

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA EXPORTAR LULO A ESTADOS UNIDOS
PLAN DE NEGOCIOS OPCION DE GRADO**

NOTA: 188 PTS

**ELYANA MARULANDA ARANGO. CÓD. 1520020277
STEVEN SANDOVAL DUARTE. CÓD. 1621022304
DANIELA SERRANO CARDENAS. CÓD. 1621021439
ALEXANDRA TORRES GALEANO. CÓD. 1611026252**

**INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO GRANCOLOMBIANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
BOGOTA, DC. mayo 26 de
2020**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA EXPORTAR LULO A ESTADOS UNIDOS
PLAN DE NEGOCIOS OPCION DE GRADO**

**ELYANA MARULANDA ARANGO. CÓD. 1520020277
STEVEN SANDOVAL DUARTE. CÓD. 1621022304
DANIELA SERRANO CARDENAS. CÓD. 1621021439
ALEXANDRA TORRES GALEANO. CÓD. 1611026252**

**Plan de Negocios presentado como requisito para optar al título de
Negociador Internacional**

Director

MARÍA GABRIELA RAMOS BARRERA

INSTITUCION UNIVERSITARIA POLITECNICO GRANCOLOMBIANO

FACULTAD DE NEGOCIOS, GESTIÓN Y SOSTENIBILIDAD

BOGOTA, DC. mayo 26 de

2020

TABLA DE CONTENIDO

1.	ANEXOS.....	5
2.	RESUMEN.....	6
3.	ABSTRACT.....	7
4.	FORMULACION DEL PROBLEMA.....	8
5.	PREGUNTA DE INVESTIGACION	9
6.	OBJETIVOS.....	9
6.1	GENERAL	9
6.2	ESPECIFICOS	9
7.	JUSTIFICACIÓN.....	10
8.	MARCO TEORICO.....	11
8.1	ANTECEDENTES	12
9.	MARCO METODOLOGICO	13
9.1	MÉTODOS PARA REALIZAR UNA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	14
9.1.1	Investigación etnográfica.....	15
9.1.2	Análisis de Contenido.....	15
10.	PLAN DE NEGOCIO	16
10.1	Necesidad.....	16
10.2	Solucion	¡Error! Marcador no definido.

10.3	Ventaja	18
11.	ESTUDIO DE MERCADO	20
12.	ESTUDIO TECNICO	23
12.1	Empaque.....	24
12.2	Procesos	25
12.3	Presupuesto	26
13.	ESTUDIO LEGAL.....	27
14.	ESTUDIO FINANCIERO	30
15.	CONCLUSIONES	32
16.	ANEXO.....	38
17.	BIBLIOGRAFIA.....	¡Error! Marcador no definido.

1. ANEXOS

Anexo A. Procesos de elaboración de jugos concentrados y pulpas.....	38
Anexo B. Costos fijos.	40
Anexo C. Perfil del Lulo	41
Anexo D. Costos de exportación.....	42
Anexo E. Bodega	43
Anexo F. Cuarto frio	44
Anexo G. Empaque primario	45
Anexo H. Empaque	46
Anexo I Calidad Premium del lulo.....	47
Anexo J. Exigencias de empaque.....	48
Anexo K. Tramite de constitucion	49
Anexo L. Inversión mobiliario, adecuaciones y maquinaria.....	50
Anexo M. Sellos y requerimientos del empaque	51
Anexo N. Flujo de dinero anual	52
Anexo O. Flujo de dinero mensual	53
Anexo P. Flujo de dinero mensual año 3	54

2. RESUMEN

El lulo es una fruta con producción en Colombia; actualmente se realizan exportaciones hacia países algunos países en Europa, y en Asia a Japón y Corea sin embargo, aún no se ha podido llegar al mercado estadounidense, esto obedece en gran parte a restricciones en la manera como se debe enviar la pulpa pero el fruto entero podría dar mayor rentabilidad y mejor imagen a través de un empaque que permita el transporte del producto, conserve sus características organolépticas y cumpla con la regulación.

El lulo es un fruto que se da en Latinoamérica, el mayor competidor es Ecuador así que el desafío inicia con la puesta en marcha de un nuevo diseño de empaque para enviar el producto a Estados Unidos.

Es necesario cambiar la forma en que se comercializa el fruto dado que la venta en trozos puede incrementar la demanda por los múltiples usos que se puede dar al producto según la necesidad, adicionalmente se reducen los costos en transformación y se mantiene la ventaja comparativa en producción siendo igualmente competitivos en la región.

Este Estudio pretende ampliar las oportunidades de comercialización del fruto, evitando la desaceleración en producción que se presenta en la agricultura del país, haciendo uso de los acuerdos comerciales internacionales vigentes que pueden generar mayores oportunidades de desarrollo, generación de empleo y tecnificación de los procesos locales.

Palabras claves: Lulo, exportación, abastecimiento, conservación, alimentos.

3. ABSTRACT

Lulo is a fruit with high production levels in Colombia; Currently, exports are made to some countries in Europe, and in Asia to Japan and Korea, however, it has not yet been possible to reach the US market due to restrictions on the way the pulp should be shipped but the complete fruit or sliced could give greater profitability and better image through a package that allows the transport of the product, conserves its organoleptic characteristics and complies with the regulation;

Lulo is an exotic fruit produced in Latin America, one recognized competitor is Ecuador, so the challenge begins with the implementation of a new presentation design to send the product to the United States and increase its consumption.

It is necessary to change the way in which the fruit is marketed since the sale in pieces can increase the demand for the multiple uses that can be given to the product according to the need, In addition the costs in transformation are reduced and the comparative advantage in production is maintained being equally competitive in the region.

This Study aims to expand the opportunities for the commercialization of the fruit, avoiding the slowdown in production that occurs in the country's agriculture, making use of the international trade agreements in force that can generate greater opportunities for development, job creation and technification of our local processes of production.

Key words: Lulo, export, supply, conservation, food.

4. FORMULACION DEL PROBLEMA

Según la CEPAL la economía mundial ha venido desacelerándose en los últimos años debido a la disminución de los precios de las materias primas y la desaceleración económica de China, provocando que el presente y futuro a corto plazo de las economías emergentes no sea muy prometedor. Esto implica que uno de los principales desafíos de la región se base en la necesidad de promover la inversión y las exportaciones con el fin de que los negocios se vuelvan más competitivos. Según cifras del Banco Mundial, el PIB de Colombia ha crecido en los últimos años, evidenciando un incremento del sector agrícola, sin embargo, se suman pérdidas que pueden tener los agricultores por la rápida maduración de los frutos o la estacionalidad (BancoMundial, s.f).

El lulo es un fruto en el cual Colombia tiene ventaja comparativa ya que los costos de producción en Colombia son menores a los de sus principales competidores como lo es Ecuador, adicional a esto la calidad del lulo Colombiano ha sido galardonada internacionalmente (Cardona, 2016) además de que Colombia se sitúa como principal exportador de lulo de la región se ve enfrentada a múltiples problemas que limitan su competitividad evidenciando que de un promedio de 27 ton.ha-1 solamente tiene un consumo nacional promedio de 8,2 t.ha-1 (Agronet, 2013); y se evidencia un poco o nulo posicionamiento en el mercado norteamericano a pesar de la fuerte presencia de población latina como la Florida en donde existe una población de 5,1 millones de latinos, quienes seguramente conocen el fruto con el interés por el consumo del fruto.

Los dos párrafos no se conectan. Siguen son poder identificar un problema de investigación. No se toma en cuenta la recomendación hecha.

5. PREGUNTA DE INVESTIGACION

¿La exportación del lulo en trozos podrá garantizar un aumento de la Demanda en el Estado de la Florida?

