

**ESTUDIO ESTRATÉGICO INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE
PULPA DE FRUTA DE MARACUYÁ AL MERCADO ALEMÁN DE LA EMPRESA
AGROCACHI**

TRABAJO DE GRADO

**Presentado por:
Viviana Bernal Chinchilla
C.c. 1.016.003.642
Luis Enrique Tobar Quiñonez
C.c. 94.539.518**

**Director:
Héctor Raúl Salazar Cadena**



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C, MAYO 2010**

**ESTUDIO ESTRATÉGICO INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE
PULPA DE FRUTA DE MARACUYÁ AL MERCADO ALEMÁN DE LA EMPRESA
AGROCACHI**

**Presentado por:
Viviana Bernal Chinchilla
C.c. 1.016.003.642
Luis Enrique Tobar Quiñonez
C.c. 94.539.518**



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C, MAYO 2010**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
ASPECTOS METODOLÓGICOS	8
PROBLEMA	8
JUSTIFICACIÓN	10
OBJETIVOS	13
MARCO TEÓRICO	14
1. EMPRESA	19
1.1. Agrocachi Ltda.	19
1.2. Regionalización	19
2. PRODUCTO	21
2.1. Maracuyá	21
2.2. Generalidades	22
2.3. Composición Nutricional	23
2.4. Necesidades del Consumidor	23
2.4.1. Objetivos Nutricionales 5 al día	24
2.4.2. Beneficios Maracuyá	25
2.5. Pulpa de Fruta Maracuyá	26
2.5.1. Despulpadora	26
2.6. Proceso General	27
2.6.1. Descripción Proceso General	28
2.7. Proveedores	29
3. OPERACIONES Y LOGÍSTICA DEL MERCADO	31
3.1. Cadena de Abastecimiento	32
3.2. Información importadoras Alemanas	32
3.3. Restricciones y requerimientos especiales	34
3.4. Información Mercado Objetivo	39
3.5. Empaque	40
3.6. Transporte	41
3.6.1. Transporte Marítimo	42
3.6.1.1. Contenedor	43
3.6.2. Transporte Aéreo	44
3.7. Proceso de Ingreso de Mercancía de Exportación	44
3.8. Posición Arancelaria	45
3.9. Incoterms	47
4. ANÁLISIS FINANCIERO	50
5. CONCLUSIONES	62
BIBLIOGRAFÍA	63
ANEXOS	65

RESUMEN DE TABLAS

- TABLA 1. Cinco Fuerzas Michael Porter
- TABLA 2. Análisis DOFA
- TABLA 3. Producción Maracuyá
- TABLA 4. Contenido Nutricional Maracuyá
- TABLA 5. Importadoras Alemanas
- TABLA 6. Distribución Mercado Alemán
- TABLA 7. Proyección Indicadores
- TABLA 8. Tasa de conversión US-COP
- TABLA 9. Presupuesto de Ventas
- TABLA 10. Costo Fruta Maracuyá
- TABLA 11. Costos Fijos Agrocachi
- TABLA 12. Otros costos Agrocachi
- TABLA 13. Costos Variables Agrocachi
- TABLA 14. Costos totales proyección año 0
- TABLA 15. Costos totales proyección año 1
- TABLA 16. Costos totales proyección año 2
- TABLA 17. Costos totales proyección año 3
- TABLA 18. Balance General
- TABLA 19. Cálculo VPN Y TIR

RESUMEN DE IMÁGENES

- IMÁGEN 1. Flor y fruto Maracuyá
- IMÁGEN 2. Fruta Maracuyá
- IMÁGEN 3. Despulpadora
- IMÁGEN 4: Bidones
- IMÁGEN 5. Bidones reciclados
- IMÁGEN 6: Puerto Hamburgo
- IMÁGEN 7: Puerto de Buenaventura
- IMÁGEN 8: Contenedor refrigerado 40 pies
- IMAGEN 9. Aeropuerto Flughafen Hamburgo
- IMAGEN 10. Pagina de simulación de La Comisión Europea – Consultas del TARIC
- IMAGEN 11. Incoterms
- IMAGEN 12. Incoterms CIF

RESUMEN DE ANEXOS

ANEXO 1. Encuestas

ANEXO 2. Ficha técnica producto terminado pulpa de Maracuyá

ANEXO 3. Proceso General

ANEXO 4. Pasos básicos para realizar la Exportación

ANEXO 5. Normatividad fitosanitaria (embalaje de madera)

ANEXO 6. Horario de Trabajo en Alemania

ANEXO 7. Días festivos 2009 en Alemania

ANEXO 8. Consultas del TARIC

ANEXO 9. Solicitud de Seguro

ANEXO10. Información Cotizaciones

INTRODUCCIÓN

Este estudio nace como parte de la necesidad de la empresa Agrocachi en incursionar en Mercados Internacionales debido a que solo ha tenido proyecciones enfocadas a nivel regional, sin tener en cuenta las ventajas y oportunidades que ofrece Alemania al importar pulpa de fruta de Maracuyá de Colombia.

