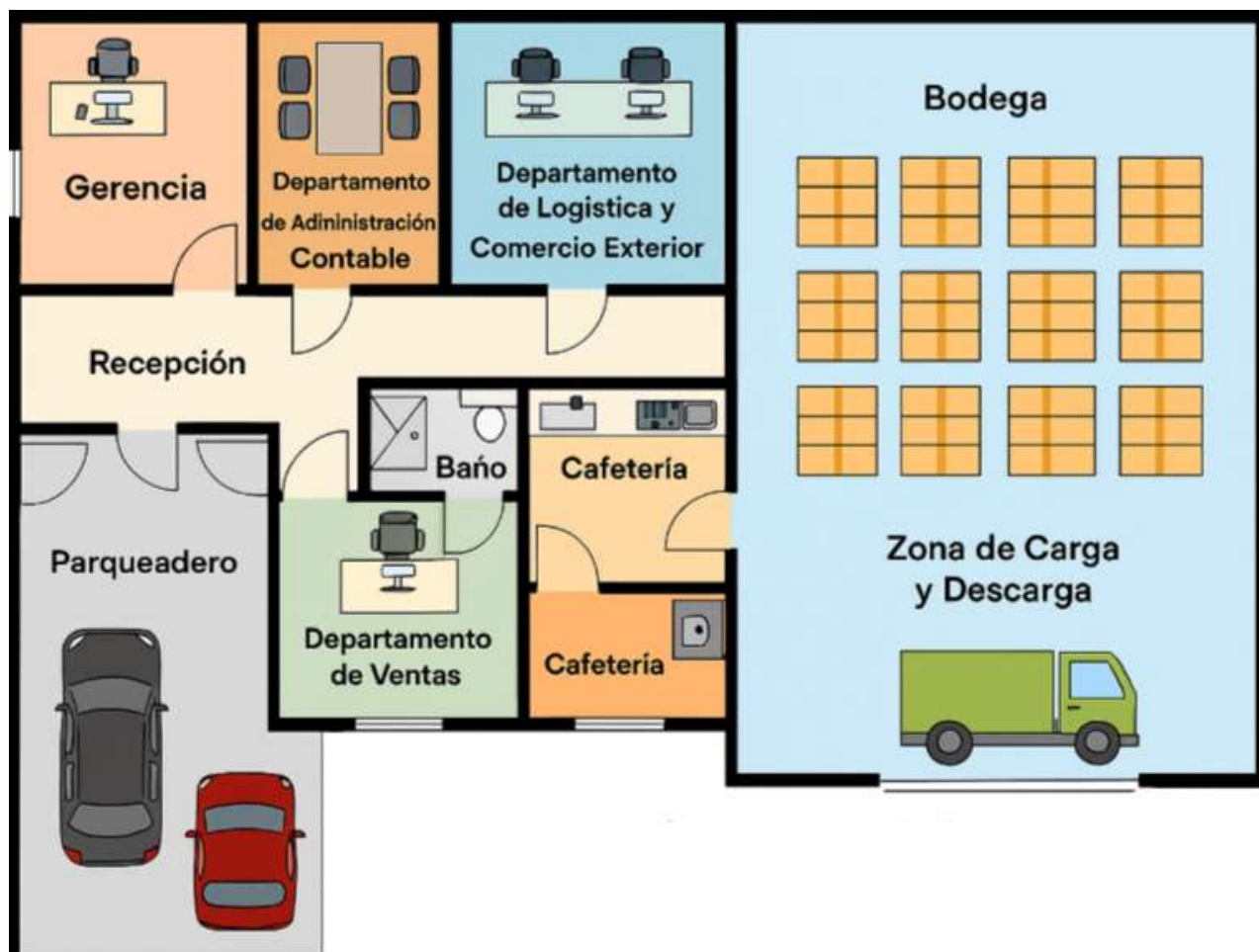



Ilustración 18

7.2 Aspectos técnicos del producto

7.2.1 Ficha técnica del producto

FICHA TÉCNICA DE LA GRANADILLA (PASSIFLORA LIGULARIS)			
<p style="text-align: center;">Información General</p> <p>Nombre común: Granadilla</p> <p>Nombre científico: Passiflora ligularis</p> <p>Origen: Andes Tropicales, Colombia</p> <p>Zona de producción en Colombia: Huila, Antioquia, Cundinamarca, Valle del Cauca y Nariño</p> <p>Característica: Fruta fresca</p> <p>Unidad de medida: Kilogramo (g)</p> <p>Código arancelario: 0810.90.10.10</p>			
<p>Descripción de producto</p> <p>La granadilla es una fruta tropical de cápsula ovoide, sostenida con un péndulo largo, la cascara es dura, color anaranjado brillante y textura lisa. Su pulpa es gelatinosa, translúcida y contiene numerosas semillas negras comestibles. Posee un sabor dulce y aromático, ideal para el consumo en fresco o la elaboración de jugos y postres.</p> <p>El peso promedio de la granadilla a comercializar será de 128 gramos</p>			
<p>Composición y valor nutricional</p> <p>Porcentaje alto en agua e hidratos de carbono, además de aportar proteínas y grasa baja en calorías. Provee vitaminas esenciales como vitaminas A, B1, B2, B3, B9, C, E, K y provitamina A Además de ser una buena fuente de fibra</p> <p>Valor nutricional en 100 gr.</p> <table style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="padding-right: 50px;">Agua (g)</td> <td>72.93</td> </tr> </table>		Agua (g)	72.93
Agua (g)	72.93		

Proteínas (g)	2.2
Grasas (g)	2
Minerales (g)	145.4
Vitaminas (g)	18.2
Kilocalorías (g)	80
Condiciones de conservación y transporte	
Temperatura de almacenamiento: 7 – 10°C	
Vida Útil: 2 a 3 semanas en condiciones optimas	
Transporte: Refrigerado, en contenedores ventilados	
Usos y aplicaciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Consumo directo como fruta fresca • Industria de jugos, néctares, postres y repostería • Extractos naturales para cosmética y suplementos alimenticios 	

7.2.2 Capacidad de producción y/o comercialización por unidad de tiempo

Se cuenta con un proveedor al por mayor que proporcionará 1 kilo de granadilla por el precio de seis mil cuatrocientos veintiocho pesos colombianos (6,428.80\$) lo cual equivale a 9 - 10 unidades de granadilla si se tiene en cuenta que el peso promedio de la granadilla a exportar será de 100 - 120 gramos.

Se manejarían unos volúmenes de 100 kilos por día, lo que equivale a 930.000\$ diarios. Por consiguiente, la medida quincenal equivale a 1.500 kilos quincenales (13.950.000\$),

mensualmente sería de 3000 kilos (27.900.000\$) y anualmente sería de 36.000 kilos (334.800.000).

7.2.3 Unidad de empaque y etiquetado para la exportación

La exportación de granadilla (*Passiflora Ligularis*) hacia Europa permite una planeación logística precisa debido a su naturaleza perecedera y la necesidad de mantener condiciones óptimas de conservación durante toda la cadena de suministro. De acuerdo con estudios técnicos de Procolombia (2024) y reportes de CBI Netherlands (2023), el transporte marítimo desde el puerto de Cartagena (Colombia) hasta el puerto de Rotterdam (Países bajos) tiene una duración promedio de 12 o 13 días dado a que los productos perecederos tienen tarifas prioritarias para este tipo de mercancías con clientes Neerlandeses.

En el escenario propuesto para esta operación, la fruta sería recolectada en su punto de madurez fisiológica (mayoritariamente verde con rasgos de un cambio de tono leve) en los centros de producción cercanos al Valle del Cauca donde están la mayor cantidad de productores en el país, trasladada bajo condiciones óptimas rigurosas hacia la planta de selección, empaque y almacenamiento ubicada en la ciudad de Cali, donde se realizarían las etapas de clasificación, empaque, embalaje y acondicionamiento en frío. Posteriormente, la carga se transportaría en camiones refrigerados hacia el puerto de Cartagena, proceso que, bajo una adecuada coordinación logística, podría ajustarse a un tiempo estimado de 6 días, incluyendo inspecciones y cargue al buque.

Por lo tanto, el tiempo total desde la cosecha hasta el arribo a Rotterdam se estima en 19 días (6 días internos y 13 marítimos). Este cálculo se encuentra dentro de los márgenes

operativos manejados por los exportadores Colombianos de frutas exóticas. (Mincomercio 2023).

La granadilla, a diferencia de otros frutos tropicales, presenta una vida útil de hasta 35 días bajo condiciones de temperatura controlada entre 7 y 10°C y humedad relativa entre 85% y 90% (FAO, 2022). Bajo estos parámetros, la fruta mantiene su calidad sensorial y comercial durante el trayecto, permitiendo que al llegar al puerto de destino conserve aproximadamente de 11 a 16 días de vida útil comercial remanente dado a los avanzados sistemas logísticos de países bajos y su larga experiencia con perecederos. Este margen es suficiente para garantizar su distribución y venta final para los importadores consolidados como Nature Pride B.V los cuales tienen regulaciones prioritarias por su alto volumen de mercancía perecedera en destino.

Los importadores europeos, especialmente en países bajos, trabajan con productos que mantengan un mínimo de 10 a 14 días de vida útil al momento del arribo, de acuerdo con lo señalado por el centre for the promotion of imports from developing countries (CBI, 2023). En este contexto el margen de 11 a 16 días resulta totalmente aceptable para la cadena de distribución en Europa.

Empresas colombianas como Pacific Fruits y Frutireyes, con experiencia exportadora hacia Europa, han confirmado la factibilidad de operaciones similares, reportando tiempos combinados de 16 a 20 días entre origen y destino, sin afectar la calidad ni la aceptación comercial del producto (Procolombia, 2024).

Por lo tanto, desde una perspectiva técnica y comercial, la operación es viable y coherente con las practicas reales del comercio internacional de frutas exóticas. El termino

FCA es apropiado para una microempresa exportadora, ya que delimita su responsabilidad hasta el momento en que la mercancía es entregada y despachada en el puerto de origen (Cartagena), lo que permite controlar costos y riesgos logísticos dentro del territorio nacional, delegando al importador el transporte internacional y la gestión en destino.

Las granadillas deberán encontrarse en un estado de madurez fisiológica (mayoritariamente verde con rasgos de un cambio de tono leve) para asegurarse de que llegue en óptimas condiciones. Estarán dispuestas en cajas de cartón de: 60 x 40 x 20. El fondo de la caja dispondrá de separadores o alveolos de 4 cm de diámetro para ubicar las granadillas con el tallo hacia arriba. De acuerdo al alto de la caja serían 3 capas de granadillas, las cuales irían intercaladas respecto a la capa inferior para que descansen entre los huecos (patrón “panal”); cada capa contiene 60 granadillas de 120 g aproximadamente, por lo que daría un total de 180 granadillas por caja con un peso de 22.8 kilogramos incluyendo el peso de la caja.



Ilustración 20 imagen tomada de cajasyprecintos.com



Ilustración 19 imagen tomada de made-in-china.com

Las Medidas del pallet a utilizar son de: 1200 mm x 800mm x 145mm (altura de la estiba). Con una altura máxima de paletización de 2.2 m. Teniendo en cuenta las medidas tanto de la caja como la del pallet y su altura máxima, se determina que éste puede albergar 4 cajas como base y 10 capas de cajas una encima de la otra, lo que da un total de 40 cajas por pallet.

Cantidad de Cajas Base: $120\text{cm} \times 80\text{cm}(\text{pallet}) = 9600 / 40\text{cm} \times 60\text{cm}(\text{caja}) = 2400$ ($9600 \div 2400 = 4$)

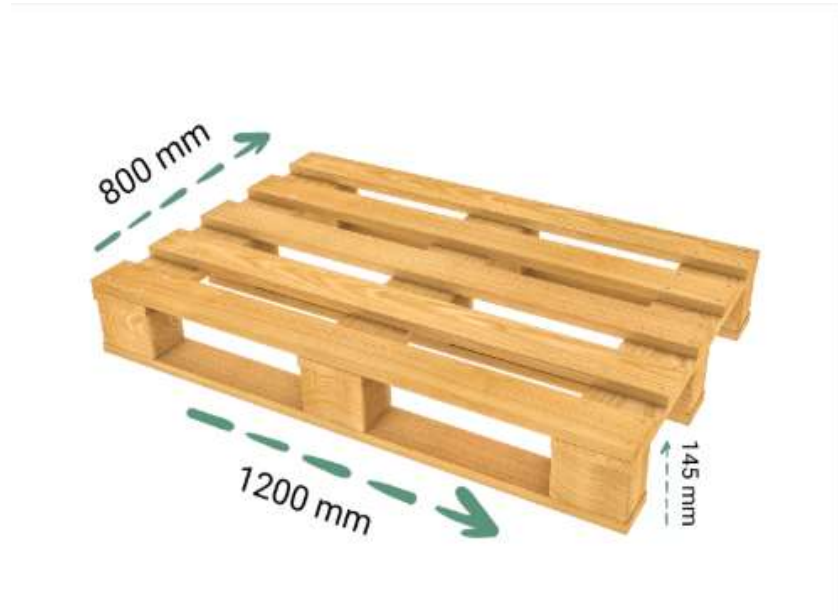


Ilustración 21 imagen tomada de unipalet.com (2024)

Si tenemos en cuenta las medidas de un Contenedor de 40 pies, las cuales son de 12.19 m de largo, 2.44 m de ancho y 2.60 m de alto y las medidas de los pallets a utilizar (1.2 m x 0.8 m x 0.14 m) se determina que caben un total de 20 pallets por contenedor.

Cantidad de pallets por el lado largo del contenedor: $12.19\text{m} \div 1.20\text{m} = 10.15$ (10 pallets por fila). Cantidad de pallets por el lado ancho: $2.44\text{m} \div 0.8\text{m} = 3.05$ (se debe ajustar a 2 pallets debido al espacio que debe haber entre éstos). Debido a la altura de los pallets y el contenedor no es posible apilar unos encima de otros.