6. OBJETIVOS

6.1 GENERAL

Desarrollar un plan de negocios a través del método adecuado que permita la comercialización del lulo en el Estado de la Florida - Estados Unidos.

6.2 ESPECIFICOS

- Analizar el mercado americano y crear una estrategia que permita dar a conocer los beneficios y propiedades de frutas tropicales como el lulo. De esta manera podremos determinar factores como cantidades a exportar (demanda) y precios.
- Elaborar un plan de investigación que permita identificar las reglamentaciones y documentos legales requeridos para la exportación y comercialización de frutas tropicales en Estados Unidos.
- Determinar la viabilidad financiera del proyecto para establecer los costos financieros, recursos, producción y rentabilidades del proyecto mediante una evaluación financiera.

7. JUSTIFICACIÓN

El proyecto se orienta en la creación de un plan de negocio que permita conservar el fruto lulo y su comercialización en el mercado norteamericano, dejando atrás los estigmas contra el producto por su imagen percedera. A través de la comercialización del fruto entero se busca penetrar diversos mercados y particularmente una alta gama de restaurantes y hoteles que tienen una oferta gourmet para sus clientes. De esta forma, se presentará al mercado una de tantas frutas tropicales que al ser degustada es una experiencia placentera al paladar.

Este plan de negocios permitirá evaluar la viabilidad de la exportación de la fruta a través de su conservación, se conocerá el proceso de producción, y mecanismos para llevar a cabo un exitoso proceso de exportación, así pues, servirá para poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera, fortaleciendo los conceptos aprendidos y preparándose mejor para la vida laboral.

8. MARCO TEORICO

El concepto de ventaja comparativa es uno de los fundamentos básicos del comercio internacional. Este modelo desarrollado por el economista David Ricardo, se basa en la teoría que los países se especializan en la producción y exportación de aquellos bienes que pueden fabricar con costos relativamente más bajos (Amadeo, 2020), esta ventaja comparativa permitirá potencializar su participación en el mercado internacional.

Las condiciones agroclimáticas de Colombia permiten la producción de una amplia variedad de frutas, esto se ve reflejado en el crecimiento del PIB para el año 2017 que fue del 1,8%, impulsado principalmente por el sector agropecuario que registró un crecimiento de 4,9% en el año, el mejor comportamiento lo registró la agricultura (Dinero, 2018) y Según el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (Agronegocios, 2018) la producción para el 2017 de lulo en Colombia fue de 59.091 toneladas mientras que en Ecuador, se produjo únicamente 25.200 toneladas y su producción estuvo limitada entre los meses de mayo a noviembre por temas de clima y debido a las plagas de los cultivos ya que estos no son tecnificados (Zambonino, 2017).

En cuanto al precio del mercado en Bogotá 1kg. de lulo por \$1.800COP ó \$0,60USD (Corabastos, 2020) mientras que en Ecuador 1kg de lulo cuesta \$ 1,10USD entregado en Quito o Guayaquil según el histórico de precios de Naranjilla por Centro de Acopio (SIPA, 2019).

Partiendo de la ventaja comparativa en cuanto a precio del lulo de Colombia y de intercambio comercial originada por la firma del TLC en el año 2006, Colombia mediante el fortalecimiento del sector agropecuario se ha enfocado en la transformación y comercialización de frutas aprovechando las tendencias de consumo hacia productos funcionales y saludables.

8.1 ANTECEDENTES

Esta investigación parte de previos estudios como el de (Angulo, 2008). En el cual hace un Análisis de Competitividad del Lulo y la alta producción en Colombia que hace que sea competitivo en la región bajo un sistema metodológico de producción y abastecimiento.

Dadas las características del lulo y comprendiendo que es un fruto que solamente se da con facilidad en el noreste de América del Sur, es difícil encontrar grandes productores siendo Ecuador y Costa Rica los principales países que exportan Lulo después de Colombia (DANE, 2014).

Un primer trabajo corresponde a (Hernandez, 2018), quien realizó un estudio de exportación de lulo desde Colombia a Panamá, en este estudio se evidencia la ventaja comparativa de Colombia con otros países de la región, por su producción a gran escala y zonificada de lulo en el territorio colombiano. Se concluye la viabilidad del estudio y una rentabilidad superior al 50%.

También se encuentra la investigación realizada por la UNISARC (Restrepo & Betancurt, 2017), que a través de un análisis de campo en los cultivos de lulo en Risaralda identificó beneficios de la producción y del suelo de la región, que amparados en proyectos gubernamentales busca incrementar la producción de lulo de los campesinos de la zona de una manera tecnificada, que requiere potencializar el comercio internacional para incrementar la demanda. Evidenciando una oportunidad de mayor oferta de un producto en condiciones de exportación.

Existe un artículo del catador profesional (Naughton, 2019), en el cual menciona que Colombia no exporta productos de su agricultura como lo son el lulo o la feijoa a Estados Unidos debido a que no se ha creado la necesidad, a que no se ha estudiado de una manera dinámica el mercado

norteamericano para este producto que no se ve en el país pero que podría generar una gran aceptación por parte de inmigrantes latinos, ya que es una fruta exótica y muy agradable al gusto.

Por su parte la investigación realizada para la caracterización técnico-económica del sistema de producción de lulo (*Solanum quitoense* Lam.) en el departamento de Nariño por la Universidad de Nariño (Muñoz, Rodríguez, & Criollo, Jul 30, 2014), arrojó excelentes resultados en el desarrollo de un cultivo de más de 30 variedades de plantas de lulo que mostraron resistencia a ciertas plagas, creando un injerto estable y de buena calidad. La investigación apoyada por el Ministerio de Agricultura ayudó al desarrollo rural de la Región y determinó fortaleza del fruto para su recolección temprana, almacenamiento y posterior comercialización para consumo. Factor de gran importancia que puede contribuir a planes exportadores del fruto desde Colombia a países con largas distancias.

9. MARCO METODOLOGICO

Dado que esta investigación se basa en estudiar los conocimientos técnicos, logísticos, legales y operativos con los cuales se concluirá la razón del poco o nulo mercado de lulo en La Florida, Estados Unidos, se establece una metodología de investigación cualitativa a través de desarrollar un proceso inductivo el cual se basa en explorar y describir para luego generar perspectivas basadas en la teoría, con este enfoque no se buscan obtener datos estandarizados por el contrario se busca profundizar en observaciones no estructuradas, análisis de documentos, registros de historias anteriores e interacción con productores así como lo sugiere Hernández en su libro metodología de la investigación donde propone como aspecto fundamental para este método "reconstruir la realidad" para observar todos los actores del proceso.

La metodología de la investigación por lo tanto es el análisis del comportamiento de una situación, conducta y relacionamiento con el entorno, experiencias, y contexto donde se presenta. La investigación cualitativa trata de identificar la realidad, lo ocurrido y por qué sucede, para ello se utilizan diferentes variables que pueden ayudar a realizar un mejor análisis. (SA, 2017)

“La capacidad que tiene una teoría de generar nuevas interrogantes y descubrimientos” (Ferman y Levin, 1979, p. 34). Esta puede ser inductiva que hace referencia a que se recopilan datos para poder realizar un análisis general.