Así mismo, este estudio pretende que la empresa Agrocachi responda a una serie de estrategias de carácter organizacional que se requieren para posicionarse y mantenerse en un mercado Alemán cada vez más competitivo y exigente.

La comercialización internacional hacia Alemania es una oportunidad interesante que además de brindar la posibilidad de encontrar nuevos mercados, ofrece amplias ventajas a países en desarrollo estimulando el crecimiento económico y la integración en el comercio mundial.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

PROBLEMA

“En los últimos años ha existido una tendencia creciente de producción de jugos de frutas en el mundo. Dentro de la agroindustria de jugos de frutas, la producción del jugo y concentrado de Maracuyá ha tenido un comportamiento creciente, utilizándose al jugo de Maracuyá como materia prima para la preparación de jugos multivitamínicos o como reforzador de sabor de jugos de otras frutas. A nivel macroeconómico, los principales exportadores de jugo de Maracuyá son Brasil (70%), Ecuador (13%), Colombia (12%), Asia (3%) y Perú (2%)”¹.

“Alemania es el quinto productor de frutas más grande en la Unión Europea, pero aún es el más grande consumidor, ubicándose en la primera posición. En los últimos años, el consumo anual de frutas en Alemania pasó de 8,3 a 9,8 millones, incluyendo frutas congeladas y enlatadas en base a su peso fresco. Los alemanes tienden a consumir sus propias frutas frescas. En el 2003, 60.700 frutas congeladas y 599.100 enlatadas se consumieron en Alemania, con el presente de ser consumidas frescas o usadas para preparación en casa.

La posición de Alemania como el mayor consumidor de frutas de la Unión Europea depende más del tamaño de su población, que del consumo per cápita. El consumo per cápita en Alemania aún es muy inferior comparado con otros países de la Unión Europea. Además, el consumo per cápita de frutas ha venido decreciendo desde 1999, agravado por la competencia de otros dulces y pasas. Sin embargo, se comienzan a observar esfuerzos del gobierno alemán para mejorar el consumo de frutas frescas y vegetales; preocupación que surge por la obesidad, el envejecimiento y por un mayor interés en un estilo de vida saludable”².

La industria de frutas y vegetales alemanes y su comercio, junto con varias organizaciones de la salud, están promoviendo fuertemente la campaña de “5 al día”, lo que podría ayudar a estimular el consumo estancado de frutas en Alemania.

¹ INDUSTRIAS ALIMENTARIAS. El Maracuyá la fruta de la pasión.

<<http://industrias-alimentarias.blogspot.com/2008/01/el-maracuy-la-fruta-de-la-pasin.html>> [Citado en 24 de Julio de 2009]

² CEPC. Publicaciones

<http://www.cepc.es/rap/Publicaciones/Revistas/11/RECP_014_250.pdf> [Citado en 28 de Julio de 2009]

La campaña 5 al día promueve el consumo de 5 frutas y hortalizas frescas al día en el mundo, el nombre se basa en la porción mínima de consumo diario recomendada por la comunidad científica en dieta saludable. Hoy 5 al día cuenta con el apoyo de productores de frutas, instituciones públicas, centros de distribución y organizaciones privadas. Esta actividad de promoción es apoyada por organismos internacionales como la Organización Mundial de la Salud y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación.

Atendiendo la anterior situación, se desarrollará un estudio estratégico internacional que permite conocer las ventajas y oportunidades de los mercados de mayor demanda de nuestro producto pulpa de fruta de Maracuyá, que además implica la identificación de nuevas tendencias en los consumidores de esta clase de frutas exóticas que se convierte en una amplia oportunidad para las empresas en Colombia, dada las ventajas competitivas y comparativas que se han logrado en este sector.

La empresa Agrocachi desde su creación y hasta ahora, ha proyectado incursionar en mercados internacionales con el objeto de expandir su comercio a Europa donde puede aprovechar grandes oportunidades de libre comercio, algunos beneficios del “Sistema General de Preferencia”³ como la participación del comercio y reducción real de aranceles y así mismo posición y reconocimiento internacional.

La necesidad del estudio surge debido a que la empresa Agrocachi solo ha tenido proyecciones enfocadas a nivel regional sin tener en cuenta las ventajas y oportunidades que ofrece Alemania al importar pulpa de fruta de Maracuyá de Colombia, así mismo responderá a una serie de estrategias de carácter organizacional que se requieren para posicionarse y mantenerse en un mercado local cada vez saturado y presionado por distintos factores de índole económico y social.