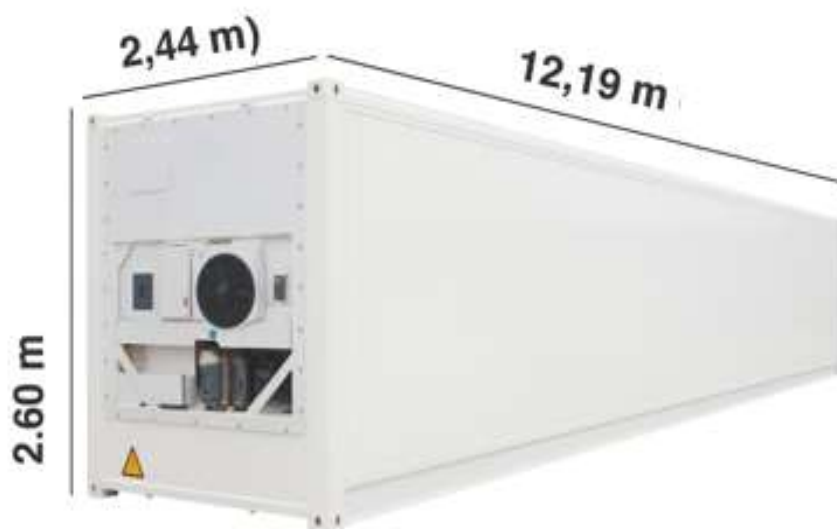


Ilustración 22

De acuerdo a lo anterior se resume que se transportará un contenedor lleno y refrigerado el cual contiene 20 pallets con un peso de 932 kilos cada uno (incluyendo el peso de 20 kg de la estiba), por lo que en total serían 17,280 kilos netos de fruta a exportar, aunque incluyendo cajas y estibas serían 18,640 kg.

7.3 Unidad empresarial exportadora

7.3.1 Tipo de sociedad

La empresa que realizará la operación de exportación está conformada como tipo “S.A.S”, debido a su flexibilidad y constitución sencilla. Este tipo de sociedad permite que las empresas se puedan constituir por una persona o varios accionistas mediante contrato o acto unilateral con documento privado inscrito en la cámara de comercio. Entre sus ventajas incluye trámites rápidos y bajo costo para su constitución, mayor protección patrimonial para los socios y libertad para definir reglas internas.

Según la cámara de comercio de Cali, para conformar una S.A.S se necesita:

Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen). Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.

El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

El **código CIU** correspondiente a la empresa es 4631. Este código consiste en una combinación numérica que rige a nivel internacional y permite diferenciar las actividades económicas de las empresas. CIU proviene de la sigla “Clasificación Industrial Internacional Uniforme”.

Algunas entidades, como la DIAN o las cámaras de comercio solicitan este código al momento de diligenciar formularios de registro, razón por la que es fundamental seleccionarlo adecuada y cuidadosamente.

La empresa estará registrada bajo el nombre de “PassionFruit Export” el cual no presenta homonimia. La homonimia existe cuando figura registrado un nombre idéntico al que se pretenda registrar o modificar, sin tener en cuenta el tipo societario o de entidad. Por lo tanto, no habrá homonimia cuando dos o más nombres sean similares a otro ya registrado.

Según la cámara de comercio de Cali, es obligación de toda comerciante persona jurídica, además de matricularse en el registro mercantil, inscribir los libros de registro de socios o accionistas, y los de actas de asamblea y juntas de socios, en los cuales se asentarán en orden cronológico las operaciones mercantiles. Lo anterior, de conformidad con el artículo 19 del Código de Comercio y numeral 7 del artículo 28 ibidem, modificado por el artículo 175 del Decreto Ley 019 de 2012.

7.3.2 Razón social

La razón social de la empresa estará registrada bajo el nombre de PassionFruit Export. La empresa se dedica a la comercialización de frutas tanto a nivel local como a exportar al exterior mediante proveedores.

7.3.3 Misión y visión de la empresa

Misión

En PassionFruit Export nos dedicamos a la comercialización y exportación de frutas frescas de alta calidad. A través de relaciones directas con proveedores locales de confianza, garantizamos la trazabilidad y frescura de los productos. Buscamos conectar el trabajo de los agricultores locales con los mercados nacionales e internacionales, además de ofrecer productos naturales, sostenibles y cuidadosamente seleccionados, fortaleciendo la cadena agrícola y promoviendo el consumo de frutas tropicales del país también en el exterior.

Visión

Para el año 2030, PassionFruit Export busca consolidarse como una empresa reconocida a nivel regional y con una presencia estable en el sector exportador, destacándose por su cumplimiento, calidad y compromiso con el desarrollo del campo colombiano.

7.3.4 Principios y valores

Principios institucionales:

Estos son lineamientos fundamentales que orientan el comportamiento, las decisiones y las políticas internas de una organización. Representan la base ética sobre la cual se construye la

cultura empresarial, definiendo la manera en que la entidad se relaciona con sus colaboradores, clientes, proveedores y la sociedad en general. En la organización estos son:

Sostenibilidad ambiental: Se promueven practicas responsable en toda la cadena de suministro, minimizando el impacto ambiental y fomentando el comercio verde.

Calidad y trazabilidad: Se garantiza que cada fruta cumpla con los estándares internacionales de inocuidad, frescura y presentación, desde el productor hasta el cliente final.

Transparencia comercial: Se opera con claridad y honestidad en todas las transacciones, fortaleciendo la confianza productores, clientes y aliados estratégicos.

Responsabilidad Social: Se Impulsa el desarrollo de productores rurales mediante relaciones justas.

Innovación y Mejora Continua: Se adopta tecnología y procesos logísticos eficientes que optimicen la exportación y la cadena de frio.

Valores corporativos:

Son las convicciones y creencias compartidas que definen la identidad y el carácter de una empresa, influyendo directamente en la conducta de sus miembros y en la forma como se gestionan las relaciones internas y externas. Actúan como un marco de referencia para la toma de decisiones, la resolución de conflictos y la consolidación de una cultura organizacional sólida y coherente.

Compromiso: Cumplir con excelencia los acuerdos comerciales y las expectativas de los clientes internacionales.

Honestidad: Actuar con integridad en todas las etapas de los procesos tanto a nivel nacional como internacional, garantizando practicas éticas y transparentes.

Respeto: Valorar la diversidad cultural, ambiental y humana presentes en el entorno social, cultural y empresarial.

Trabajo en equipo: Fomentar la cooperación entre colaboradores, productores y socios logísticos para alcanzar metas comunes.

Responsabilidad: Asumir con seriedad el impacto social, económico y ambiental de cada decisión empresarial.

Rapidez: Actuar con agilidad y eficiencia en los procesos logísticos y comerciales, garantizando tiempos de respuesta oportunos para los clientes nacionales e internacionales.

7.3.5 Políticas de empresa

Las políticas empresariales son un conjunto de normas, directrices y lineamientos internos que orientan el comportamiento y la gestión operativa dentro de la empresa. Su objetivo es asegurar que todas las acciones de la organización sean coherentes. Estas políticas establecen criterios uniformes para el manejo de los recursos humanos, financieros, comerciales, ambientales y logísticos. Las políticas de esta empresa son:

Política de calidad: Asegurar que los productos cumplan con los estándares nacionales e internacionales de calidad y trazabilidad, mediante controles desde la cosecha hasta la entrega final.

Política ambiental: Promover practicas lo más sostenibles posibles de producción, empaque y transporte, minimizando el uso de plásticos y reduciendo la huella de carbono al exportar.

Política de comercio justo: Garantizar relaciones transparentes y equitativas, reconociendo precios justos y fomentando su desarrollo socioeconómico.

Política de seguridad y salud en el trabajo: Proteger la integridad humana física y mentalmente de todos los trabajadores, asegurando condiciones dignas, capacitaciones y cumplimiento de la normativa laboral vigente.

Política de atención al cliente: Brindar respuestas ágiles, soluciones efectivas y comunicación constante con los clientes, priorizando la satisfacción y fidelización.

Política de mejora continua: Evaluar y optimizar permanentemente los procesos operativos, logísticos y administrativos para aumentar la competitividad y adaptarse a la exigencias del mercado global.

Política de garantía: Ofrecer respaldo a los clientes internacionales asegurando la calidad y frescura del producto exportado.

7.3.6 Organigrama empresarial

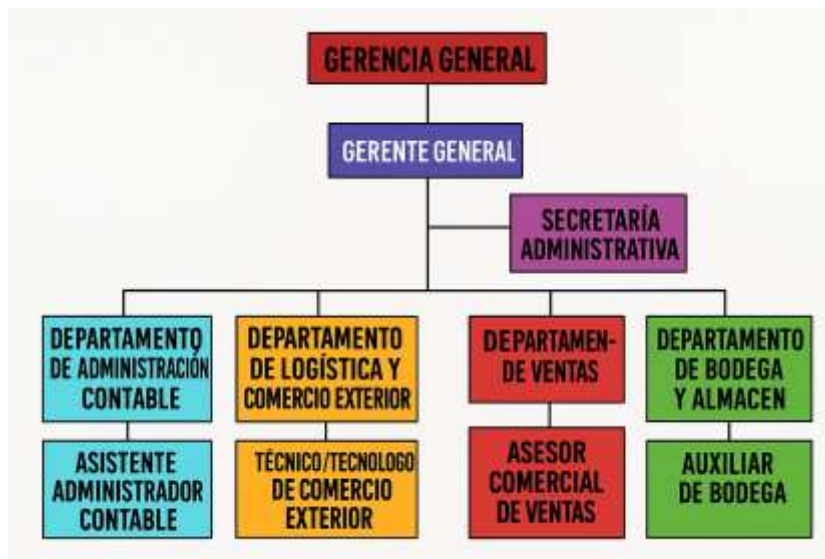


Ilustración 23 imagen de autoría propia

7.3.7 Las necesidades del personal

PassionFruit Export necesita un gerente general, un asistente administrador contable, un técnico o tecnólogo de exportaciones, un asesor comercial de ventas, una secretaria para el área administrativa y un auxiliar de bodega y almacenamiento.

7.3.8 Perfiles y funciones del personal

IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	GERENTE GENERAL
DEPENDENCIA	ADMINISTRATIVA
NÚMERO DE CARGOS	UNO
CARGO DE JEFE INMEDIATO	DUEÑO REPRESENTANTE LEGAL
SOLICITA REPORTES Y REPORTA A	SECRETARIA ADMINISTRATIVA, ACCIONISTAS MAYORITARIOS Y REPRESENTANTE LEGAL
SALARIO	2'500.000
EDAD	28 AÑOS O MÁS
EXPERIENCIA Y ESTUDIOS	Se requiere una persona con capacidad de liderazgo titulada en administración de empresas con énfasis en Negocios internacionales o carreras afines, experiencia mínima de 4 a 6 años en dirección de empresas o el sector exportador agroindustrial, conocimiento en certificaciones y documentos, nivel de inglés B2 y buena capacidad de adaptación como también en planeación estratégica.
OBJETIVOS	
Es responsable de garantizar una dirección estratégica clara, la coordinación eficiente de los recursos y el cumplimiento de los objetivos institucionales. Su liderazgo permite alinear las diferentes áreas con la visión corporativa, optimizar procesos, promover la innovación y mantener la motivación del equipo humano. Además, asegura una gestión equilibrada entre la operación diaria y el crecimiento sostenible, fortaleciendo la competitividad y la posición de la empresa en el mercado.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planificación y dirección estratégica: Define los objetivos generales de la organización y establece las estrategias necesarias para alcanzarlos, alineando todos los recursos y departamentos hacia una visión común. ➤ Gestión administrativa y operativa: Supervisa las operaciones diarias de la empresa, asegurando el cumplimiento de políticas, procedimientos y metas productivas, comerciales y financieras. ➤ Toma de decisiones y liderazgo organizacional: Evalúa información clave para tomar decisiones acertadas que garanticen el crecimiento y la estabilidad de la empresa, liderando al equipo directivo y promoviendo un alto desempeño. ➤ Control financiero y presupuestario: Administra recursos económicos, analiza resultados financieros y busca la optimización de costos y rentabilidad general del negocio. ➤ Relaciones institucionales y representación externa: Actúa como principal representante de la empresa ante clientes, proveedores, socios estratégicos y organismos externos. 	

IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	ASISTENTE ADMINISTRADOR CONTABLE
DEPENDENCIA	DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACION CONTABLE
NÚMERO DE CARGOS	UNO
CARGO DE JEFE INMEDIATO	GERENTE GENERAL
SOLICITA REPORTES Y REPORTA A	SECRETARIA ADMINISTRATIVA, CONTADOR
SALARIO	1'760.000
EDAD	28 AÑOS O MÁS
EXPERIENCIA Y ESTUDIOS	Se requiere alguien con formación Técnica, Tecnológica o Profesional en Contabilidad, Administración de empresas o carreras afines, con conocimiento intermedio o avanzado en ofimática (Excel, Word), manejo de software contable. Debe tener experiencia mínima de 2 a 5 años en labores afines. Necesita conocimientos en elaboración de facturas nacionales e internacionales, manejo de inventarios, nómina y gestión documental tributaria para exportaciones. Es deseable contar con inglés básico y familiaridad con la DIAN, ICA y ProColombia.
OBJETIVOS	
Es responsable de asegurar el correcto registro, control y análisis de todas la operaciones financieras de la empresa. Su función consiste en llevar un orden en los documentos contables y las transacciones al día. También garantiza que la información económica sea veraz y útil para la toma de decisiones gerenciales. Además, colabora activamente en la elaboración de presupuestos, el cumplimiento de obligaciones tributarias y la preparación de informes financieros que reflejen la salud económica de la empresa. En conjunto, su labor promueve la transparencia, organización y sostenibilidad económica de la empresa.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Registro y control contable: Apoya el registro diario de las operaciones financieras, asegurando movimientos correctamente. ➤ Elaboración de informes financieros: Apoya en la preparación de reportes contables como balances, estados de resultados y demás documentos que reflejen la situación económica de la empresa. ➤ Gestión administrativa y documental: Organiza y mantiene actualizada la documentación contable, facturas, comprobantes y archivos administrativos. ➤ Apoyo en procesos fiscales y laborales: Colabora en la preparación y presentación de declaraciones tributarias, nóminas y demás obligaciones legales. ➤ Control presupuestario y análisis de gastos: Apoya en la ejecución del presupuesto, colabora en el análisis los costos y gastos operativos. 	

IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	TECNICO O TECNOLOGO DE EXPORTACIONES
DEPENDENCIA	DEPARTAMENTO DE LOGISTICA Y COMERCIO EXTERIOR
NÚMERO DE CARGOS	UNO
CARGO DE JEFE INMEDIATO	GERENTE GENERAL
SOLICITA REPORTES Y REPORTA A	SECRETARIA ADMINISTRATIVA, GERENTE GENERAL Y ASESOR DE VENTAS
SALARIO	1'760.000
EDAD	25 AÑOS O MÁS
EXPERIENCIA Y ESTUDIOS	Se requiere alguien con formación técnica, tecnológica o profesional en comercio exterior o áreas afines con conocimientos en documentación, logística internacional, aduanas, normatividad aduanera e inglés B2 comercial, con experiencia mínima de 3 a 6 años en procesos de importación y exportación, especialmente en el sector agroindustrial.
OBJETIVOS	
<p>Es responsable de garantizar la correcta gestión y control de los procesos logísticos y documentales en las exportaciones, asegurando el cumplimiento de las normas aduaneras, tributarias y sanitarias nacionales e internacionales. Su labor se centra en coordinar el transporte, los trámites aduaneros y la documentación requerida, optimizando tiempos, costos y recursos para lograr una operación eficiente. Además, contribuye a mantener la calidad del producto y consolidar relaciones seguras con clientes internacionales y aliados estratégicos.</p>	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestión documental de exportaciones: Expide, prepara, revisa y controla toda la documentación necesaria para las operaciones de exportación como declaraciones, facturas comerciales, certificados fitosanitarios, listas de empaque, entre otros. ➤ Coordinación logística y transporte: Organiza y supervisa el proceso de envío de las frutas a nivel interno y externo del país, desde el centro de acopio hasta el destino final de la operación, asegurando condiciones adecuadas de almacenamiento, embalaje, temperatura y transporte para preservar la calidad del producto. ➤ Tramitación aduanera y control de despachos: Gestiona los procesos ante las autoridades aduaneras y entidades regulatorias, asegurando que las mercancías cumplan con los requisitos legales, arancelarios y de seguridad establecidos. ➤ Optimización de la cadena de suministros: Analiza rutas, costos y tiempos de transporte para mejorar la eficiencia logística reduciendo desperdicios y asegurando entregas puntuales a los clientes internacionales. ➤ Comunicación y Coordinación con actores externos: Mantiene una relación Constante con proveedores, transportistas, agentes de carga, clientes y autoridades portuarias, garantizando una operación fluida. 	

IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	ASESOR COMERCIAL DE VENTAS
DEPENDENCIA	DEPARTAMENTO DE VENTAS
NÚMERO DE CARGOS	UNO
CARGO DE JEFE INMEDIATO	GERENTE GENERAL
SOLICITA REPORTES Y REPORTA A	SECRETARIA ADMINISTRATIVA, GERENTE GENERAL Y DUEÑO REPRESENTANTE LEGAL
SALARIO	1'860.000
EDAD	28 AÑOS O MÁS
EXPERIENCIA Y ESTUDIOS	Se requiere un profesional en mercadeo internacional o carreras afines, con conocimientos en marketing digital, negociación internacional, incoterms y gestión de clientes, experiencia mínima de 3 a 6 años y nivel de inglés comercial B2 o avanzado.
OBJETIVOS	
<p>Es responsable de impulsar el crecimiento comercial mediante la identificación, captación y fidelización de clientes internacionales, garantizando relaciones sólidas y sostenibles. Su labor se enfoca en promover los productos de la empresa en mercados externos e internos, negociar condiciones favorables y asegurar el cumplimiento de los acuerdos comerciales. Además, analiza tendencias del mercado, precios y demandas para orientar las estrategias de venta y maximizar la rentabilidad de la empresa frente al mercado global.</p>	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Prospección y Gestión de Clientes Nacionales e Internacionales: Identifica nuevos mercados y potenciales compradores dentro del país y el extranjero, estableciendo relaciones estratégicas que impulsen el crecimiento de las ventas en este caso las exportaciones. ➤ Negociación y cierre de contratos comerciales: Presenta propuestas, negocia precios, condiciones de venta, volúmenes y plazos de entrega, asegurando acuerdos rentables y sostenibles para la empresa. ➤ Seguimiento y Fidelización de Clientes: Mantiene comunicación Constante con los clientes internacionales, garantizando su satisfacción, resolviendo inquietudes y fomentando relaciones comerciales de largo plazo. ➤ Análisis de mercados y estrategias de ventas: Estudia las tendencias del mercado global, la demanda de frutas, la competencia y las oportunidades comerciales para diseñar estrategias efectivas de posicionamiento y expansión. ➤ Coordinación con el área logística y almacenamiento: Trabaja en conjunto con los departamentos de logística, comercio exterior y almacenamiento para asegurar el cumplimiento de los pedidos, la calidad del producto y las condiciones pactadas con los clientes. 	

IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	SECRETARIA ADMINISTRATIVA
DEPENDENCIA	AREA ADMINISTRATIVA
NÚMERO DE CARGOS	UNO
CARGO DE JEFE INMEDIATO	GERENTE GENERAL Y OTROS CARGOS OPERATIVOS Y ADMINISTRATIVOS
REPORTA A	PERSONAL DEL AREA ADMINISTRATIVA
SALARIO	1'660.000
EDAD	22 AÑOS O MAS
EXPERIENCIA Y ESTUDIOS	Se requiere una persona con formación técnica o tecnológica en Asistencia administrativa, contabilidad o afines, conocimientos en ofimática (Excel y Word), servicio al cliente y gestión documental. Debe tener experiencia mínima de 2 a 3 años en empresas afines. Contar con conocimientos básicos en manejo de facturación, documentos, atención a clientes e inglés comercial. Es fundamental que demuestre organización y capacidad para trabajar en equipo.
OBJETIVOS	
Es responsable de brindar apoyo integral a la gestión del equipo operativo y administrativo conformado por el gerente general, asistente administrador contable, tecnólogo de exportaciones y asesor comercial de ventas garantizando del orden, la eficiencia y la comunicación fluida entre todas las áreas. Su labor se encarga en organizar agendas, coordinar reuniones, elaborar y archivar documentación, gestionar llamadas y correspondencia, además de apoyar en tareas contables y logísticas básicas. Gracias a su organización, contribuye a que cada miembro del equipo enfoque sus esfuerzos en sus responsabilidades estratégicas.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apoyo Administrativo y Documental: Redacta, organiza y archiva documentos, correspondencia y reportes, garantizando el acceso rápido a la información necesaria para el equipo administrativo. ➤ Gestión de agendas y coordinación de reuniones: Programa citas, reuniones y compromisos del gerente general y del equipo operativo administrativo, asegurando el cumplimiento oportuno de las actividades y la adecuada comunicación interna. ➤ Atención y canalización de comunicaciones: Atiende llamadas, correos electrónicos y visitas, brindando una atención cordial profesional y canalizando la información hacia las áreas correspondientes para su pronta respuesta. ➤ Apoyo en tareas contables y logísticas básicas: Colabora con el asistente contable en la gestión de facturas, comprobantes y control de gastos menores, así como en la coordinación de envíos o documentación logística cuando sea necesario. ➤ Control y seguimiento de actividades administrativas: Supervisa el cumplimiento de tareas rutinarias del área, mantiene actualizados los registros de informes y presentaciones solicitadas por la gerencia. 	

IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO	AUXILIAR DE BODEGA Y ALMACENAMIENTO
DEPENDENCIA	DEPARTAMENTO DE BODEGA Y ALMACENAMIENTO
NÚMERO DE CARGOS	UNO
CARGO DE JEFE INMEDIATO	TECNOLOGO DE LOGISTICA Y COMERCIO EXTERIOR
REPORTA A	TECNOLOGO DE EXPORTACIÓN Y ASESOR COMERCIAL DE VENTAS
SALARIO	1'583.500
EDAD	20 AÑOS O MAS
EXPERIENCIA Y ESTUDIOS	Se necesita alguien con formación técnica en logística o afines, con conocimiento en manejo de inventarios, manipulación de alimentos y BPA, con experiencia mínima de 1 a 3 años en la recepción, almacenamiento, empaque y despacho de productos agrícolas.
OBJETIVOS	
<p>Es responsable de garantizar el manejo eficiente, ordenado y Seguro de los productos desde su recepción hasta su despacho final, asegurando que las frutas mantengan su calidad y frescura para la exportación. Su función se centra en organizar el inventario, optimizar los espacios de almacenamiento y coordinar las actividades de carga, descarga y embalaje según los estándares de exportación. Además, supervisa el cumplimiento de las normas de higiene, seguridad y trazabilidad, contribuyendo a la eficiencia logística y a la reducción de pérdidas o daños en los productos. En conjunto su labor asegura un flujo continuo y controlado dentro de la cadena de suministros.</p>	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recepción y control de mercancías: Supervisa la recepción de las frutas provenientes de los proveedores nacionales o centros de acopio, verificando su calidad, cantidad y condiciones antes del almacenamiento. ➤ Gestión y organización del inventario: Controla y actualiza el inventario de mercancías, materiales y suministros asegurando una correcta rotación y evitando pérdidas o deterioros. ➤ Almacenamiento y conservación de frutas: Administra el espacio de la bodega garantizando las condiciones adecuadas de temperatura, ventilación y limpieza para preservar la frescura y calidad de la fruta. ➤ Coordinación de despachos y logística interna: Organiza la labores de embalaje, etiquetado y despacho de las frutas según los requerimientos del área de exportaciones. ➤ Supervisión y cumplimiento de normas de seguridad e higiene: Asegura que las operaciones de bodega se realicen cumpliendo los protocolos de bioseguridad, higiene industrial y seguridad laboral, protegiendo tanto el producto como al personal encargado. 	

8. EL PLAN EXPORTADOR

8.1 Régimen de exportación

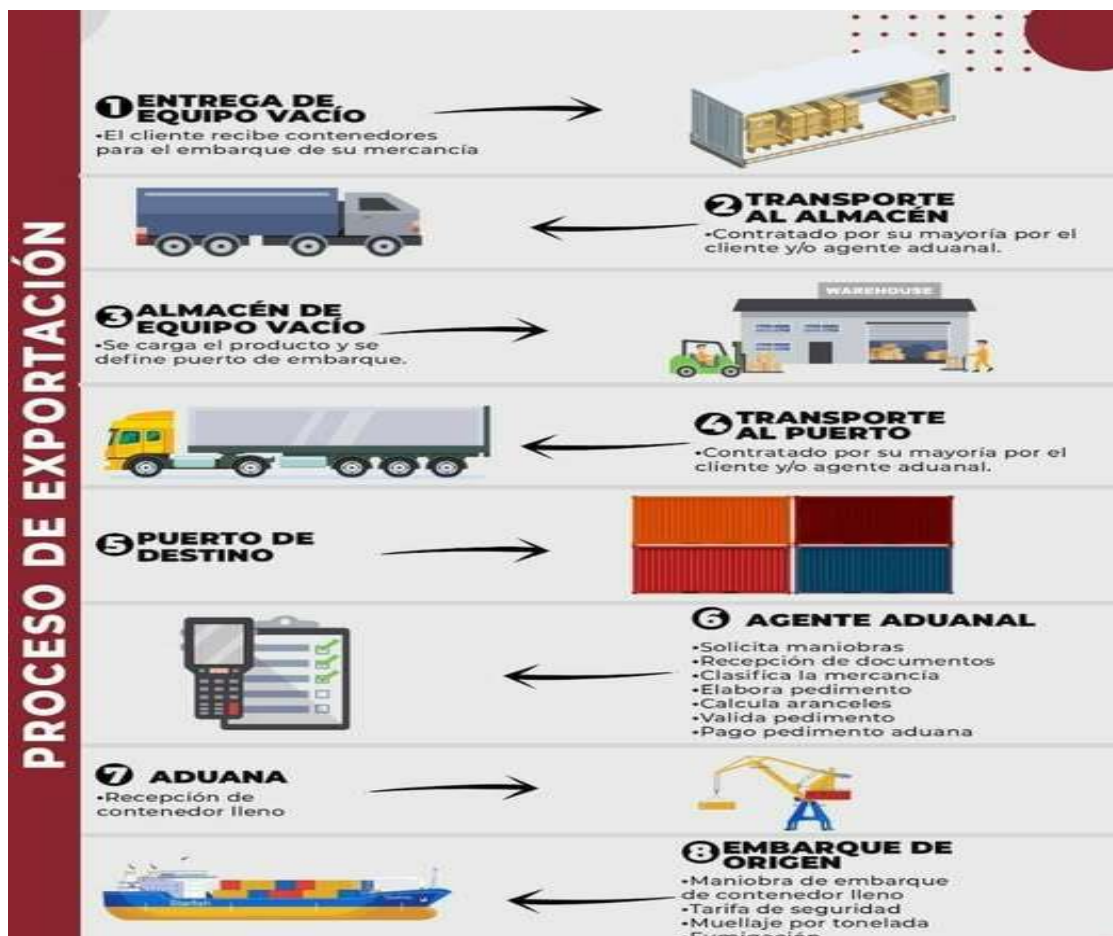


Ilustración 24 imagen tomada de pinterest.com

La exportación de frutas en este caso granadilla dulce hacia países bajos bajo el termino de negociación FCA en puerto de origen (puerto de Cartagena) implica que el exportador se encarga de todo el proceso interno hasta entregar la carga despachada aduaneramente al transportista designado por el comprador en el puerto. Esto incluye la recepción y verificación del contenedor refrigerado, el transporte hasta la planta, la selección, empaque y carga del fruto cumpliendo los estándares de calidad y requisitos fitosanitarios del ICA, así como la gestión

documental ante la DIAN y el VUCE. Luego, el contenedor se transporta al puerto de Cartagena, donde se realiza la inspección y autorización aduanera antes de su entrega formal al agente del comprador. Desde ese punto, el riesgo y los costos del transporte marítimo, seguro y llegada al destino quedan a cargo del importador neerlandés.