Tabla 1. *Investigación Cualitativa*

Características	Métodos	Ventajas
1. Recolección de datos 2. Ayuda a decidir cuál será el rumbo de la investigación 3. Amplia el horizonte	1. Entrevistas a profundidad. 2. Sesiones de grupo. 3. Técnicas proyectivas. 4. Observación.	1. Profundidad en la investigación 2. Contexto de la situación 3. Detalles

Autor: Elaboración propia

9.1 MÉTODOS PARA REALIZAR UNA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Existen diferentes formas de realizar una investigación cualitativa tales como la entrevista, focus group, investigación etnográfica y análisis de contenido, estas dos últimas son las que se utilizaran para este plan de negocios. (Universidad Interamericana para el desarrollo, SA)

9.1.1 Investigación etnográfica

Método de observación que se dedica a estudiar el comportamiento, el entorno y no cómo lo perciben las personas. Para ello es necesario adaptarse a la situación o empresa que se está estudiando sin embargo, debe dedicarse bastante tiempo y no pueden sacarse conclusiones tan rápido. (SA, SA)

9.1.2 Análisis de Contenido

Revisar documentos, imágenes, y de allí obtener la información, así se hace la investigación de mercados y se toman decisiones de acuerdo con las características obtenidas. (SA, SA)

Para el desarrollo de este proyecto se realizará una investigación detallada de métodos con el análisis de contenido a través de una revisión profunda de la información del DANE y del Instituto Colombiano Agropecuario, así como de investigaciones de exportaciones que se han adelantado, normas actuales de exportación y los precios del mercado tanto interno como externo

6.4.5 Variables a tener en cuenta

- Tener en cuenta producción anual del lulo, empresas exportadoras de alimentos en especial frutas, exportadores hacia Estados Unidos que aún no comercialicen la fruta.
- Recolectar los datos de conservación del producto para que llegue fresco.
- Evaluar si un empaque puede ayudar a mantener el lulo en excelentes condiciones
- Conocer el nivel de consumo de la fruta en pulpa en los países donde ya se exporta.

Así se podrá identificar la realidad, encontrar las variables y describir cuales son las razones por las que no se ha podido llegar al mercado americano, específicamente a la Florida.

10. PLAN DE NEGOCIO

10.1 Necesidad

A diferencia de los cultivos de gran extensión, el cultivo de las frutas en ocasiones es limitado ya requiere un mayor cuidado no solamente en el proceso de cosecha sino en el proceso de transporte y distribución, ya que las frutas poseen un mayor grado de humedad (Ramirez, James, & Tim , 2018), lo que causa que desde el momento de la recolección el fruto empiece su proceso natural de deshidratación y oxidación al contacto con el medio ambiente, obligando a productores y comercializadores a agilizar al máximo cualquier proceso de recolección y brindar nuevas técnicas junto desarrollo de tecnología en empaque, distribución y comercialización.

Colombia, por ser parte del centro de origen de esta especie frutal, cuenta con una oferta ambiental óptima para el cultivo y una amplia variabilidad; el aprovechamiento de estas ventajas, puede hacer que este cultivo sea competitivo (Angulo, 2008). Hoy en día la producción en Colombia se ve enfrentada a múltiples problemas que limitan su productividad y competitividad, evidenciando que de un promedio calculado de 27 ton.ha⁻¹ solamente se tiene un promedio de consumo nacional de 8,2 t.ha⁻¹ (Agronet, 2013); esta condición ha llevado al abandono progresivo del cultivo, con esta la principal afectación en la vida de agricultores. Evidenciando estas razones surge la necesidad de fomentar la exportación de lulo al exterior permitiendo a los productores no depender del mercado local y su estacionalidad, sino producir en épocas de sobreoferta soportado del exponencial crecimiento de cultivo de lulo en la última década; esto acompañado de soluciones de empaques fitosanitarias que favorezcan la conservación de las cualidades organolépticas del fruto.

Dentro de los procesos de la preservación total del producto se encuentra la refrigeración de la fruta, el cual permite la conservación del producto por un mayor tiempo ya que disminuye la tasa de deshidratación y oxidación del fruto evitando una maduración temprana. A pesar de que es un proceso que es en cierta medida eficiente, puede verse sujeto a la pérdida de parte de la producción debido a errores durante su manipulación al tener contacto con superficies o atmósferas hasta llegar al punto de contaminarse, acarreando costos de oportunidad y consecuentemente la no viabilidad de exportación ocasionando pérdidas para el cliente o producto

10.2 Solución

La impregnación a vacío es uno de los tratamientos de conservación de frutas con el fin de reducir los niveles de oxígeno (Galindo, 2016), así como también es un medio para incorporar en la estructura antioxidantes, conservantes, azúcares y ácidos, que pueden mejorar las cualidades organolépticas, esto se debe a que al tener una baja concentración de oxígeno el fruto logrará respirar menos ayudando a prolongar su vida en almacenamiento, esta modificación causa un cambio estructural y fisiológica, logrando un cambio entre el gas del fruto y el líquido estabilizador externo, lo que aporta los niveles requeridos en la respiración de frutas mínimamente procesadas y, por tanto, influye en la vida útil de los productos (Galindo, 2016). Eso sucede al someter a inmersión el producto en una concentración líquida a baja temperatura por poco tiempo y así inducirlo a baja presión con esto lograr que el oxígeno salga, posterior a esto al restablecer a la presión atmosférica, el producto se comprime favoreciendo la penetración del líquido exterior en los poros.

Según la revista *Journal of Agriculture* es posible conservar la fruta a una temperatura de -4 a -16°C después ser empacada al vacío logrará que no cambie características como la coloración o la

textura del fruto, esto también con el fin de no solamente garantizar la inocuidad y detener la actividad bacteriana del fruto sino una conservación extensa logrando un periodo de 6 meses, para así facilitar y garantizar la comercialización del fruto en Florida ya que es uno de los principales requerimientos de las entidades reguladoras entre los dos países, proponiendo así la combinación de estas dos técnicas para garantizar la correcta manipulación del fruto con el fin de encontrar en el mercado internacional una oportunidad en la cual se garantice una distribución permanente y poca variabilidad de los precios.

10.3 Ventaja

La Florida representa para EEUU uno de los estados con mayor porcentaje de latinos en los últimos años, aproximadamente un 68.8% de la población son de procedencia latina. Los colombianos, venezolanos y nicaragüenses representan el mayor número de cifras por lo cual esto se refleja como una ventaja ya que la población tiene conocimiento del producto y esto nos ayudaría a expandir su venta, así mismo el lulo a ser una fruta refrescante se adapta a las condiciones climáticas del entorno. Ya que en la gran parte del año presenta fuertes olas de calor.

En EE.UU el consumo de frutas per cápita crece de manera constante ya que sus habitantes tienen grandes preferencias por las frutas exóticas y orgánicas. Con el tiempo son de mayor importancia ya que son alimentos que ayudan a mejorar la salud. Hoy en día la comunidad americana trata de evitar las comidas poco saludables. (Camara de comercio de Bogota, 2015) A nivel mundial Colombia ocupa el noveno lugar como el mayor proveedor de frutas exóticas. Su ubicación y geografía hacen que su producción se de en grandes cantidades y en mayor calidad. Gracias a esto la demanda internacional de estas frutas exóticas aumenta progresivamente, las exportaciones llegaron a US\$92,75 millones entre 2018 y crecieron un 12% más en 2019.

El gobierno en el marco del TLC, está enfocado en la aprobación de productos frutales, destinando una gran cantidad de sus recursos a temas como infraestructura, procedimientos fitosanitarios, procesos de empaque, embalaje y transporte. Todo esto con el fin de poder ingresar al mercado americano. Hoy en día el centro de la Florida es el área que prefieren los latinos para radicarse y esto permitirá establecer el nicho de mercado en esta zona.

Florida no cobra impuestos de renta, consideran que el TLC con Colombia beneficiaría en gran medida a ese estado, generando empleo y aumentando las oportunidades comerciales. “Colombia es el segundo socio comercial más importante de Florida” ya que debido a este acuerdo se generarían más de 6000 empleos, teniendo en cuenta que este estado cuenta con un desempleo de más del 12%. (Núñez) (VoyagesPhoto, 2008).