³ COMUNIDAD ANDINA. Documentos Informativos
<<http://intranet.comunidadandina.org/Documentos/DInformativos/SGdi911.doc>> Citado en 28 de Julio de 2009]

JUSTIFICACIÓN

La importancia y la creciente necesidad de las empresas de observar más allá de sus fronteras la posibilidad de expansión comercial, permite plantear para la empresa Agrocachi un estudio estratégico internacional buscando la oportunidad de ingresar a mercados externos donde los productos naturales, exóticos propios de nuestro país tienen alta demanda.

Algunos países que exportan pulpa de fruta se ven afectados porque “uno de los obstáculos es el excesivo uso de fertilizantes y de químicos para el control de plagas, que sobrepasan los límites exigidos internacionalmente para obtener las respectivas certificaciones”⁴.

Por esta razón, Colombia cuenta con la ventaja de exportar frutas exóticas debido al buen manejo de las tierras y la calidad donde se cultiva, lo que permite tener variedad de frutas y la posibilidad de exportar a países interesados en adquirir nuestro producto sin restricciones que limiten esta práctica.

Es importante realizar un estudio estratégico internacional para la exportación de pulpa de fruta de Maracuyá a Alemania de la empresa Agrocachi porque es una ventaja competitiva que ésta empresa adquiere no solo a nivel económico sino de reconocimiento mundial.

Se resaltan los beneficios más importantes que se pueden adquirir como lo es el fuerte posicionamiento con clientes y proveedores, acceso a nuevos mercados disminuyendo el riesgo de permanecer solo en uno, aumentar la capacidad productiva con nuevas ventas, la competitividad y poder obtener alianzas estratégicas en Alemania de manera que permita tener mayor crecimiento y rentabilidad.

Es elemental para el desarrollo del estudio identificar la importancia de los negocios internacionales y los procesos que se reconocen ya que pueden facilitar estrategias empresariales, más aun cuando los índices de competencia de nuestros mercados internos presionan con el fin de generar nuevas estrategias empresariales que permitan la permanencia y el éxito organizacional.

Para conocer los negocios internacionales es necesario conocer qué beneficios nos ofrece el comercio entre los diferentes países y qué oportunidades comerciales de diferentes empresas definiendo que modalidad se pretende manejar y que estrategias la empresa está dispuesta a utilizar.

⁴ Periódico Universidad Nacional de Colombia. N° 128. ISSN 1657-0987.

“El aumento de la competencia extranjera es por sí mismo una razón para que los negocios se globalicen a fin de adquirir tamaño y destrezas que les permitan competir más eficazmente”⁵.

Internacionalizar los productos que ofrece una empresa debe ser contemplada como una gran posibilidad de crecimiento, de esta manera se adquieren nuevas ventajas competitivas y nuevos mercados que fortalecen en gran medida a la empresa.

“La exportación será, pues, durante mucho tiempo, una aspiración y una apertura al progreso para muchos países en vías de desarrollo y una práctica constante por parte de los ya industrializados”⁶.

Cuando se va importar o exportar es importante definir los mercados geográficos donde se quiere proyectar la empresa. ***“Esta selección es mucho más importante para un negocio internacional que para un negocio nacional”***⁷.

Al definir el país donde se va proyectar la empresa, es importante identificar los tipos de clientes, mercados, situación política social, procesos administrativos, organizacionales y demás aspectos importantes como la cultura que de alguna u otra manera impacten o afecten las decisiones de la empresa.

La cultura es uno de los aspectos más importantes cuando se quiere exportar a cualquier país puesto que en la mayoría de los casos implica dominar un nuevo idioma, gustos, tradiciones, costumbres, variación del clima, entre otros, de no tenerse en cuenta podría ser una amenaza para la empresa cuando inicie su proceso de exportación.

Ahora, la empresa no solo depende del crecimiento del mercado ó de las legislaciones de los demás países y su cultura sino de las preferencias de los clientes independientemente de su legislación, su conducta, sus comportamientos, sus exigencias y la variabilidad que puedan tener ellos con la llegada de nuevos competidores.

Como dice el autor Yip George S., para poder exportar se necesita estar involucrado en el mercado internacional donde haya conexiones entre países con estrategias que incluyan un componente de globalización; estas estrategias deben estar encaminadas hacia negocios multinacionales en una forma integrada.

⁵ Yip. George S. “Globalización, estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional” 1993. Grupo editorial norma.

⁶ Granell Trias Francisco. “La exportación y los mercados internacionales” 1971. Editorial Hispano Europea Barcelona.

⁷ Daniels John D. – Lee H. Radebaugh. “Negocios Internacionales” Octava Edición, 2000. Addison Wesley.