8.2 Tramites del proceso exportador

1. *Entrega del equipo vacío*

El proceso comienza con la solicitud del contenedor refrigerado (reefer) por parte del exportador a la naviera o agente de carga. El contenedor se entrega vacío en el punto acordado, generalmente en la planta o bodega del exportador. Antes de cargar, se inspecciona su estado físico, la temperatura y el funcionamiento del sistema de refrigeración, asegurando que cumpla con los requerimientos para conservar la fruta fresca durante el transporte.

2. *Transporte al almacén*

El contenedor vacío es trasladado por una empresa transportadora autorizada desde el depósito temporal o puerto hasta la planta del exportador. Este transporte se coordina localmente y debe cumplir con las normas del Ministerio de Transporte y los protocolos de inocuidad alimentaria. El exportador asume este costo, ya que en FCA su obligación es entregar la carga en Cartagena lista para exportar.

3. *Almacén del equipo vacío (Cargue del producto)*

En la planta del exportador se realiza la selección, clasificación y empaque de la fruta bajo las condiciones del mercado europeo. Luego, se carga el producto en el contenedor refrigerado y se sellan las puertas. En esta fase se tramita el certificado fitosanitario del ICA, que

garantiza que la fruta está libre de plagas y enfermedades, y se preparan documentos como la factura comercial, la lista de empaque y la declaración de exportación (DEX) en el VUCE.

4. El transporte al puerto

El contenedor lleno y sellado se transporta desde la planta hasta el puerto de Cartagena mediante un transportista autorizado. Durante este trayecto, el exportador mantiene la responsabilidad del riesgo y los costos de transporte interno. Se debe cumplir con las normas de la cadena de frío, y se coordina la entrega con el operador portuario para evitar demoras y sobrecostos por almacenamiento.

5. Puerto de destino (designación final)

Bajo el termino FCA, el exportador entrega la carga al transportista internacional designado por el comprador neerlandés. En ese momento se transfiere el riesgo y la responsabilidad. El exportador debe entregar todos los documentos de exportación (Factura, lista de empaque, ICA y DEX) debidamente válidos. El comprador y su agente de carga, asume desde aquí los costos del flete marítimo y seguro hasta los países bajos.

6. Agente aduanal

El agente de aduana, contratado por el exportador, realiza el trámite de despacho aduanero ante la DIAN, verificando que todos los documentos estén en regla. Este proceso incluye la presentación electrónica del DEX, la revisión de la mercancía si aplica inspección física, y la validación final del despacho. Una vez autorizada la salida, el agente entrega el contenedor al transportista internacional.

7. Aduana (*Autorización de salida*)

La DIAN inspecciona o autoriza electrónicamente la salida del contenedor del país. Si la carga cumple con todos los requisitos, se emite el visto bueno de exportación. El contenedor refrigerado se moviliza dentro del puerto hacia el área designada por la naviera. El exportador debe conservar los comprobantes de salida y los certificados emitidos para efectos contables y tributarios.

8. *Embarque de origen*

Finalmente, según lo negociado el exportador o el transportista internacional (contratado por el comprador) realizan la maniobra de cargue del contenedor al buque. El exportador ya no asume costos ni riesgos desde este punto. El embarque se notifica a través del Bill of Lading (B/L) emitido por la naviera, y el comprador recibe los documentos originales para la nacionalización en Rotterdam, Países bajos.

8.2.1 Posición arancelaria

Perfil de la mercancía						
DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	0810.90.10.10			13-jul-2007	...	
Descripción	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías Las demás frutas u otros frutos, frescos. - Los demás: - - Granadilla, «maracuyá» (parchita) y demás frutas de la pasión (Passiflora spp.) - - - Granadilla (Passiflora ligularis)			13-jul-2007	...	
Unidad física	kg - Kilogramo			13-jul-2007	...	
MEDIDAS						
Concepto				Importaciones	Exportaciones	Tránsito
Gravamen						
IVA						
Otras tarifas generales						
Gravámenes por acuerdos internacionales						
Medidas de protección comercial						
Régimen de comercio						
Bienes de capital						
Índice Alfabético Arancelario						
Notas de nomenclatura						
Correlativas por apertura						
Correlativas por cierre						
Requisitos Específicos de Origen (REO)						
Documentos soporte						
Características especiales						
Restricciones						
Restricciones por Zonas de Régimen Aduanero Especial						
Tarifas por Zonas de Régimen Aduanero Especial						
Modalidades permitidas						
Descripciones de mercancías						
Documentos soporte por zona de RAE						
Cupos de Mercancía						

8.2.2 Permisos previos y/o vistos buenos

RUT e ICA:

Antes de exportar se debe estar formalmente inscrito como exportador y tener el RUT (Registro Único Tributario) actualizado y el registro/usuario en VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior). La VUCE centraliza la mayoría de los trámites previos y permite solicitar las autorizaciones de exportación electrónicamente (módulo de exportaciones 2.0). Además, ante la DIAN se debe emitir la SAE/Formato 602 (Solicitud de Autorización de Embarque) que la agencia de Aduanas exige para aceptar la exportación y permitir el embarque.

Registro y habilitación fitosanitaria ante el ICA:

Para enviar granadilla fresca a la UE es obligatorio tramitar ante el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario) el Certificado Fitosanitario de Exportación. Para obtenerlo se debe estar registrado ante el ICA como exportador, la fruta debe cumplir con las normas fitosanitarias de control de plagas y programar la inspección y muestreo por parte de técnicos ICA para la emisión del certificado. Sin este certificado la mercancía no puede ingresar legalmente a la UE.

Certificaciones de calidad y sostenibilidad como GlobalG.A.P o MRL:

Aunque no todas sean obligatorias desde el punto de vista legal, son casi indispensables para acceder a compradores neerlandeses y cadenas de supermercados europeos. Procolombia recomienda contar con sistemas de trazabilidad, empaque adecuado y certificaciones que faciliten la aceptación. Así mismo, si se exporta con empresas consolidadas, muchas exigen registros en plataformas y estándares a nivel de packhouse/centro de acopio.

8.2.3 Termino de negociación

Esta exportación se llevará a cabo bajo el termino de negociación **FCA (Free Carrier/Libre Transportista)** significa que el exportador cumple su obligación al entregar la mercancía lista para la exportación al transportista designado por el comprador, en el punto acordado dentro del país de origen en este caso Cartagena en Colombia. En este término, el exportador se encarga de producir, empaçar, certificar y despachar aduaneramente la fruta, pero no asume los costos ni riesgos del transporte internacional ni del seguro, que son responsabilidad del comprador desde el momento de la entrega.

Para una microempresa Colombiana que inicia en la exportación de frutas frescas exóticas, el FCA es la opción más recomendable porque ofrece un equilibrio entre control y simplicidad este permite garantizar la calidad del producto y cumplir con los requisitos legales, sin exponerse a la complejidad logística ni a altos costos del flete marítimo. Además, los compradores de Países Bajos suelen aceptar este término ya que les da control sobre la cadena de frío, los tiempos de embarque y las navieras. Además, muchos importadores consolidados ya poseen contenedores propios, fuertes vínculos e incluso acciones en compañías de logística y transporte internacional, lo cual, hace que estos costos sean relativamente bajos.

8.2.4 Agente de carga y/o tipo de transporte

El medio de transporte de esta exportación será vía marítima, ya que constituye una opción segura y eficiente para el comercio internacional de frutas frescas, permite el envío de grandes volúmenes a costos competitivos, garantiza la conservación de la cadena de frío durante todo el trayecto y facilita conexiones directas desde puertos Colombianos como el de Cartagena hacia Rotterdam, la principal puerta de entrada logística a Europa. El comprador de esta

operación será el importador de frutas neerlandés consolidado Nature Pride B.V y su agente de carga designado será la naviera internacional CMA CGM, reconocida por su amplia experiencia en transporte marítimo de perecederos mediante contenedores reefer con control de temperatura y atmosfera mediante el termino FCA (Free Carrier), asumiendo el comprador la contratación del transporte internacional.

8.2.5 Medio de pago

El método de pago acordado para la exportación será mediante Carta de Crédito irrevocable, confirmada y pagadera a la vista, emitida por una entidad bancaria de primer orden y confirmada por un banco Colombiano. Este mecanismo se considera el más recomendable para la operación debido a que garantiza el pago seguro e inmediato. Reduciendo riesgos de impago o demoras por parte del comprador extranjero. Además, al tratarse de un producto perecedero, la carta de crédito permite asegurar liquidez rápida y proteger la transacción frente a posibles contingencias logísticas o comerciales que puedan presentarse, brindando confianza tanto al vendedor como al comprador.

8.2.6 El contrato de exportación

Contrato de compraventa internacional que celebran por una parte la empresa PassionFruit Export S.A.S representada legalmente por el señor Daniel Arce en su carácter de vendedor, y por la otra parte la empresa Nature Pride B.V representada legalmente por la señora Adriëlle Dankier, en su carácter de comprador, quienes en lo sucesivo y para efectos de este contrato se les denominará “el vendedor” Y “el comprador” respectivamente, al tenor de las siguientes declaraciones y clausulas:

Se pacta la venta internacional de granadilla dulce (*Pasiflora ligularis*), en un total de 20 pallets equivalentes a 800 cajas, cada caja conteniendo 180 granadillas de aproximadamente 120 gramos cada una, de conformidad con las especificaciones de calidad comercial y empaque establecidas por el comprador. El precio unitario pactado es de 5.00 USD (cinco dólares estadounidenses), para un precio total de 86,400 USD (Ochenta y seis mil cuatrocientos dólares estadounidenses), pagadero en la divisa indicada.

El pago se realizará mediante Carta de Crédito Irrevocable, confirmada y a la vista, emitida por un banco de primera línea designado por el comprador y confirmada por un banco Colombiano aceptable para el vendedor. El pago se efectuará en su totalidad contra entrega de documentos y comprobante de entrega FCA al transportista designado por el comprador.

La entrega del producto se efectuará conforme al termino FCA (Free Carrier Incoterms 2020) en el puerto de origen colombiano designado, dentro de los 10 a 20 días posteriores a la fecha de entrada en vigor del presente contrato. El vendedor entregará la mercancía embalada, paletizada y despachada, poniéndola a disposición del transportista internacional designado por el

comprador en el punto FCA acordado. A partir de dicha entrega, todos los riesgos y costos de exportación corresponderán al comprador.

El producto deberá ser de buena calidad comercial, libre de defectos y ajustarse a las especificaciones acordadas entre las partes, cumpliendo además las normas fitosanitarias y de exportación vigentes en Colombia y las regulaciones de importación de la UE. Ninguna de las partes será responsable ante la otra por daños consecuenciales o incidentales especiales o punitivos que surjan de este contrato o se relacionen con él. La responsabilidad de cada parte se limitará al valor total del producto objeto de la transacción.

Toda controversia, reclamación o disputa que se derive o guarde relación con el presente contrato será resuelta mediante arbitraje administrado por la cámara de comercio internacional (ICC) de acuerdo con su reglamento de arbitraje vigente. El idioma del procedimiento será el Inglés.

El presente contrato es el acuerdo completo entre las partes y sustituye todas las negociaciones, entendimientos y acuerdos previos, ya sean escritos u orales. Ninguna modificación a este contrato será válida a menos que conste por escrito y esté firmada por ambas partes. En fe de lo cual, las partes firman este contrato en dos ejemplares de igual valor y efecto a los 27 días del mes de Agosto del año 2025.

El vendedor:

Daniel Arce García

El comprador:

Adriëlle Dankier

9. Políticas sociales y ambientales

Las políticas sociales de Passionfruit Export se enfocan en promover el bienestar integral, la equidad y el desarrollo sostenible de todos los actores involucrados en su cadena productiva. La empresa garantiza condiciones laborales dignas, seguras y justas, cumpliendo con la legislación laboral colombiana y fomentando la formalización del empleo rural. Además, impulsa la capacitación constante de sus colaboradores en temas de calidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad, fortaleciendo sus competencias y oportunidades de crecimiento. PassionFruit Export promueve la igualdad de género, la inclusión de comunidades locales y el respeto por la diversidad cultural, generando vínculos solidarios con asociaciones de productores campesinos y contribuyendo al desarrollo económico de las zonas rurales donde se produce su materia prima. La empresa mantiene canales de comunicación transparentes con sus empleados y proveedores, asegurando un ambiente laboral participativo y ético, donde la responsabilidad social se asume como un pilar esencial del crecimiento empresarial y del compromiso con la comunidad.