11. ESTUDIO DE MERCADO

11.1 Necesidad

Es necesario tener en cuenta la posición de Colombia como exportador de lulo, aquí se identifica la cantidad exportada al año de este fruto a diferentes países, sin embargo, cabe aclarar que la exportación se realiza en diferentes presentaciones. Los datos corresponden a los presentados por Analdex quien se encarga de apoyar las exportaciones en Colombia; para el año 2016 se exportaron **US\$72.552.04**, que corresponden a **27.88** toneladas de lulo, para el año 2017 se exportaron **US\$95.861.70** es decir **33.35** toneladas. (Analdex, SA); Lo que nos muestra un crecimiento del 24% con respecto a las exportaciones del 2016. Los principales lugares de destino son Europa, Japón y Estados Unidos, sin embargo, de este último son cantidades mínimas de consumo, de allí la necesidad de abrir mejor el comercio en esa zona.

En Estados Unidos ha ido en aumento el consumo de vegetales y frutas consideradas como orgánicas o no, ya que se ha llegado a la población que busca empezar a tener una vida saludable, contribuir con el medio ambiente por lo que este comportamiento ira en aumento durante los próximos años. (Centro del Comercio Internacional (ITC), 2017), durante las importaciones del 2017 de los productos del reino vegetal en total se importaron \$44.8 Billones de dólares entre los que se encuentran piñas, aguacates, uvas, entre otros frutos. (OEC, s.f.) . Los grandes mercados en ese país buscan ofrecer frutas frescas durante todo el año por lo que buscan diferentes lugares para importar ahora México es quien le suministra gran parte de frutas, sin embargo para el caso del Lulo/Naranjilla es Ecuador un gran aliado; para el año 2016 Estados Unidos importó 8 toneladas, para los años 2017 y 2018, importó 30 y 20 toneladas respectivamente convirtiéndose así en el país a donde más llega este producto (PRO ECUADOR, s.f.)

11.2 Oferta

Como se ha dicho a lo largo de la investigación, uno de los principales productores y competidores es Ecuador, es un país que cuenta con gran variedad de productos para comercializar en el exterior, los principales países a donde exporta la Naranja son España, Estados Unidos, Países Bajos, Alemania.

Definitivamente los esfuerzos para mejorar sus exportaciones han tenido éxito y se preparan además para ofrecer estos productos con el sello de ser 100% orgánicos que son tendencia en Estados Unidos.

La forma como una empresa puede volverse exportadora es:

- Tener el documento de registro del RUC (Registro Único del Contribuyente), para evidenciar además la actividad económica.
- Además, debe contar con el registro en Ecuapass para ser exportador
 - Cumplir con todos los documentos de certificado de origen, certificado fitosanitario, declaración aduanera entre otras. (PRO ECUADOR, s.f.)

Como tal el proceso de comercialización del lulo desde Ecuador a diferentes países, se envía la pulpa de la fruta y no el fruto entero o por trozos, teniendo en cuenta las regulaciones tanto del gobierno ecuatoriano como el de país de destino, dado los acuerdos de comercio que se tienen con Estados Unidos, cuentan con varios beneficios. (Ramos, 2018). Uno de los comercializadores de este producto es Exofrut, quien realiza todo el proceso de limpieza, almacenamiento, extracción hasta llegar a la pulpa y envío de la naranja. (Ver anexo A)

11.3 Precio

11.3.1 Precios del Mercado

En la investigación realizada a través de varias fuentes consultadas se encuentra que el precio del lulo en Colombia durante los últimos 3 años ha oscilado entre \$0,40USD-\$0,60USD por kilogramo siendo menor que en Ecuador, que en este mismo periodo de tiempo evidencia costo de kilogramo de lulo entre \$0,90USD-\$1,10USD. En esta medida Colombia presentaría una ventaja competitiva en cuanto a precios para la compra de lulo como materia prima.

Son escasos los registros del precio del lulo en el mercado internacional, debido a que en la mayoría de los casos países como Colombia, Ecuador y Perú lo comercializan a través de pulpa congelada o producto en conserva. (SIPA, 2019)

Estados Unidos por su parte comercializa el producto en diferentes mercados, uno de ellos es a través de Dealers como WinnDixie, Goya, Sedanos entre otros o cadena de supermercados en donde se vende 1 kilogramo de lulo a \$8USD. (Walmart, 2020).

8.3.2 Precio de Venta

El proceso de definición de precios en este proyecto de comercialización inicia con la compra de la materia prima es decir, lulo por kilogramo a \$ 2.800COP=\$0,72USD¹ directamente al centro de acopio y distribución Castel Fruver empacado en bolsas de 200gramos de fruta entera y en trozos.

¹ Tasa de cambio 1USD= \$3.800COP. Banco de la Republica, <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/trm>

Los costos fijos asociados a nomina, arriendo de bodega, pago de servicios, entre otros que no varían con respecto a la cantidad de unidades producidas de este proyecto ascienden a \$ 9.047.000COP mensuales y se encuentran descritos (ver anexo B.)

Con relación a los costos de exportación, según la información suministrada por la Agencia de Aduanas Grupo logístico, Agencia de carga Savino del Bene y tarifas vigentes del ICA los costos de transporte, agenciamiento y aduana suman alrededor de \$ 4.507.900COP para dos pallets de producto que contienen 1000kg de fruta y teniendo en cuenta que al momento de exportar no se pagaría arancel ni IVA sobre la partida arancelaria 0810.90.90.20 frutas y frutos comestibles (ver anexo C) ; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías. Partiendo del precio de comercialización en el mercado norteamericano el proyecto contempla una utilidad de 15% y con esto el precio final de venta al mercado sería de \$4,34USD por kilogramo de fruta en presentaciones de 200gramos cada una por valor de \$ 0,87USD. (Ver anexo D)

12. ESTUDIO TECNICO

Lulo o naranjilla como se le conoce en Latinoamérica, es una fruta que se da en Colombia en departamentos como Cundinamarca, Boyacá, Valle del Cauca, Tolima y Santander, este es un fruto exótico que se puede preparar como jugo, mermelada, conservas y postres; además tiene propiedades medicinales como beneficios tonificantes y ayuda al funcionamiento de los riñones, así como es alta por su contenido en vitamina C entre otros beneficios.

Agua%	Proteína%	Carbohidratos%	Fibras%	Cenizas%	Hierro(Mg)
87	0,74	8	2,6	0,95	1,19

Tomado de Asohofrucol (s. f.). *Home* <http://www.asohofrucol.com.co>

Su cosecha es de 8 a 10 meses, para la siembra y éxito del cultivo las condiciones del clima y suelo son: Altura sobre el nivel del mar de 1.300 a 2.200 metros, temperatura entre 14 y 18 °C, humedad no mayor a 80% (DANE, 2014)

La compañía se ubicará en la ciudad de Bogotá en la zona industrial exactamente en la Calle 17 no 68D 49, tendrá en arriendo una bodega de 84m², la cual cuenta con 2 oficinas de 5m² cada una una bodega de 74m² (Ver anexo E.) la cual fue escogida como posición estratégica ya que en esta ciudad se encuentra el aliado estratégico Castel Fruver y así mismo se minimizarían costos durante el ejercicio de exportación, en la bodega se instalará un cuarto frío prefabricado de un tamaño de 7m*5m el cual conservará la temperatura de 4° el cual podrá almacenar cerca 1,5 toneladas de fruto (ver anexo F).

12.1 Empaque

Al ser un fruto poco conocido es primordial la exhibición total del producto al consumidor ya que es el principal criterio de compra, también siendo el principal objetivo del empaque proteger y conservar la fruta durante el transporte y su comercialización por lo cual se escoge el cloruro de polivinilideno (ver anexo G) el cual garantiza una barrera contra oxígeno y gases (Envapack, 2015) este será el empaque primario en presentación de 200g, posteriormente se empacará en cajas de cartón corrugado de 10,7 * 10,7 *5,3cm con 2 paquetes de 200g cada una y como empaque terciario otra caja de cartón corrugado de 40*33*6cm compatibles con los modulares internacionales de 1m * 1,2m para así empacar 9 cajas de empaque secundario en una caja de empaque terciario y 15pisos con 9 cajas de empaque terciario para un total de 2494 bolsas de 200g y un último piso de con dos cajas terciarias una con la capacidad total y otra con 6 cajas secundarias(ver anexo H)

Adicional al empaque, la etiqueta también es un factor primordial, los materiales comúnmente usados son el propalcote y polipropileno sin embargo el material que aporta transparencia para apreciar la fruta es el polipropileno el cual se usara con la información legal impresa la cual se detallara en el marco legal.

12.2 Procesos

El proceso logístico de la exportación inicia a partir de la compra directa a Castel Fruver la cual es una compañía que ofrece el producto a la puerta de la bodega de la exportadora bajo los estándares y acuerdos previos acerca de las condiciones y requisición calidad premium del fruto, por lo cual se rechazará el lulo golpeado o con algún detalle en su cascara poniendo como referencia (ver anexo I) y las condiciones de empaque que se exijan de acuerdo a las normas establecidas por el ICA y la FDA (ver anexo J) con el acuerdo de comprar mínimo 0,4 toneladas mensuales, posterior a esto se almacenara el cargamento en las bodegas para iniciar los trámites y envió de documentos a aduanas como lo son la solicitud de Token de certicámara, certificado de origen, dex y factura de mercancías con lista de empaque, después de la aprobación de aduanas, se declararan tributos, aranceles y destino lo cual toma dos días aproximadamente, posterior a esto se realiza el pago de impuestos generados por la DIAN y la solicitud de recogida por parte de la agencia de carga quienes se encargaran de transportarlo al aeropuerto y ponerlo a disposición aerolínea pre seleccionada para la posterior verificación gubernamental, posterior a esto se contactara con distribuidores o dealers quienes realizaran el pedido como la empresa T & E International Traders la cual se encarga del proceso de nacionalización y comercialización en el país de destino, esta empresa se dedica a la distribución mayoritaria de los frutos con un previo

acuerdo sin embargo no fue posible acceder a todas las condiciones comerciales ya que el ejercicio es netamente educativo y no comercial.

Grafica 2. Diagrama de Proceso



Fuente: Elaboración propia. **Deben citar la fuente de las imágenes**

12.3 Presupuesto

En cuanto a la inversión se estima un presupuesto inicial de \$69'000.000 incluido un préstamo por \$17.000.000 de libre inversión a 60 meses , lo cual corresponde a costos de constitucion \$2'893.500 (ver anexo K), adecuaciones, mobiliario, maquina de cuarto frio y equipos de computo \$16'230.000 (ver anexo L) junto con \$10'920.100 lo que corresponde a 1 mes de inventario y colchon financiero meses de operación \$ 27'137.673 lo cual corresponde a los costos fijos de los primeros 3 meses (ver anexo B).

13. ESTUDIO LEGAL

A través de una Minuta de Constitución se crea la compañía para cumplir con uno de los requisitos del código de comercio, de naturaleza privada y dedica al comercio de frutas exóticas como el lulo. La compañía tendrá como domicilio principal la ciudad de Bogotá. El capital es privado, está contemplado en un préstamo de libre inversión por una entidad financiera y ahorros de los cuatro socios de la compañía. La vigencia de la sociedad será indefinida.

Para exportar desde Colombia es requisito inscribirse en el registro único como exportador, especificada en el Registro Único Tributario - RUT.

También se debe realizar ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior, para hacer los procedimientos pertinentes ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (declaración juramentada, certificado de origen, para acceder a preferencias arancelarias). (Procolombia, 2019)

Según el Decreto No. 3075 de 1997, se debe contar con todos los requisitos necesarios para la obtención del registro sanitario, cumpliendo con las instalaciones apropiadas para conservar la cadena de comercialización de alimentos. (ICA, s.f.)

Para dar cumplimiento al Decreto 3748 de 2004 que regula sociedades de hecho que a cualquier título se dediquen a la producción, procesamiento, comercialización y venta de frutas y hortalizas en el territorio nacional, se debe establecer un contrato de compraventa o suministro de fruta con la compañía Caster Fruver, estipulando el tipo de producto, tiempos de entrega y demás condiciones.

Se debe crear un contrato de compraventa internacional para establecer los términos en los cuales se desarrollará la negociación, incluyendo datos de las partes, propósito, duración, Incoterms y demás condiciones (CCI, s.f.).

Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y Estados Unidos de América

El Acuerdo de Promoción Comercial entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América, sus cartas adjuntas y sus entendimientos fueron suscritos en Washington, el 22 de noviembre de 2006.

El proceso de exportación a Estados Unidos es bastante exigente en cuanto a la documentación que respalde la mercancía que importara el país, la inspección que se realice en el momento que llega la mercancía y la validación del cumplimiento de las regulaciones estipuladas por la ley americana.

Customs and Border Protection, CBP se encarga de controlar el ingreso de mercancías ilícitas y fraudulentas, así como de regular el cobro de los aranceles correspondientes. Por parte del exportador es fundamental documentar toda la cadena de suministros y cumplir con los procesos requeridos para que esta inspección sea exitosa. De este modo cuando se informa que una mercancía ha sido importada a los Estados Unidos es porque ha ingresado legalmente bajo 3 aspectos:

- La mercancía está en puerto/ aeropuerto.
- Se cumplió con la inspección física realizada por la CBP (este proceso incluye documentación).
- Se liquidaron y pagaron los aranceles.

En este escenario se trata de una exportación de productos para comercialización interna. Por lo cual un aspecto a tener en cuenta que manejan un proceso de ingreso formal ya que la mercancía supera los 2000USD se debe presentar la siguiente documentación:

- Manifiesto de Importación (Entry Manifest, CBP Form 7533) o la solicitud de Permisos Especiales para entrega inmediata (CBP Form 3461).
- Guía aérea.
- Factura comercial.
- Lista de empaque: la carga contiene 2 estibas. Cada estiba contiene 2192 cajas de cartón corrugado en empaque terciario el cual tienen en su interior 1296 cajas pequeñas de empaque secundario. Cada caja pequeña contiene 2 bolsas de lulo en empaque de cloruro de polivinilideno (el polipropileno al aportar transparencia permite apreciar la fruta), Envapack por 200g para un total de 5184 bolsas de lulo.
- Marcas y/o símbolos que identifican la mercancía (ver anexo M)
- Factura: bajo la Ley Arancelaria (Tariff Act), las facturas deben contener información del lugar de ingreso de la mercancía, fecha, nombre completo del comprador y vendedor, nombre de los transportistas, nombre comercial y descripción de la mercancía, cantidad, peso y medidas de la mercancía, precio del artículo en USD, valor de fletes, seguros, comisiones, costos de empaque y embalaje, país de origen de cada artículo en la moneda de la venta y país de origen. *(la factura y todos los documentos deben estar en inglés o ir acompañados de una traducción exacta).*
- Se debe presentar el formulario aduanero 7501 para determinar el arancel correspondiente a pagar dependiendo del valor total de la mercancía. Una vez liquidados y pagados se

procede al traslado de la mercancía a bodega, fabrica, distribuidor etc. Es importante mencionar que el CBD tiene 5 días hábiles para inspeccionar la mercancía y los documento para dar la autorización de levante de la misma.