La empresa mantiene un firme compromiso con el bienestar de sus proveedores y con las comunidades agrícolas que participan en la cadena de suministro de la granadilla. La compañía prioriza el trabajo tanto con pequeños agricultores asociaciones campesinas, fomentando relaciones de largo plazo que generen beneficios mutuos y desarrollo regional como con empresa establecidas que aseguren un buen suministro de mercancía cuando así se requiera. La empresa también contribuye al fortalecimiento de las comunidades rurales mediante la generación de empleo en el sector, impulsando así el crecimiento de los proveedores y generar oportunidades de progreso económico para las familias vinculadas al cultivo tanto de la granadilla como frutas similares. Se asegura que la trazabilidad del producto está garantizada desde su origen hasta el

cliente final, cumpliendo con los estándares de seguridad exigidos en los mercados internacionales.

Las políticas ambientales de PassionFruit Export están orientadas en minimizar el impacto ecológico de los procesos de producción de su materia prima por parte de sus productores proveedores y de exportación, garantizando la conservación de los recursos naturales y el cumplimiento de la normativa ambiental nacional e internacional. La empresa promueve el uso eficiente del agua mediante sistemas de riego controlados, el manejo sostenible del suelo con prácticas agroecológicas y la reducción del uso de agroquímicos, priorizando fertilizantes orgánicos. Asimismo, implementa un plan integral de gestión de residuos sólidos que incluye la separación en la fuente, el compostaje de residuos orgánicos y la entrega de materiales peligrosos a gestores autorizados. En su compromiso con la innovación ecológica, PassionFruit Export utiliza estibas ecológicas no maderables, elaboradas con materiales biodegradables y reciclables, reduciendo así la tala y la huella de carbono en la exportación. Además, impulsa medidas de eficiencia energética, protección de la biodiversidad y reforestación de zonas de influencia, integrando su operación a los principios de las buenas prácticas agrícolas (BPA) y estándares como GLOBALG.A.P y Rainforest Alliance. De esta manera, PassionFruit Export consolida su responsabilidad ambiental como parte esencial de su identidad empresarial y de su compromiso con la sostenibilidad global.

Al asumir el compromiso ambiental la empresa se compromete en la búsqueda de proveedores que implementen prácticas agrícolas responsables, demostrando que hacen un uso eficiente de recursos naturales como el agua y suelo. La empresa establece lineamientos para minimizar el impacto ambiental asociado a la logística y al proceso de exportación; se promueve la utilización de materiales de empaque reciclables o biodegradables.

10. El estudio económico y financiero

10.1 Las inversiones preliminares

TOTAL INVERSIONES PRELIMINARES - CAPITAL SEMILLA	
Total de los Gastos Pre Operativos	12.000.000
Total de las Inversiones Fijas	39.000.000
Total del Capital de Trabajo	136.423.366
TOTAL DE LAS INVERSIONES PRELIMINARES	187.423.366

se evidencia que el capital semilla está concentrado principalmente en el capital de trabajo, el cual representa la mayor parte del total de la inversión, seguido por las inversiones fijas y, en menor proporción, los gastos preoperativos; esta distribución refleja que el proyecto prioriza la liquidez necesaria para sostener la operación inicial

10.1.1 Los gastos preoperativos

PRESUPUESTO DE GASTOS PREOPERATIVOS	
CONCEPTO O DETALLE DEL GASTO	VALOR PRESUPUESTADO
Estudio de Factibilidad	2.500.000
Gastos Notariales	500.000
Gastos de Registro en Cámara de Comercio.	1.200.000
Honorarios Asesorías Profesionales	1.500.000
Gastos de Instalación y Montaje (adecuación)	2.000.000
Publicidad de Impacto	1.000.000
Otros Gastos Legales: Uso del Suelo, Sayco y acinpro, Bomberos, Permisos, Licencias, etc.	1.000.000
Gastos de selección del personal	600.000
Capacitaciones y Cursos de Inducción a Personal	600.000
Gastos de Papelería	190.000
Gastos de transportes y diligencias	180.000
Diversos e Imprevistos	730.000
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	12.000.000

AMORTIZACION DEL GASTOS PRE OPERATIVO - DIFERIDO	
Total del Gasto Diferido	12.000.000
Periodo de Amortización en Años (Periodo de Evaluación)	5
Total Amortización por cada Año del Periodo de Evaluación	2.400.000
Total Amortización por mes o Amortización Mensual	200.000

Se observa una distribución detallada y equilibrada de los recursos, orientada principalmente a cubrir trámites legales, asesorías profesionales, adecuación del espacio y actividades necesarias para la puesta en marcha del proyecto; el total presupuestado refleja una planificación básica pero suficiente para iniciar operaciones.

10.1.2 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	5	2.242.000	11.210.000
Computador Portatil	2	2.500.000	5.000.000
Escritorios	7	490.000	3.430.000
Sillas para Computador	7	280.000	1.960.000
Sillas para Escritorio	4	200.000	800.000
Mesas para Computador	2	450.000	900.000
Impresora	1	1.600.000	1.600.000
Fotocopiadora	1	1.700.000	1.700.000
Aire Acondicionado	3	2.200.000	6.600.000
Mesa de Juntas	1	1.000.000	1.000.000
Sillas para mesa de juntas	6	250.000	1.500.000
Telefonos	3	300.000	900.000
Estanterías	3	300.000	900.000
Archivador	2	250.000	500.000
Vitrinas	0	0	0
Otros activos fijos depreciables	1	1.000.000	1.000.000
			0
			0
			0
			0
TOTAL EQUIPO DE OFICINA, COMPUTO Y OTROS			39.000.000

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	
Total Equipo de Oficina, Computo y Muebles y Enseres	39.000.000
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea Recta)	5
Valor del Gasto por Depreciación Anual	7.800.000
Valor del Gasto por Depreciación Mensual	650.000
Total Maquinaria y Equipo de Producción	0
Periodo de Tiempo para Depreciación en años (Línea Recta)	10
Valor del Gasto por Depreciación Anual	0
Valor del Gasto por Depreciación Mensual	0

se evidencia una asignación detallada de recursos orientada principalmente al equipo de oficina, cómputo y muebles, necesarios para el funcionamiento administrativo del proyecto, lo cual justifica el monto total invertido; asimismo, la inclusión del cálculo de la depreciación de los activos fijos bajo el método de línea recta y con un periodo definido permite distribuir el costo de estos bienes en el tiempo

10.1.3 El capital de trabajo

PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO			
TIPO DE GASTO	VALOR MENSUAL	MESES A FINANCIAR	VALOR TOTAL
Honorarios Profesionales	1.200.000	2	2.400.000
Servicios publicos	800.000	3	2.400.000
Arrendamientos	2.500.000	3	7.500.000
Servicios de vigilancia	600.000	3	1.800.000
Copias, fotocopias	150.000	3	450.000
Servicio de cafetería y casino	200.000	2	400.000
Servicios temporales	800.000	1	800.000
Servicio generales: Aseo y varios	500.000	2	1.000.000
Servicio de telefonía e internet	350.000	5	1.750.000
Gastos Legales	300.000	2	600.000
Mantenimiento y Reparaciones	250.000	2	500.000
Papelería y útiles de oficina	180.000	2	360.000
Transportes y Fletes	1.500.000	3	4.500.000
Outsourcing contable	900.000	3	2.700.000
Diversos y otros gastos generales	948.167	2	1.896.334
Nómina	16.183.516	2	32.367.032
Compra de Inventarios	15.000.000	5	75.000.000
TOTAL DEL CAPITAL DE TRABAJO			136.423.366

En el apartado de **capital de trabajo** se observa que la mayor asignación de recursos está destinada a **nómina y compra de inventarios**, lo cual evidencia que el proyecto prioriza la continuidad operativa y la capacidad de atender la demanda durante los primeros meses de funcionamiento

10.1.4 La composición del capital

COMPOSICION DEL CAPITAL - SOCIEDAD ANONIMA SIMPLIFICADA			
Concepto	No Acciones	Vr. Nominal	Vr. Total
Capital Autorizado	374.847	1.000	374.846.732
Capital Suscrito	281.135	1.000	281.135.049
Capital Suscrito Por Cobrar	93.712	1.000	93.711.683
Capital Suscrito y Pagado	187.423	1.000	187.423.366

Esta distribución refleja una planificación financiera ordenada, en la que el capital suscrito y pagado coincide con el total de las inversiones preliminares del proyecto, lo cual garantiza respaldo financiero real para la puesta en marcha y coherencia con los montos establecidos en el estudio económico y financiero.

10.2 El balance general de constitución

PASSIONFRUIT		
BALANCE GENERAL DE CONSTITUCION O DE APERTURA		
Fecha:		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
DISPONIBLE		
Caja		187.423.366
INVENTARIOS		
Inventario de Producto		
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE		187.423.366
ACTIVO NO CORRIENTE		
ACTIVO FIJO		
Equipo de Oficina y Otros Activos	0	
Maquinaria y Equipo	0	0
DIFERIDOS		
CARGOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos		0
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		0
TOTAL DEL ACTIVO		187.423.366
PASIVO Y PATRIMONIO		
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aporte de los Inversionistas		187.423.366
TOTAL DEL PATRIMONIO		187.423.366
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		187.423.366

PASSIONFRUIT		
BALANCE GENERAL DE INICIALIZACIÓN		
Fecha:		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
DISPONIBLE		
Caja		136.423.366
INVENTARIOS		
Inventario de Producto		
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE		136.423.366
ACTIVO NO CORRIENTE		
ACTIVO FIJO		
Equipo de Oficina y Otros Activos	39.000.000	
Maquinaria y Equipo	0	39.000.000
DIFERIDOS		
CARGOS DIFERIDOS		
Gastos Preoperativos		12.000.000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		51.000.000
TOTAL DEL ACTIVO		187.423.366
PASIVO Y PATRIMONIO		
PATRIMONIO		
CAPITAL SOCIAL		
Aporte de los Inversionistas		187.423.366
TOTAL DEL PATRIMONIO		187.423.366
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		187.423.366

Se evidencia una estructura financiera equilibrada, donde el total del activo coincide plenamente con el total del patrimonio, reflejando que el proyecto se financia en su totalidad con aportes de los inversionistas y no presenta pasivos al inicio. Asimismo, se evidencia una correcta clasificación de los recursos entre activo corriente (principalmente inventarios y efectivo) y activo no corriente.

10.3 La producción y los costos operacionales

10.3.1 La producción exportable

PROYECCION VOLUMEN DE PRODUCCION COMERCIALIZABLE CON EL EXTERIOR							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (KGRS)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
GRANADILLA	17280	2	34.560	36.634	39.564	43.521	48.743
TASA DE CRECIMIENTO O DE VARIACION ANUAL DE LA PRODUCCION EXPORTABLE				6,00%	8,00%	10,00%	12,00%

Revela un modelo de crecimiento escalonado que acelera del 6% al 12% anual, logrando un incremento del 41% en el volumen total al quinto año.

10.3.2.1 Los costos directos

PROYECCION DE LOS COSTOS DE MERCANCIA VENDIDA PARA EXPORTACION (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (KGRS)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
GRANADILLA	17280	2	222.179.328	247.317.554	280.494.356	324.012.855	381.088.368
COSTO UNITARIO (Costos de Produccion)			6.429	6.751	7.090	7.445	7.818
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			5,01%	5,01%	5,01%	5,01%	5,01%

Muestra que la granadilla inicia con una producción exportable de 34,560 kg en el primer año, distribuida en 2 exportaciones anuales de 17,280 kg cada una. Este volumen crece progresivamente mediante tasas de variación anual que escalan del 6.00% al 12.00%, alcanzando los 48,743 kg en el año 5. En paralelo, el costo unitario de producción comienza en \$6,429 y presenta un incremento anual constante (indicador de variación) del 5.01%, llegando a \$7,818 al final del periodo.

10.3.2.2 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%

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 2025			9,53%
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%
TOTAL SUMATORIA			109,64%
TOTAL PROMEDIO			6,85%

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO					
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nomina Area Administrativa, contable y financiera	103.684.032	110.788.980	118.380.795	126.492.839	135.160.761
Nómina Area de Compras y Ventas Nacionales	32.394.456	34.614.286	36.986.230	39.520.711	42.228.868
Nómina Area de Logistica y Comercio Exterior	58.123.703	62.106.630	66.362.486	70.909.976	75.769.082
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	194.202.191	207.509.896	221.729.512	236.923.526	253.158.711

En la proyección de los gastos de personal se evidencia una estructura de costos laborales sólida, donde la carga prestacional del 21,83% y la parafiscal del 25,50% establecen la base del gasto por contrato legal. El modelo utiliza como indicador de crecimiento un promedio histórico del salario mínimo en Colombia del 6,85%, lo que permite proyectar un incremento gradual de la nómina total desde los \$194.202.191 en el año 01 hasta alcanzar los \$253.158.711 en el año 05. Esta evolución financiera muestra una distribución estratégica del talento humano, donde el área administrativa, contable y financiera concentra el mayor volumen de recursos, seguida por logística y comercio exterior, reflejando una planificación presupuestaria coherente con el crecimiento esperado y la normativa laboral vigente.

10.3.2.3 Gastos generales de producción

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

La empresa no requiere de maquinaria ya que cuenta con proveedores para el producto a exportar.

10.4 Los gastos generales

10.4.1 La 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 ADMINISTRATIVA, CONTABLE Y FINANCIERA	DEPARTAMENTO DE COMPRAS Y VENTAS NACIONALES	AREA DE LOGISTICA Y COMERCIO EXTERIOR	TOTAL PORCENTAJE
Honorarios Profesionales	1.200.000	60,00%	20,00%	20,00%	100,00%
Servicios publicos	800.000	30,00%	40,00%	30,00%	100,00%
Arrendamientos	2.500.000	40,00%	30,00%	30,00%	100,00%
Servicios de vigilancia	600.000	40,00%	30,00%	30,00%	100,00%
Copias, fotocopias	150.000	50,00%	30,00%	20,00%	100,00%
Servicio de cafeteria y casino	200.000	33,00%	33,00%	34,00%	100,00%
Servicios temporales	800.000	20,00%	30,00%	50,00%	100,00%
Servicio generales: Aseo y varios	500.000	40,00%	30,00%	30,00%	100,00%
Servicio de telefonía e internet	350.000	30,00%	40,00%	30,00%	100,00%
Gastos Legales	300.000	60,00%	20,00%	20,00%	100,00%
Mantenimiento y Reparaciones	250.000	40,00%	30,00%	30,00%	100,00%
Papelería y utiles de oficina	180.000	40,00%	35,00%	25,00%	100,00%
Transportes y Fletes	1.500.000	10,00%	20,00%	70,00%	100,00%
Outsourcing contable	900.000	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Depreciación de Activos	650.000	40,00%	30,00%	30,00%	100,00%
Amortización Diferidos	200.000	40,00%	30,00%	30,00%	100,00%
Diversos y otros gastos generales	948.167	40,00%	30,00%	30,00%	100,00%
TOTAL PRESUPUESTO MES	12.028.167				

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	5,20%
SUMATORIA	70,19%
PROMEDIO	5,01%

En el apartado de la distribución de los gastos comunes, la coherencia en la repartición de rubros fijos como arrendamientos (distribuidos 40/30/30) y servicios públicos evidencia una planificación detallada que busca equilibrar la responsabilidad financiera entre los departamentos, asegurando que cada unidad operativa soporte proporcionalmente los costos de funcionamiento esenciales para la ejecución del proyecto.

10.4.2 Los gastos de administración

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
SECRETARIA	1.500.000	160.000	1.660.000	362.378	382.500	2.404.878	28.858.536
ASISTENTE ADMIN Y CONTABLE	1.600.000	160.000	1.760.000	384.208	408.000	2.552.208	30.626.496
			0	0	0	0	0
TOTAL	5.600.000	320.000	5.920.000	1.292.336	1.428.000	8.640.336	103.684.032

NOMINA DE PERSONAL AREA DE LOGISTICA Y COMERCIO EXTERIOR							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
TECNOLOGO DE EXPORTACIONE	1.600.000	160.000	1.760.000	384.208	408.000	2.552.208	30.626.496
ENCARGADO DE BODEGA	1.423.000	160.000	1.583.000	345.569	362.865	2.291.434	27.497.207
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
TOTAL	3.023.000	320.000	3.343.000	729.777	770.865	4.843.642	58.123.703

Ambos rubros están sujetos a una carga prestacional del 21,83% y parafiscal del 25,50%, además de incrementos anuales proyectados bajo un promedio histórico del salario mínimo del 6,85%. Por otra parte, la distribución de los gastos comunes, que suman \$12.028.167 mensuales, muestra una especialización de costos donde el área administrativa asume el 100% del outsourcing contable y el 60% de los honorarios profesionales, mientras que logística soporta el 70% de transportes y fletes.

10.4.2.1 Gastos de personal y su proyección

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO					
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nomina Area Administrativa, contable y financiera	103.684.032	110.788.980	118.380.795	126.492.839	135.160.761
Nómina Area de Compras y Ventas Nacionales	32.394.456	34.614.286	36.986.230	39.520.711	42.228.868
Nómina Area de Logistica y Comercio Exterior	58.123.703	62.106.630	66.362.486	70.909.976	75.769.082
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	194.202.191	207.509.896	221.729.512	236.923.526	253.158.711

Se observa una planeación financiera fundamentada en la normativa laboral vigente, donde los costos de personal integran cargas prestacionales y parafiscales distribuidas de manera detallada bajo la modalidad de contrato laboral. La proyección del gasto humano muestra un crecimiento gradual y sistemático a lo largo de cinco años, utilizando como base el promedio histórico del salario mínimo para asegurar la sostenibilidad del flujo de caja.

10.4.2.2 Gastos generales de administración y su proyección

PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL AREA ADMINISTRATIVA, CONTABLE Y FINANCIERA PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRE SUPUESTO 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	1.200.000	60,00%	8.640.000	9.073.173	9.528.063	10.005.759	10.507.405
Servicios publicos	800.000	30,00%	2.880.000	3.024.391	3.176.021	3.335.253	3.502.468
Arrendamientos	2.500.000	40,00%	12.000.000	12.601.629	13.233.420	13.896.887	14.593.618
Servicios de vigilancia	600.000	40,00%	2.880.000	3.024.391	3.176.021	3.335.253	3.502.468
Copias, fotocopias	150.000	50,00%	900.000	945.122	992.507	1.042.267	1.094.521
Servicio de cafetería y casino	200.000	33,00%	792.000	831.707	873.406	917.195	963.179
Servicios temporales	800.000	20,00%	1.920.000	2.016.261	2.117.347	2.223.502	2.334.979
Servicio generales: Aseo y varios	500.000	40,00%	2.400.000	2.520.326	2.646.684	2.779.377	2.918.724
Servicio de telefonía e internet	350.000	30,00%	1.260.000	1.323.171	1.389.509	1.459.173	1.532.330
Gastos Legales	300.000	60,00%	2.160.000	2.268.293	2.382.016	2.501.440	2.626.851
Mantenimiento y Reparaciones	250.000	40,00%	1.200.000	1.260.163	1.323.342	1.389.689	1.459.362
Papelería y útiles de oficina	180.000	40,00%	864.000	907.317	952.806	1.000.576	1.050.740
Transportes y Fletes	1.500.000	10,00%	1.800.000	1.890.244	1.985.013	2.084.533	2.189.043
Outsourcing contable	900.000	100,00%	10.800.000	11.341.466	11.910.078	12.507.198	13.134.256
Depreciación de Activos	650.000	40,00%	3.120.000	3.120.000	3.120.000	3.120.000	3.120.000
Amortización Diferidos	200.000	40,00%	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
Diversos y otros gastos generales	948.167	40,00%	4.551.202	4.779.379	5.018.997	5.270.628	5.534.875
PRESUPUESTO MENSUAL	12.028.167		59.127.202	61.887.032	64.785.229	67.828.729	71.024.817

PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL AREA DE LOGISTICA Y COMERCIO EXTERIOR PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	% DE PRORRATA DEL AREA DE LOGISTICA Y COMERCIO EXTERIOR	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	1.200.000	20,00%	2.880.000	3.024.391	3.176.021	3.335.253	3.502.468
Servicios publicos	800.000	30,00%	2.880.000	3.024.391	3.176.021	3.335.253	3.502.468
Arrendamientos	2.500.000	30,00%	9.000.000	9.451.221	9.925.065	10.422.665	10.945.213
Servicios de vigilancia	600.000	30,00%	2.160.000	2.268.293	2.382.016	2.501.440	2.626.851
Copias, fotocopias	150.000	20,00%	360.000	378.049	397.003	416.907	437.809
Servicio de cafeteria y casino	200.000	34,00%	816.000	856.911	899.873	944.988	992.366
Servicios temporales	800.000	50,00%	4.800.000	5.040.651	5.293.368	5.558.755	5.837.447
Servicio generales: Aseo y varios	500.000	30,00%	1.800.000	1.890.244	1.985.013	2.084.533	2.189.043
Servicio de telefonía e internet	350.000	30,00%	1.260.000	1.323.171	1.389.509	1.459.173	1.532.330
Gastos Legales	300.000	20,00%	720.000	756.098	794.005	833.813	875.617
Mantenimiento y Reparaciones	250.000	30,00%	900.000	945.122	992.507	1.042.267	1.094.521
Papelería y útiles de oficina	180.000	25,00%	540.000	567.073	595.504	625.360	656.713
Transportes y Fletes	1.500.000	70,00%	12.600.000	13.231.710	13.895.091	14.591.732	15.323.298
Outsourcing contable	900.000	0,00%	0	0	0	0	0
Depreciación de Activos	650.000	30,00%	2.340.000	2.340.000	2.340.000	2.340.000	2.340.000
Amortización Diferidos	200.000	30,00%	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000
Diversos y otros gastos generales	948.167	30,00%	3.413.401	3.584.535	3.764.248	3.952.971	4.151.156
PRESUPUESTO MENSUAL	12.028.167		47.189.401	49.401.860	51.725.243	54.165.109	56.727.300

La proyección de gastos generales muestra una tendencia creciente y sostenida durante el periodo de evaluación del proyecto, tanto en el área administrativa como en logística y comercio exterior, impulsada principalmente por honorarios profesionales, servicios públicos, arrendamientos y outsourcing, que concentran la mayor proporción del gasto. Se evidencia que el área administrativa absorbe un mayor volumen total, debido a un porcentaje de prorrata más alto, mientras que logística presenta un crecimiento más moderado pero constante.

10.4.3 Los gastos de comercialización y ventas

NOMINA DE PERSONAL AREA DE COMPRAS Y VENTAS NACIONALES							
CARGO EMPLEADO	SUELDO MES	AUXILIO TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	CARGA PRESTACIONAL	CARGA PARAFISCAL	TOTAL GASTO MENSUAL	TOTAL GASTO ANUAL
				21,83%	25,50%		
ASESOR DE VENTAS	1.700.000	160.000	1.860.000	406.038	433.500	2.699.538	32.394.456
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0
TOTAL	1.700.000	160.000	1.860.000	406.038	433.500	2.699.538	32.394.456

Los gastos de comercialización y ventas se concentran exclusivamente en la nómina del asesor de ventas, lo que evidencia una estructura de costos simple y altamente focalizada en el recurso humano. El gasto mensual total, que incluye sueldo, auxilio de transporte y cargas prestacionales y parafiscales, asciende a \$2.695.538, generando un costo anual de \$32.394.456

10.4.3.1 Gastos del personal y su proyección

PROYECCION DE LOS GASTOS DE PERSONAL PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO					
DETALLE Y/O CONCEPTO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Nomina Area Administrativa, contable y financiera	103.684.032	110.788.980	118.380.795	126.492.839	135.160.761
Nómina Area de Compras y Ventas Nacionales	32.394.456	34.614.286	36.986.230	39.520.711	42.228.868
Nómina Area de Logística y Comercio Exterior	58.123.703	62.106.630	66.362.486	70.909.976	75.769.082
TOTAL DE LA NOMINA PERSONAL	194.202.191	207.509.896	221.729.512	236.923.526	253.158.711

La proyección de los gastos de personal evidencia un incremento progresivo y sostenido durante el periodo de evaluación, pasando de \$194.202.191 en el Año 01 a \$253.158.711 en el Año 05, explicado principalmente por el crecimiento de la nómina del área administrativa, que concentra la mayor participación del gasto total. Las áreas de compras y ventas, así como logística y comercio exterior, presentan aumentos moderados pero constantes, lo que refleja una estructura salarial estable con ajustes graduales.

10.4.3.2 Gastos generales de comercialización y ventas

PROYECCION DE LOS GASTOS GENERALES DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS Y VENTAS PARA EL PERIODO DE EVALUACION DEL PROYECTO							
DETALLE DEL GASTO	PRESUPUESTO MENSUAL	% DE PRORRATA DEPARTAMENTO DE COMPRAS Y VENTAS NACIONALES	TOTAL GASTO AÑO 01	TOTAL GASTO AÑO 02	TOTAL GASTO AÑO 03	TOTAL GASTO AÑO 04	TOTAL GASTO AÑO 05
Honorarios Profesionales	1.200.000	20,00%	2.880.000	3.024.391	3.176.021	3.335.253	3.502.468
Servicios publicos	800.000	40,00%	3.840.000	4.032.521	4.234.694	4.447.004	4.669.958
Arrendamientos	2.500.000	30,00%	9.000.000	9.451.221	9.925.065	10.422.665	10.945.213
Servicios de vigilancia	600.000	30,00%	2.160.000	2.268.293	2.382.016	2.501.440	2.626.851
Copias, fotocopias	150.000	30,00%	540.000	567.073	595.504	625.360	656.713
Servicio de cafeteria y casino	200.000	33,00%	792.000	831.707	873.406	917.195	963.179
Servicios temporales	800.000	30,00%	2.880.000	3.024.391	3.176.021	3.335.253	3.502.468
Servicio generales: Aseo y varios	500.000	30,00%	1.800.000	1.890.244	1.985.013	2.084.533	2.189.043
Servicio de telefonia e internet	350.000	40,00%	1.680.000	1.764.228	1.852.679	1.945.564	2.043.106
Gastos Legales	300.000	20,00%	720.000	756.098	794.005	833.813	875.617
Mantenimiento y Reparaciones	250.000	30,00%	900.000	945.122	992.507	1.042.267	1.094.521
Papelería y útiles de oficina	180.000	35,00%	756.000	793.903	833.705	875.504	919.398
Transportes y Fletes	1.500.000	20,00%	3.600.000	3.780.489	3.970.026	4.169.066	4.378.085
Outsourcing contable	900.000	0,00%	0	0	0	0	0
Depreciación de Activos	650.000	30,00%	2.340.000	2.340.000	2.340.000	2.340.000	2.340.000
Amortización Diferidos	200.000	30,00%	720.000	720.000	720.000	720.000	720.000
Diversos y otros gastos generales	948.167	30,00%	3.413.401	3.584.535	3.764.248	3.952.971	4.151.156
TOTAL DEL GASTO	12.028.167		38.021.401	39.774.216	41.614.909	43.547.887	45.577.777

La proyección de los gastos generales del departamento de compras y ventas evidencia un incremento gradual y sostenido durante el periodo de evaluación, pasando de \$38.021.401 en el Año 01 a \$45.577.777 en el Año 05. Los rubros con mayor incidencia son honorarios profesionales, servicios públicos, arrendamientos y outsourcing, los cuales mantienen una tendencia creciente y estable.