14. ESTUDIO FINANCIERO

Una vez identificado el costo de materia prima y su factor de distribución en \$1.461COP, se determina una gran ventaja y a partir de los costos administrativos, financieros y de comercialización se establece el punto de equilibrio de las unidades a comercializar para cubrir mensualmente con el pago de los egresos que oscilan en COP 16MM.

Debido a la venta de 5.000,00 unidades mensuales al distribuidor, los valores del primer año de operación teniendo en cuenta un capital inicial de COP 69MM proyectando una venta total en el primer año de operación de 63.412 unidades de 200 gramos, por valor de COP 209MM menos la deducción de gastos administrativos, de operación y comercialización por COP201MM, arrojando una utilidad neta de COP 7 MM más el saldo de la inversión inicial en efectivo por valor de COP11MM para un total de COP 19MM de saldo final del ejercicio, lo cual equivale al primer año de ejercicio (ver anexo N) para que así pase a ser este el saldo inicial en el año dos y continuar la operación, sin embargo también se podrá reflejar el detalle del mes a mes donde el gradual de ventas aumenta un 1% (ver anexo O y P).

Se ha determinado que la idea de negocios es viable, a lo cual se confirma que la cantidad sugerida para cumplir con estas expectativas tendrá un incremento en ventas mensuales del 1%,

dicha cantidad se deberá analizar con el distribuidor autorizado a fin de mantener la proyección del proyecto y cantidad antes determinados.

Basados en el precio de venta del mercado, se evidencia que el precio es competitivo para ingresar al mercado, el flujo de caja anual es positivo y evidencia incremento en ventas y ganancia en utilidades, esto teniendo en cuenta que la población seleccionada es representativa y el mercado meta contiene un número mayor de población en comparación con el mercado inicial.

Dentro de la proyección se evaluó que se daría un crecimiento de más del 10% año a año, debido al posicionamiento del producto y siendo conservador en el crecimiento de este.

Indicadores de Rentabilidad

Para evaluar la viabilidad del plan de negocios, se toman como referencia los indicadores TIR y VNA, que permiten tomar decisiones para la inversión o no, para el plan de negocios este cálculo se realiza con una proyección a 3 años, basados en los flujos de efectivo y el saldo final de cada año, la TIR en este proyecto es de 37,24% es decir que es más alta que la tasa de inversión del proyecto que es 2.66%, lo cual permite aclarar que la inversión es viable.

El valor presente neto VPN o VAN se puede analizar proyectos a largo plazo por lo que se puede tomar decisiones del rendimiento del dinero para esta inversión, teniendo en cuenta la inversión inicial y los flujos de caja futuros; para el caso de este plan de negocios se puede decir que es bueno realizar el proyecto ya que su resultado es de \$66.943.774 lo cual da un valor positivo para 3 años, con una tasa de interés del 2.66% y los inversionistas estarán de acuerdo con invertir y apostarle a este proyecto.

15. CONCLUSIONES

1. Según el precio que se estableció de USD4.34 por kilo de lulo, se puede garantizar un aumento en la demanda ya que se maneja un precio competitivo lo cual permite aumentar el nicho de mercado mensualmente.
2. Teniendo en cuenta las propiedades nutricionales del lulo y el aumento de llevar una vida saludable en la población estadounidense se puede brindar un producto al alcance de todos sus habitantes y resaltar sus propiedades nutricionales.
3. El resultado de la VAN hace ver que esta inversión a largo plazo es viable y esto ayudara a aumentar la demanda del lulo en un país donde antes no era posible llegar, mejorando las exportaciones de Colombia y generando mayor oportunidad de desarrollo en el país.
4. Gracias al Acuerdo Comercial bilateral con Estados Unidos y contar con un tratado de libre comercio, este permite efectuar intercambios con beneficios arancelarios, por lo cual, la Florida (EE.UU), se convierte en un excelente destino ya que es uno de los países que más importa a gran escala frutas y verduras.
5. Después de realizar todo el plan de negocios se logra evidenciar que se mantiene una ventaja comparativa con respecto a su principal competencia que es Ecuador en temas de precio de materia prima.

6. Tomando como base en auge que tiene hoy en día el marketing digital evidenciamos que es viable emprender el proyecto ya que los clientes irán aumentando de manera progresiva, logrando un aumento en las ventas del 1% mensual y el 11% anual.

7. Aunque en la actualidad se comercializa el lulo a Estados Unidos en pulpa, esta investigación dentro de sus hallazgos evidenció que la normatividad de FDA permite la comercialización del fruto siempre y cuando se dé cumplimiento a los requisitos de conservación y embalaje. Así mismo presentando los formatos necesarios que identifican la calidad y aval del producto por la entidad regulatoria local.

16. BIBLIOGRAFIA

Agronegocios. (09 de julio de 2018). Obtenido de

<https://www.agronegocios.co/agricultura/europa-corea-y-japon-los-destinos-de-exportacion-del-lulo-colombiano-2621303>

Agronet. (24 de Julio de 2013). *Agronet*. Obtenido de [http://www.agronet.gov.co/Documents/22-](http://www.agronet.gov.co/Documents/22-LULO_2017.pdf)

[LULO_2017.pdf](http://www.agronet.gov.co/Documents/22-LULO_2017.pdf)

Amadeo, K. (14 de Diciembre de 2020). What Is Competitive Advantage? . *The Balance*.

Analdex, D. d. (SA de SA de SA). *Analdex – Asociación Nacional de Comercio Exterior*.

Obtenido de Analdex – Asociación Nacional de Comercio Exterior:

<https://www.analdex.org/2018/04/16/informe-de-exportaciones-e-importaciones-de-fruta-2017/>

Angulo, R. (2008). *Universidad Jorge Tadeo Lozano*. Bogota: Colciencias.

BancoMundial. (s.f). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/pais/colombia>

Camara de comercio de Bogota. (2015). Obtenido de

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/14317>

Cardona, D. (16 de 06 de 2016). *La patria*. Obtenido de

<https://www.lapatria.com/economia/frutas-que-aprecian-en-otros-continentes-305538>

CCI. (s.f). Obtenido de <http://www.intracen.org/itc/exportadores/modelos-de-contratos/>

Centro del Comercio Internacional (ITC). (20 de 06 de 2017). *PMA*. Obtenido de Produce

Marketing Association: <https://www.pma.com/es/Content/Articles/2017/06/Aumento-en-la-Demanda-Estadounidense-de-Frutas-Tropicales-Mexico-un-Proveedor-Clave>

Corabastos. (Enero de 2020). Obtenido de

<https://www.corabastos.com.co/sitio/historicoApp2/reportes/BoletinDescarga.php>

DANE. (Mayo de 2014). Obtenido de

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/insumos_factores_de_produccion_may_2014.pdf

DANE. (Marzo de 2018). Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/agropecuario/sistema-de-informacion-de-precios-sipsa/componente-precios-mayoristas-marzo-2018>

Dinero, R. (15 de febrero de 2018). Crecimiento del PIB de Colombia fue de 1,8% en el 2017.

Dinero.

Envapack. (06 de 01 de 2015). *Envapack*. Obtenido de <https://www.envapack.com/2015/01/221/>

Exofrut. (s.f.). Obtenido de Exofrut: <https://www.exofrut.com/proceso-pulpa-congelada.php>

Galindo, G. (2016). *EFFECT OF THE TREATMENT OF IMPREGNATING TO VACUUM*.

Medellin.

Hernandez, Y. A. (21 de Septiembre de 2018). <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/>. Obtenido de

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/22978/Yuri%20Andrea%20Martin%20Hernandez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ICA. (s.f.). Obtenido de <https://www.legiscomex.com/Documentos/pasos-para-exportar-fruta-fresca-en-colombia>

Muñoz, J., Rodríguez, L., & Criollo, H. (Jul 30, 2014). *Caracterización técnico-económica del sistema de producción de lulo (Solanum quitoense Lam.) en el departamento de Nariño .* Pasto.

Naughton, E. (5 de Febrero de 2019). *www.quora.com*. Obtenido de Why doesn't Colombia export Lulo and Freijoa to United States: <https://www.quora.com/Why-doesnt-Colombia-export-fruits-such-as-the-Lulo-or-Feijoa-to-the-United-States>

OEC. (s.f.). Obtenido de OEC: <https://oec.world/es/profile/country/usa/#Importaciones>

PRO ECUADOR. (s.f.). Obtenido de PRO ECUADOR:

<https://www.proecuador.gob.ec/monitoreo-de-exportaciones/>

PRO ECUADOR. (s.f.). Obtenido de PRO ECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>

Procolombia. (2019). Obtenido de <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/servicios/consejos-para-exportar-hacia-estados-unidos>

Ramírez, F., James, K., & Tim, D. (04 de 04 de 2018). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.1016/j>.

Ramos, J. J. (25 de 06 de 2018). *Todo Comercio Exterior*. Obtenido de Todo Comercio Exterior: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/acuerdos-comerciales-mejoran-las-exportaciones-de-fruta>

Restrepo, A., & Betancurt, M. (2017). *Coordinacion y Edicion Cientifica Sistema Productividad del Lulo*. Santa Rosa de Cabal: UNISARC.

SA. (2017). *Sinnaps*. Obtenido de Sinnaps: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodologia-cualitativa>

SA. (SA). *QUESTIONPRO*. Obtenido de QUESTIONPRO:
<https://www.questionpro.com/blog/es/como-hacer-una-investigacion-cualitativa/>

SIPA. (Diciembre de 2019). Obtenido de <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/precios-mayoristas>

Universidad Interamericana para el desarrollo. (SA de SA de SA). Obtenido de Universidad Interamericana para el desarrollo:

https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/IM/S08/IM08_Visual.pdf

Walmart. (2020). Obtenido de <https://www.walmart.com/ip/Naranjilla-10-Seeds-Tropical-Ornamental-Purple-Green-Leaves-prehistoric-looking-plant-Solanum-quitoense/108592260>

Zambonino, M. (2017). *Formas de Ingreso de Frutas del Ecuador como Mercado Pais hacia el mercado Brasileiro Caso: Narajilla*. Quito.

17. ANEXOS

Anexo A. Procesos de elaboración de jugos concentrados y pulpas



Tomado de (Exofrut, s.f.)

Anexo B. Costos fijos.

Descripcion	Valor
Nomina	\$ 5,876,832.00
Arriendo	\$ 1,600,000.00
Servicios	\$ 200,000.00
Suministros	\$ 200,000.00
Mercadeo	\$ 600,000.00
Cuota Bancaria	\$ 570,224.00
	\$ 9,047,056.00

Fuente. Elaboración propia

Anexo C. Perfil del Lulo

DIAN
POR UNA COLOMBIA MÁS HONESTA

El emprendimiento es de todos | **Minhacienda**

DIAN - MUISCA - ARANCEL

Consultas Arancel
General
Por medidas
Por código de nomenclatura
Estructura nomenclatura
Índice alfabético arancelario
Reglas generales de la nomenclatura
Por tarifa
Descripción nomenclatura arancelaria
Índice alfabético arancelario

Perfil de la mercancía

DATOS GENERALES						
Nivel Nomenclatura	Código Nomenclatura	Código Complem.	Código Suplem.	Desde	Hasta	Leg
ARIAN	0010.50.50.20			12-jul-2007	--	
Descripción	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías Las demás frutas u otros frutos, frescos - Los demás - - Los demás - - - Lulo (naranja) (Solanum quitoense)			01-ene-2012	--	
Unidad física	kg - Kilogramo			12-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			

Anterior 1 1 Siguiente

Regresar

Fuente, DIAN

Anexo D. Costos de exportación

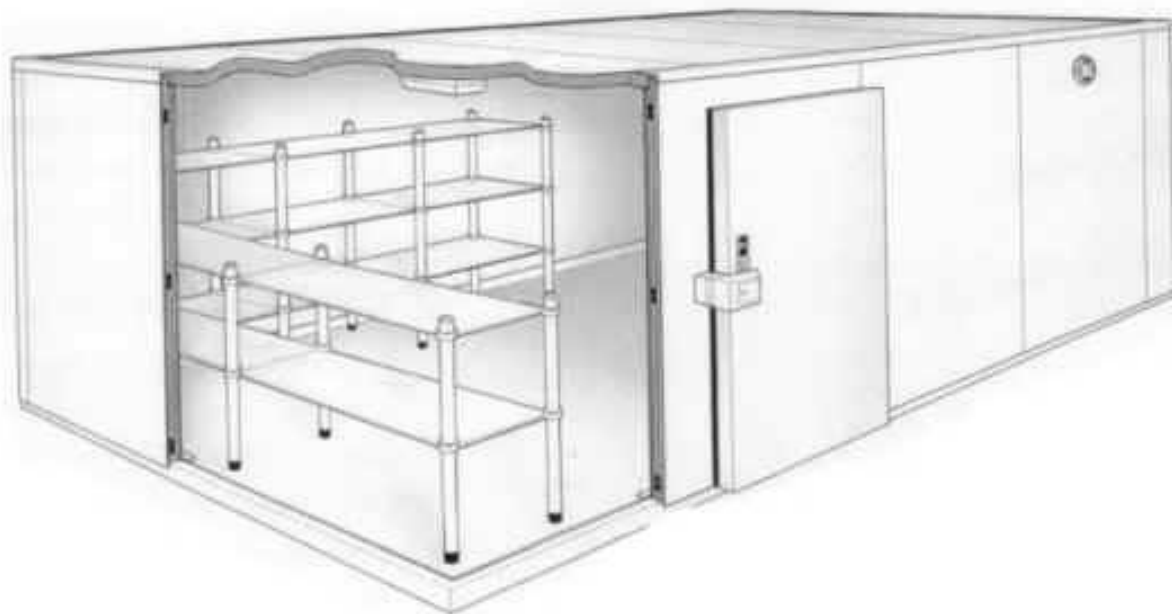
	Descripcion	Precio
Caster Fruver	1000 kg lulo	\$ 2.800.000,00
Embalaje	Estiba 120*100mm x 2	\$ 28.000,00
	Accesorios (Zuncho y stretch)	\$ 20.000,00
	Etiqueta	\$ 200.000,00
Documentos de exportacion	Certificado de Origen	\$ 95.000,00
	Certificado Fitosanitario	\$ 350.000,00
Manipulacion pre embarque	Preinspección	\$ 75.000,00
	Mano de Obra y Cajas	\$ 200.000,00
	Sellos	\$ 20.000,00
Transporte Internacional	Flete aereo Internacional	\$ 1.900.000,00
	Documentacion: reconocimiento del embarque	\$ 45.000,00
	Aduana Estados Unidos - Liberacion Guia	\$ 114.000,00
Agentes	Agente Aduanero	\$ 260.000,00
	Agente de Transporte	\$ 988.000,00
	Inspeccion ICA	\$ 75.000,00
	Total	\$ 7.170.000,00

Fuente. Elaboración propia

Anexo E. Bodega



Fuente. Elaboración propia

Anexo F. Cuarto frio

Fuente, Expopack (s.f)

Anexo G. Empaque primario

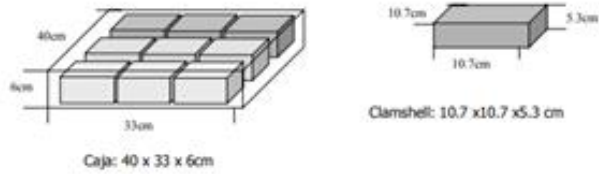


Fuente, CORABASTOS (s,f)