10.4.3.3 Los gastos del proceso exportador

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO	I	PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial	Pasiflora Ligularis
	II	POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR)	0810.90.10.10
		POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR)	0810.90.10
	III	UNIDAD COMERCIAL DE VENTA	Kilogramo
	IV	VALOR POR UNIDAD COMERCIAL	1,60
V	TIPO DE EMPAQUE	Caja	
	DIMENSIONES DEL EMPAQUE m	60x40x20	
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	VI	ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE	Colombia - Puerto de Cartagena
	VII	DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA	Países Bajos - Puerto de Rotterdam
	VIII	PESO TOTAL KG/TON	18,64
	IX	UNIDAD DE CARGA	Kilogramo
	X	UNIDADES COMERCIALES	17.280
	XI	VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3	41,2
OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA	XII	TERMINO DE VENTA (INCOTERM)	FCA
	XIII	FORMA DE PAGO Y TIEMPO	Carta de Credito
	XIV	TIPO DE CAMBIO UTILIZADO	\$ 4.018

CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN		MARÍTIMO		
		Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)
	EMPAQUE	0,20	\$ 3.400,00	
	EMBALAJE	0,05	860,00	
PAIS EXPORTADOR	VALOR EXW	1,85	31.908,00	-
	Costos Directos			
	UNITARIZACIÓN	0,030	518,00	
	MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR	0,075	1.300,00	
	DOCUMENTACIÓN	0,116	2.000,00	
	TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)	0,231	4.000,00	
	ALMACENAMIENTO INTERMEDIO	0,000		
	MANIPUELO PREEMBARQUE	0,000		
	MANIPULEO EMBARQUE	0,000		
	BANCARIO	0,029	500,00	
	AGENTES	0,050	864,00	
	Costos Indirectos			
	ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto	0,240	4.153,00	
	CAPITAL-INVENTARIO	0,000		
	SEGURO***		170,00	
COSTO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	0,782	13.505,00		
VALOR : FCA.No Incluye Embarque	2,628	45.413,00	-	
VALOR : FAS No Incluye Embarque	2,628	45.413,00	-	
VALOR : FOB	2,628	45.413,00	-	

COSTO NACIONAL DE LA MERCANCÍA US	27.648,00
GASTOS DE LA EXPORTACION	17.765,00
UNIDADES EXPORTADAS	17.280,00
COSTO POR UNIDAD EXPORTADA	1,03

PROYECCION DE LOS COSTOS O GASTOS DE EXPORTACION (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (KGRS)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
GRANADILLA	17280	2	26.555.918	27.658.376	28.806.602	30.002.496	31.248.037
Gastos del Proceso Exportador (Costos de la Exportación)			4.131	4.097	4.063	4.030	3.997
INDICADOR DE VARIACION DEL COSTO UNITARIO DE EXPORTACION			-0,82%	-0,82%	-0,82%	-0,82%	-0,82%

Los gastos del proceso exportador reflejan una estructura de costos detallada y coherente con la operación internacional del producto, donde los mayores componentes corresponden a costos logísticos, administrativos y financieros asociados al incoterm FCA, así como al transporte, documentación y seguros. El costo total de la exportación asciende a \$17.765, con un costo por unidad exportada de \$1,03, lo que indica una eficiencia razonable en relación con el volumen exportado. La proyección evidencia una leve reducción del costo unitario a lo largo del periodo, lo que sugiere mejoras en la eficiencia operativa y control de gastos

10.5 Los Ingresos y su Proyección

PROYECCION DE LOS INGRESOS (PRODUCCION COMERCIALIZABLE EN EL EXTERIOR)							
PRODUCTO	CANTIDAD POR EXPORTACION (KGRS)	NUMERO DE EXPORTACIONES POR AÑO	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
GRANADILLA	17280	2	694.381.248	730.001.541	781.929.251	853.060.970	947.584.662
PRECIO UNITARIO DE VENTA			5	5	5	5	5
INDICADOR DE VARIACION DEL PRECIO DE EXPORTACION			-0,82%	-0,82%	-0,82%	-0,82%	-0,82%

FECHA	VALOR TASA DE CAMBIO	VARIACION PORCENTUAL
Marzo de 2025	4.192,57	
Abril de 2025	4.198,83	0,15%
Mayo de 2025	4.148,72	-1,19%
Junio de 2025	4.069,67	-1,91%
Julio de 2025	4.179,69	2,70%
Agosto de 2025	4.018,41	-3,86%
SUMATORIA DE LA VARIACION		-4,10%
PROMEDIO VARIACION		-0,82%

La proyección de los ingresos por exportación muestra un crecimiento sostenido a lo largo del periodo de evaluación, pasando de \$694.381.248 en el Año 01 a \$947.584.652 en el Año 05, impulsado por el incremento del volumen exportado y la estabilidad del precio unitario de venta, fijado en 5. El indicador de variación del precio de exportación presenta una leve disminución promedio del -0,82%, asociada principalmente a las fluctuaciones del tipo de cambio, cuyo comportamiento mensual evidencia variaciones moderadas.

10.6 El estado de resultados y su proyección

PASSIONFRUIT					
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	0	0	0	0	0
En el Exterior	694.381.248	730.001.541	781.929.251	853.060.970	947.584.662
TOTAL INGRESOS	694.381.248	730.001.541	781.929.251	853.060.970	947.584.662
COSTO DE VENTAS					
Costo de la mercancía vendida en el exterior	222.179.328	247.317.554	280.494.356	324.012.855	381.088.368
Costos y gastos de la exportación	26.555.918	27.658.376	28.806.602	30.002.496	31.248.037
Gastos de Personal area de logística y comercio exterior	58.123.703	62.106.630	66.362.486	70.909.976	75.769.082
Gastos generales del area de logística	47.189.401	49.401.860	51.725.243	54.165.109	56.727.300
Costo de la mercancía vendida al interior del país	0	0	0	0	0
TOTAL COSTOS	354.048.350	386.484.420	427.388.687	479.090.436	544.832.787
UTILIDAD BRUTA	340.332.898	343.517.121	354.540.564	373.970.534	402.751.875
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION					
Gastos de Personal de Administración	103.684.032	110.788.980	118.380.795	126.492.839	135.160.761
Gastos Generales de Administración	59.127.202	61.887.032	64.785.229	67.828.729	71.024.817
GASTOS GENERALES DE VENTAS					
Gastos de Personal de Ventas y Comercial	32.394.456	34.614.286	36.986.230	39.520.711	42.228.868
Gastos Generales de Ventas	38.021.401	39.774.216	41.614.909	43.547.887	45.577.777
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES	233.227.091	247.064.515	261.767.164	277.390.167	293.992.223
UTILIDAD OPERACIONAL	107.105.807	96.452.606	92.773.400	96.580.367	108.759.651
Provisión Impuesto de Renta 35%	37.487.032	33.758.412	32.470.690	33.803.128	38.065.878
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS	69.618.775	62.694.194	60.302.710	62.777.238	70.693.773
Reserva Legal	6.961.877	6.269.419	6.030.271	6.277.724	7.069.377
UTILIDAD A DISTRIBUIR A SOCIOS	62.656.897	56.424.774	54.272.439	56.499.514	63.624.396

En la proyección del estado de resultados se observa un crecimiento sostenido de los ingresos operacionales por exportaciones, los cuales mantienen una tendencia ascendente durante los cinco años del periodo de evaluación. Esta dinámica se ve respaldada por una estructura de costos y gastos operativos que, aunque aumentan gradualmente debido a la indexación de la nómina y los servicios generales, permiten conservar una utilidad bruta positiva y una utilidad operativa estable en el tiempo.

10.7 El flujo neto de efectivo

PASSIONFRUIT						
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		694.381.248	730.001.541	781.929.251	853.060.970	947.584.662
TOTAL INGRESOS		694.381.248	730.001.541	781.929.251	853.060.970	947.584.662
COSTO DE VENTAS						
Costo de la mercancía vendida en el exterior		222.179.328	247.317.554	280.494.356	324.012.855	381.088.368
Costos y gastos de la exportación		26.555.918	27.658.376	28.806.602	30.002.496	31.248.037
Gastos de Personal area de logística y comercio exterior		58.123.703	62.106.630	66.362.486	70.909.976	75.769.082
Gastos generales del area de logística		47.189.401	49.401.860	51.725.243	54.165.109	56.727.300
Costo de la mercancía vendida al interior del país		0	0	0	0	0
TOTAL COSTOS		354.048.350	386.484.420	427.388.687	479.090.436	544.832.787
UTILIDAD BRUTA		340.332.898	343.517.121	354.540.564	373.970.534	402.751.875
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACION						
Gastos de Personal de Administración		103.684.032	110.788.980	118.380.795	126.492.839	135.160.761
Gastos Generales de Administración		59.127.202	61.887.032	64.785.229	67.828.729	71.024.817
GASTOS GENERALES DE VENTAS						
Gastos de Personal de Ventas y Comercial		32.394.456	34.614.286	36.986.230	39.520.711	42.228.868
Gastos Generales de Ventas		38.021.401	39.774.216	41.614.909	43.547.887	45.577.777
TOTAL DE LOS GASTOS GENERALES		233.227.091	247.064.515	261.767.164	277.390.167	293.992.223
UTILIDAD OPERACIONAL		107.105.807	96.452.606	92.773.400	96.580.367	108.759.651
Provisión Impuesto de Renta 35%		37.487.032	33.758.412	32.470.690	33.803.128	38.065.878
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS		69.618.775	62.694.194	60.302.710	62.777.238	70.693.773
GASTOS NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación de Activos		7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000
Amortización Diferidos		2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
INVERSIONES PRELIMINARES						
Gastos Preoperativos	12.000.000					
Inversiones Fijas	39.000.000					
Capital de Trabajo	136.423.366					
FLUJO NETO DE EFECTIVO		187.423.366	79.818.775	72.894.194	70.502.710	80.893.773

En la proyección del flujo neto de efectivo se observa una estructura financiera robusta que inicia con inversiones preliminares significativas en capital de trabajo y activos fijos, logrando mantener saldos positivos y crecientes durante todo el periodo de evaluación. La generación de ingresos operacionales por ventas al exterior presenta un crecimiento sostenido que supera consistentemente la estructura de costos y gastos generales, los cuales incluyen rubros de personal, logística y administración recopilados anualmente.

10.8 El VPN y la TIR

VALOR PRESENTE NETO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE VALOR PRESENTE NETO						5,120000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-187.423.366	79.818.775	72.894.194	70.502.710	72.977.238	80.893.773
Coficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1,000000	1,051200	1,105021	1,161599	1,221072	1,283591
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-187.423.366	75.931.102	65.966.316	60.694.558	59.764.875	63.021.442
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						137.954.927
TASA INTERNA DE RETORNO						
TASA DE INTERES DE DESCUENTO PARA CALCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO						29,026000%
FLUJO NETO DE EFECTIVO	AÑO 00	AÑO 01	AÑO 02	AÑO 03	AÑO 04	AÑO 05
Flujos Netos de Efectivo	-187.423.366	79.818.775	72.894.194	70.502.710	72.977.238	80.893.773
Coficiente de Descuento (Factor Divisor) $(1+i)^n$	1,000000	1,290260	1,664771	2,147987	2,771462	3,575907
Flujos Netos de Efectivo Descontados	-187.423.366	61.862.551	43.786.322	32.822.685	26.331.675	22.621.892
Sumatoria de Flujos Netos de Efectivo Descontados						1.760

En la evaluación financiera del proyecto se evidencia una alta viabilidad y rentabilidad, sustentada en un Valor Presente Neto positivo y una Tasa Interna de Retorno que supera ampliamente la tasa de descuento aplicada a los flujos netos de efectivo. Esta solidez financiera se deriva de una generación constante de excedentes de caja que permiten cubrir la inversión inicial en activos fijos, gastos preoperativos y capital de trabajo, manteniendo saldos favorables durante todo el horizonte de evaluación. Así mismo, el comportamiento de los flujos descontados demuestra que el proyecto no solo recupera el capital invertido, sino que genera valor económico adicional para los inversionistas, consolidando una estructura de beneficios que respalda la ejecución de las operaciones de exportación proyectadas.

11. Conclusión

A través del desarrollo de todo el proyecto se ha podido ir evidenciando que la exportación de granadilla desde Cali, Colombia hacia Rotterdam, Países Bajos es una oportunidad viable y estratégica, sustentada tanto en las condiciones productivas favorables como en la buena demanda de productos naturales, saludables y exóticos. Dada la diversidad de climas que presenta el país y la ventaja comparativa en la producción agrícola y su reconocimiento internacional por la calidad de sus frutas, se encuentra en una posición privilegiada para abastecer mercados como el de Países Bajos.

El análisis de inteligencia de mercado permitió evidenciar que la exportación de granadilla colombiana hacia los países bajos presenta una buena viabilidad comercial y competitiva, aunque el producto aún se considere de nicho. La demanda europea de frutas exóticas, particularmente en el puerto de Rotterdam, continua en crecimiento gracias a la preferencia por productos saludables y de origen sostenible de la población objetivo, la cual contribuye con el 52.3% del 100% de la población total del país destino. Colombia, por su ubicación geográfica y condiciones agroclimáticas, cuenta con ventajas comparativas frente a otros países productores, aunque es evidente que la competencia interna y externa es fuerte sumándole que existen productos sustitutos del producto más conocidos en mercados internacionales. Sin embargo, el éxito comercial depende de mantener estándares de calidad, liquidez, certificaciones fitosanitarias y cumplimiento logístico que satisfagan los requerimientos del mercado neerlandés. En conjunto el estudio confirma que existe un mercado atractivo y accesible para la granadilla colombiana si se estructura una oferta formal y trazable

El estudio técnico y logístico determinó que la infraestructura disponible en el Valle del Cauca y el puerto de Cartagena resulta adecuada para soportar una operación de exportación eficiente bajo el término FCA. Los procesos de poscosecha, empaque y transporte refrigerado garantizan la conservación de la calidad de la fruta hasta su entrega al transportista designado. Asimismo, la implementación de una cadena de frío controlada, el cumplimiento de los estándares del ICA y los requerimientos europeos permiten asegurar la seguridad del producto. En este sentido, la logística propuesta demuestra ser técnicamente viable y económicamente sostenible.