Anexo H. Empaque

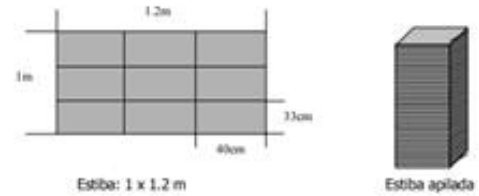


Figura 8. Distribución de clamshell en cajas



Cada caja de cartón contiene 9 clamshells

Figura 9. Distribución de cajas en estibas



Cada estiba tiene 15 pisos de cajas, cada piso con 9 cajas, y un último piso con 1 caja con su cupo total terciaria con su cupo total y otra con 6 cajas secundarias

Fuente. Elaboración propia

Anexo I Calidad Premium del lulo



Fuente, CORABASTOS (s.f)

Anexo J. Exigencias de empaque

ASPECTO	DESCRIPCIÓN
Aspectos legales	Legislación y normativa vigente en cuanto al uso de materiales de empaque en Estados Unidos.
Compatibilidad con el producto a contener	El material no debe modificar las características del producto a contener. Los alimentos no deben tomar olores o sabores del material del empaque que los contienen.
Resistencia mecánica	El material debe ser resistente a la compresión, al desgarre, a la fricción o al impacto.
Propiedades de estabilidad	Se refiere a la aptitud del empaque para no presentar modificaciones de su estructura debido al contacto con agentes externos. Se requiere que el material del empaque sea impermeable a gases, al agua, a la humedad; aislamiento térmico y aislamiento de la luz y de insectos.
Aspectos mercadológicos	Se refiere a la aptitud del empaque para promocionar las ventas, de acuerdo a los requerimientos y expectativas del consumidor final y las características del punto de venta. Los productos como las frutas requieren ser vistas por el cliente final antes de la compra, por lo cual es preferible el uso de materiales transparentes que permitan apreciar el producto.
Aspectos económicos	Costos de materiales.
Disponibilidad de empaque	Se debe considerar la disponibilidad de proveedores de los materiales de empaque a seleccionar.

Anexo K. Tramite de constitución

TRAMITE	COSTO
Registro mercantil	
Derechos de inscripción	426000
Formulario	3500
Libro fiscal	23500
Libro auxiliar	23500
Libro para Mayor y balances	23500
Libro de Actas	23500
Libro de Inventarios	23500
Tramites notariales	150000
Certificación de marca sin antecedentes	18000
Derechos de autor	7500
Formulario	1500
Concepto uso del suelo	35000
Remodelaciones sin afectar la estructura de la edificación	1.450.000
Plano de loteo	6000
Licencia de alimentos.	210500
Autorización de publicidad	30000
Copias autenticadas	185000
Registro de elementos de publicidad exterior visual tipo aviso	18000
Registro de Bomberos	35000
Facturación 1000 facturas	200000
total	2893500

Fuente. Elaboración propia

Anexo L. Inversión mobiliario, adecuaciones y maquinaria.

Descripción	Valor
Computadores portatil	4.500.000
Escritorios	1000000
Sillas	450000
Telefonos	180000
Gato muelle	760000
Impresoras	340000
Cuarto frio	7800000
Software	650000
Estantes y otros mobiliarios	550000
Total	16.230.000

Fuente. Elaboración propia

Anexo M. Sellos y requerimientos del empaque



CANTIDAD POR 200g		CUANTITY PER 200g	
Calorias	50g	Calories	50g
Grasa	0,4g	Grease	0,4g
Potacio	400mg	Potassium	400mg
Sodio	4mg	Sodium	4mg
hidrato de carbono	12g	Carbohydrate	12g
Fibra	2,2g	Fiber	2,2g
Azucar	3,7g	Sugar	3,7g
Proteina	0,8g	Protein	0,8g
Vitamina A		Vitamin A	
Calcio		Calcium	
Vitamina B6		Vitamin B6	
Vitamina C		Vitamin C	
Hierro		Iron	
Magnesio		Magnesium	

Fuente. Elaboración propia

Anexo N. Flujo de dinero anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SALDO INICIAL	\$ 11.818.727	\$ 19.882.703	\$ 42.735.917
INGRESOS			
LULO	\$ 209.259.600	\$ 235.798.200	\$ 265.706.100
TOTAL INGRESOS	\$ 209.259.600	\$ 235.798.200	\$ 265.706.100
EGRESOS			
Ejercicio y exportacion			
LULO	\$ 92.644.932	\$ 104.394.294	\$ 117.635.337
Administración	\$ 94.521.984	\$ 94.521.984	\$ 94.521.984
Comercialización	\$ 7.200.000	\$ 7.200.000	\$ 7.200.000
Financlaclón	\$ 6.828.708	\$ 6.828.708	\$ 6.828.708
TOTAL EGRESOS	\$ 201.195.624	\$ 212.944.986	\$ 226.186.029
SALDO FINAL	\$ 19.882.703	\$ 42.735.917	\$ 82.255.988

Fuente. Elaboración propia

Anexo P. Flujo de dinero mensual año 3

	AÑO 3											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SALDO INICIAL	\$ 42.735.917	\$ 45.365.837	\$ 48.111.614	\$ 50.975.087	\$ 53.958.095	\$ 57.062.477	\$ 60.286.394	\$ 63.635.363	\$ 67.105.706	\$ 70.701.101	\$ 74.425.226	\$ 78.274.403
INGRESOS												
LULO	\$ 20.951.700	\$ 21.159.600	\$ 21.370.800	\$ 21.585.300	\$ 21.803.100	\$ 22.017.600	\$ 22.242.000	\$ 22.459.800	\$ 22.684.200	\$ 22.915.200	\$ 23.139.600	\$ 23.377.200
TOTAL INGRESOS	\$ 20.951.700	\$ 21.159.600	\$ 21.370.800	\$ 21.585.300	\$ 21.803.100	\$ 22.017.600	\$ 22.242.000	\$ 22.459.800	\$ 22.684.200	\$ 22.915.200	\$ 23.139.600	\$ 23.377.200
EGRESOS												
Producción												
LULO	\$ 9.275.889	\$ 9.367.932	\$ 9.461.436	\$ 9.556.401	\$ 9.652.827	\$ 9.747.792	\$ 9.847.140	\$ 9.943.566	\$ 10.042.914	\$ 10.145.184	\$ 10.244.532	\$ 10.349.724
Administración	\$ 7.876.832	\$ 7.876.832	\$ 7.876.832	\$ 7.876.832	\$ 7.876.832	\$ 7.876.832	\$ 7.876.832	\$ 7.876.832	\$ 7.876.832	\$ 7.876.832	\$ 7.876.832	\$ 7.876.832
Comercialización	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
Financiación	\$ 569.059	\$ 569.059	\$ 569.059	\$ 569.059	\$ 569.059	\$ 569.059	\$ 569.059	\$ 569.059	\$ 569.059	\$ 569.059	\$ 569.059	\$ 569.059
TOTAL EGRESOS	\$ 18.321.780	\$ 18.413.823	\$ 18.507.327	\$ 18.602.292	\$ 18.698.718	\$ 18.793.683	\$ 18.893.031	\$ 18.989.457	\$ 19.088.805	\$ 19.191.075	\$ 19.290.423	\$ 19.395.615
SALDO FINAL	\$ 45.365.837	\$ 48.111.614	\$ 50.975.087	\$ 53.958.095	\$ 57.062.477	\$ 60.286.394	\$ 63.635.363	\$ 67.105.706	\$ 70.701.101	\$ 74.425.226	\$ 78.274.403	\$ 82.255.988

Fuente. Elaboración propia