Desde el componente administrativo y legal se concluye que la microempresa puede estructurar su operación de forma sólida mediante una organización interna modesta funcional, procedimientos documentales claros y respaldo jurídico conforme a la normatividad colombiana e internacional. La utilización del término FCA y el método de pago mediante Carta de crédito irrevocable confirmada ofrecen seguridad tanto para el exportador como para el comprador extranjero, reduciendo riesgos financieros y contractuales. Además, la alineación con Procolombia, DIAN, VUCE e ICA garantiza el cumplimiento de los requisitos para la exportación de productos agroalimentarios, lo cual consolida un marco organizacional e institucional confiable para el mercado internacional que respalda la factibilidad del proyecto.

El proyecto integra políticas sociales y ambientales que refuerzan la sostenibilidad y responsabilidad empresarial. En el ámbito social, la iniciativa promueve la participación de pequeños y medianos productores Colombianos, mejorando su acceso a mercados internacionales y generando empleo rural digno para los campesinos y población común del país. En el aspecto ambiental, se fomenta el uso racional de agua, la reducción de

residuos de empaque, el aprovechamiento de subproductos y la compensación de emisiones de transporte, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible. De esta manera, el proyecto no solo busca rentabilidad económica, sino también un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

El análisis económico y financiero evidencia que el proyecto es modestamente viable y rentable. El proyecto presenta un Valor Presente Neto positivo de 137'954,927 lo cual indica que los ingresos futuros descontados superan la inversión inicial, generando un buen valor agregado. Asimismo, La Tasa Interna de Retorno del 29.026% confirma que la rentabilidad esperada excede el costo de oportunidad del capital. Estos resultados demuestran que el proyecto no solo es sostenible en el tiempo, sino que también posee un buen retorno financiero, lo cual respalda su factibilidad económica si se mantienen costos y gastos modestos.

Se estima que el presente proyecto se desarrolle satisfactoriamente mediante la aplicación de las teorías mencionadas en el documento más importantes para el cumplimiento económico, logístico y medio ambiental de la exportación.

12. Recomendaciones

Para futuros proyectos de exportación enfocadas en productos comestibles perecederos es fundamental tener en cuenta las condiciones climáticas donde se da el producto, tanto en el país de destino como en origen, para así determinar la posible demanda en los países donde no cuentan con variedad de climas para la producción de frutas exóticas, siendo así, clave para determinar si el producto contará con una buena demanda en el lugar de destino.

Es necesario estructurar cualquier proyecto de exportación o importación mediante las teorías adecuadas, de forma que en un futuro sea posible aplicarlas en un plano real, y no comprometer la viabilidad del proyecto desde el punto de vista de la planeación. Se deben tener en cuenta las teorías que ayuden al desarrollo económico, comercial y logístico del proyecto.

Un desarrollo de un plan de exportación requiere que las personas implicadas cumplan con la normativa nacional e internacional para garantizar que la documentación relacionada a la operación esté correctamente diligenciada, además de cumplir con los certificados fitosanitarios.

13. Bibliografía

(s.f.). Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/david-ricardo.html>

(s.f.). Obtenido de INEAF Business School: <https://www.ineaf.es/tribuna/modelo-de-heckscher-ohlin/>

(s.f.). Obtenido de Universidad Piloto de Colombia:
<https://estudiarvirtual.unipiloto.edu.co/blog/fundamentos-del-marketing-segun-philip-kotler>

(s.f.). Obtenido de Legiscomex: <https://www.legiscomex.com/informacion-universidades-abc-del-comercio-internacional/teoria-de-la-ventaja-competitiva>

(s.f.). Obtenido de FasterCapital: <https://fastercapital.com/es/contenido/Economia-de-costos-de-transaccion--Explorando-Oliver-E--Williamson-S-Legacy.html>

(s.f.). Obtenido de DANE – Balanza comercial de Colombia:
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/balanza-comercial>

(s.f.). Obtenido de Datosmacro (Expansión):
<https://datosmacro.expansion.com/pib/paises-bajos>

(s.f.). Obtenido de Google Imágenes – Mapa de Colombia:
<https://www.google.com/imgres?q=colombia%20mapa>

(s.f.). Obtenido de Google Imágenes – Mapa de Países Bajos:
<https://www.google.com/url?sa=i&url=https>

(1991). Obtenido de SUIN – Ministerio de Justicia de Colombia: <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30036618>

(2023). Obtenido de Banco de la República – Boletín Junta Directiva 36-2023: <https://www.banrep.gov.co/es/normatividad/boletines-junta-directiva/36-2023>

(s.f.). Obtenido de Ministerio de Educación Nacional de Colombia: <https://www.mineducacion.gov.co/1780/w3-article-94653.html>

(s.f.). Obtenido de Wikipedia – Arancel: <https://es.wikipedia.org/wiki/Arancel>

(s.f.). Obtenido de Wikipedia – Exportación: <https://es.wikipedia.org/wiki/Exportación>

(s.f.). Obtenido de TLC Colombia – Tratados de Libre Comercio: <https://www.tlc.gov.co/>

(s.f.). Obtenido de Banco Santander – Coste de oportunidad: <https://www.bancosantander.es/glosario/coste-oportunidad>

(s.f.). Obtenido de Palletways Online: <https://www.palletwaysonline.com/es-es/help-centre/answer/847>

(s.f.). Obtenido de Cajas y Precintos – Caja de cartón 60×40×20: <https://www.cajasyprecintos.com/producto/caja-carton-60-x-40-x-20-cm-para-frutas-y-verduras-para-20-25-kg/>

(s.f.). Obtenido de ANDI – Cadena de frío en exportación (PDF): <https://www.andi.com.co/Uploads/Presentación%20cadena%20de%20frio%20en%20exportación.pdf>

(s.f.). Obtenido de Unipalet – Palet europeo: <https://unipalet.com/medidas-palet-europeo/>

(2025). Obtenido de CIA – The World Factbook (Netherlands): <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/netherlands/>

(2025). Obtenido de World Bank – Netherlands Country Overview:
<https://www.worldbank.org/en/country/netherlands/overview>

(2025). Obtenido de World Bank – Colombia Overview:
<https://www.worldbank.org/en/country/colombia/overview>

(2024). Obtenido de IMF – Colombia Article IV Consultation: <https://www.imf.org/>

(2024). Obtenido de European Commission – Trade Agreement Colombia/Perú/Ecuador:
<https://policy.trade.ec.europa.eu>

(2024). Obtenido de ProColombia – World Food Supplier: <https://procolombia.co/>

(2025). Obtenido de ProColombia – Exportaciones de frutas exóticas:
<https://procolombia.co>

(2025). Obtenido de Fruitnet / Eurofruit – Colombia's fruit export surge continues:
<https://www.fruitnet.com/eurofruit/colombias-fruit-export-surge-continues/267269.article>

(2024). Obtenido de Presidencia de Colombia – Exportaciones de granadilla:
<https://www.presidencia.gov.co>

(2025). Obtenido de Trading Economics / UN COMTRADE – Netherlands imports from Colombia: <https://tradingeconomics.com/netherlands/imports/colombia>

(2025). Obtenido de OEC – Netherlands & Colombia Bilateral Trade:

<https://oec.world/en/profile/bilateral-country/nld/partner/col>

(2024). Obtenido de Tridge – Colombia Giant Granadilla market overview:

<https://www.tridge.com/intelligences/giant-granadilla/CO>

(2024). Obtenido de Tridge – Netherlands Sweet Granadilla market overview:

<https://www.tridge.com/intelligences/sweet-granadilla/NL>

(2025). Obtenido de Netherlands Enterprise Agency (RVO) – Doing Business:

<https://business.gov.nl>

(2025). Obtenido de NVWA – Importing plants and plant products: <https://www.nvwa.nl>

(2025). Obtenido de Reuters – Dutch coalition collapses: <https://www.reuters.com>

(2025). Obtenido de European Environment Agency – Netherlands Profile:

<https://www.eea.europa.eu>

(2024). Obtenido de OECD – Environmental Performance Review Netherlands:

<https://www.oecd.org>

(2025). Obtenido de Global Innovation Index – Netherlands profile:

https://www.wipo.int/global_innovation_index

(2025). Obtenido de Statista – Consumer preferences for exotic fruits:

<https://www.statista.com>

(2024). Obtenido de CBI – Exporting exotic fruit to the Netherlands: <https://www.cbi.eu>

(2025). Obtenido de CBS – Netherlands in Figures: <https://www.cbs.nl>

(2024). Obtenido de Ahold Delhaize – Annual Report 2024:

<https://www.aholddelhaize.com/media/eacd1r3g/annual-report-2024-ahold-delhaize.pdf>

(s.f.). Obtenido de Business.gov.nl – Introducing a product in Dutch market:

<https://business.gov.nl/products-services-and-innovation/selling-your-product/introducing-a-product-on-the-dutch-market/>

(s.f.). Obtenido de CBI – Entering the Dutch market (fresh fruit):

<https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/netherlands/market-potential>

(2019). Obtenido de Global Facts / CBI – LCC Fruit & Veg marketing booklet:

<https://globalfacts.nl/wp-content/uploads/2019/09/Booklet-2-CBI-LCC-FV-Marketing-v1.1.pdf>

(2024). Obtenido de DutchNews.nl – Sustainable food spending rises:

<https://www.dutchnews.nl/>

(s.f.). Obtenido de European Commission – Promotion of EU farm products:

https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products_en

(2024). Obtenido de NVWA – Import requirements fresh produce:

<https://english.nvwa.nl/>

(2024). Obtenido de Global Organic Trade Guide – Clean label products:

<https://globalorganictrade.com/>

(2024). Obtenido de Kiwa Certification – Quality and safety standards:

<https://www.kiwa.com/>

(2010). Obtenido de Wageningen University – Consumer acceptance novel fruits:

<https://research.wur.nl/en/publications/consumer-acceptance-of-novel-fruits-and-fruit-products>

(2024). Obtenido de Tridge – Netherlands passionfruit market trends:

<https://www.tridge.com/intelligences/passionfruit/NL>

(2024). Obtenido de US Trade.gov – Netherlands market entry strategy:

<https://www.trade.gov/country-commercial-guides/netherlands-market-entry-strategy>

(2024). Obtenido de TNO Nederland – Allergen labelling: <https://www.tno.nl/en/>

(2024). Obtenido de AGROLAB Group – Food safety regulations:

<https://www.agrolab.com/en/>

(2025). Obtenido de Fruit Logistica – Exhibitor list and matchmaking:

<https://www.fruitlogistica.com/>

(2025). Obtenido de CBS – Population counter dashboard: [https://www.cbs.nl/en-](https://www.cbs.nl/en-gb/visualisations/dashboard-population/population-counter)

[gb/visualisations/dashboard-population/population-counter](https://www.cbs.nl/en-gb/visualisations/dashboard-population/population-counter)

(2025). Obtenido de Banco de la República – Indicadores económicos:

<https://www.banrep.gov.co>

(2024). Obtenido de Banco Mundial – World Development Indicators:

<https://data.worldbank.org/country/colombia>

(2024). Obtenido de Transparency International – CPI 2024:

<https://www.transparency.org/en/cpi/2024>

(2025). Obtenido de DANE – Estadísticas de exportaciones: <https://www.dane.gov.co>

(2025). Obtenido de ProColombia – Informe de exportaciones agrícolas:

<https://www.procolombia.co>

(2024). Obtenido de CBI – Opportunities for passion fruit: <https://www.cbi.eu>

(2024). Obtenido de ITC – Trade Map: <https://www.trademap.org>

(2025). Obtenido de UNCTAD – World Investment Report 2025: <https://unctad.org>

(2025). Obtenido de MinCIT – Política de comercio exterior: <https://www.mincit.gov.co>

(2025). Obtenido de World Bank – Colombia Economic Update April 2025:

<https://www.worldbank.org/en/country/colombia>

(2024). Obtenido de ONU Medio Ambiente – Perspectivas del medio ambiente:

<https://www.unep.org>

(2024). Obtenido de Forbes Colombia – Transformación digital en Colombia:

<https://forbes.co>

(2024). Obtenido de DANE – PIB por sectores económicos: <https://www.dane.gov.co>

(2025). Obtenido de El Espectador – Colombia y China relaciones económicas:

<https://www.elespectador.com>

(2024). Obtenido de BBC Mundo – Cultura redefine imagen del país:

<https://www.bbc.com/mundo>

(2024). Obtenido de Ministerio de Cultura – Patrimonio cultural:

<https://www.mincultura.gov.co>

(2023). Obtenido de World Bank / WITS – Netherlands imports HS 081090:

<https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/NLD/year/2023/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/081090>

(2024–2025). Obtenido de Tridge – Netherlands fresh passionfruit overview:

<https://www.tridge.com/intelligences/sweet-granadilla/NL>

(2024). Obtenido de Tridge – Fresh sweet granadilla prices Colombia:

<https://dir.tridge.com/prices/fresh-sweet-granadilla-fruit/CO>

(2024). Obtenido de NVWA – Plant health regulations (EU 2019/2072):

<https://english.nvwa.nl/topics/import-regulations-of-the-netherlands-on-plant-health>

(2020). Obtenido de Import Promotion Desk – Fact sheet tropical fruits:

https://www.importpromotiondesk.com/fileadmin/Exporteure_PFS/Fresh_Produce/PFS_FreshTropicalFruits.pdf

(2022). Obtenido de CABI – Sweet granadilla datasheet:

<https://www.cabidigitallibrary.org/doi/full/10.1079/cabicompndium.116173>

(s.f.). Obtenido de Albert Heijn – Passievruchten product page: <https://www.ah.nl>