Así mismo afirma, que las diferencias entre países pueden ya sea debilitar la posición mundial, la calidad y preferencias de las empresas, como también fortalecer y potencializar algunas de estas diferencias que pueden terminar siendo un buen complemento al mejorar el nivel de vida de ambos países.

Una vez definida la estrategia base del negocio se pueden determinar demás factores críticos que lleven a la empresa a internacionalizar su estrategia tomando como posibilidad la exportación del producto que actualmente ofrece regionalmente.

“El problema se complica más aún por la diversidad de países y nacionalidades que hay que atender”⁸, por esta razón deben ser considerados con gran importancia los aspectos anteriormente mencionados que pueden afectar en algún modo a la empresa. Puesto que quien exporta depende implícitamente de cómo percibe el nuevo producto el otro país, a parte de la situación política del momento, como lo es también la tecnología y los demás competidores que ingresan fuertemente al mercado actual.

El autor Yip George S., afirma que los mercados locales están percibiendo la necesidad de expandirse internacionalmente debido a la fuerte competencia que ha incursionado en los últimos años, ésta es otra oportunidad para que la empresa Agrocachi logre atender diferentes mercados que garanticen y potencialicen a la empresa.

⁸ Yip. George S. “Globalización, estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional” 1993. Grupo editorial norma.

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar un estudio estratégico internacional para la exportación de Maracuyá como pulpa de fruta tropical hacia Alemania, para la empresa Agrocachi.

Objetivos Específicos

- ✓ Identificar por medio de las herramientas estratégicas ventajas y oportunidades que tiene la empresa Agrocachi para exportar pulpa de fruta de Maracuyá a Alemania.
- ✓ Proponer proceso estratégico para la exportación en la empresa Agrocachi a Alemania.
- ✓ Determinar cambios organizacionales para la empresa Agrocachi en su estructura que soporten un proceso exportador.

MARCO TEÓRICO

En el desarrollo del presente estudio es necesario integrar una serie de conceptos y procesos que argumenten y soporten las actividades a realizar por la empresa Agrocachi que además generan un balance entre lo académico y la práctica en el sector real, por esta razón iniciamos la descripción del Marco Teórico con la identificación del Diamante de Michael Porter y la forma como se puede integrar a nuestra propuesta.

“Michael Porter. Plantea un modelo para determinar las consecuencias de la rentabilidad de un mercado a largo plazo, por medio de la evaluación de sus objetivos y recursos frente a cinco fuerzas que rigen la competitividad”⁹.

“Las cinco fuerzas. El poder colectivo de las cinco fuerzas determina la capacidad de beneficio de un sector. Éste puede ser intenso en algunos sectores donde la rentabilidad que la empresa reciba sobre la inversión no sea muy grande y suave en otros sectores donde existen rentabilidades elevadas”¹⁰.

⁹ Porter, Michael. 1995. La Ventaja Competitiva de las Naciones. Ed. Vergara, Buenos Aires Argentina.

¹⁰ Ibid.

Tabla 1. Cinco Fuerzas Michael Porter.

	PORTER	AGROCACHI
Amenaza de entrada de nuevos competidores	“Un competidor que accede por primera vez a un sector trae consigo nuevas capacidades, un deseo de adquirir una porción del mercado y en algunas ocasiones ciertos recursos sustanciales” ¹¹ .	La entrada de nuevos competidores al mercado local reta a la empresa Agrocachi a ciertos obstáculos que pueden dificultar el desarrollo de su proceso de expansión. Con el estudio estratégico internacional planteado logrará adquirir una porción del mercado Alemán.
El poder de proveedores y compradores	“Los proveedores tienen cierto nivel de negociación sobre un sector ya que pueden usar diferentes herramientas como el aumento de precios o la reducción de calidad, del mismo modo los compradores pueden hacer que los precios bajen y exigir mayor calidad en los productos, lo que genera un choque entre todos los participantes de un sector que termina por reducir los beneficios del sector a nivel global” ¹² .	Los proveedores de la empresa Agrocachi pueden llegar a generar un choque a nivel general ya sea aumentando sus precios o reduciendo la calidad. Sin embargo, Agrocachi cuenta con una ventaja competitiva porque cosecha y comercializa sus productos sin intermediarios.

¹¹ Porter, Michael. 1995. La Ventaja Competitiva de las Naciones. Ed. Vergara, Buenos Aires Argentina.

¹² Ibid.

	PORTER	AGROCACHI
Productos sustitutos	“Los productos sustitutos que requieren mayor atención desde el punto de vista estratégico son los que manifiesten una tendencia favorable en la relación calidad-precio o los que son fabricados por sectores que obtiene beneficios mayores al sector en cuestión” ¹³ .	A diferencia de las demás frutas el Maracuyá tiene amplia gama de nutrientes esenciales que son atractivos para los consumidores alemanes, nutricionalmente posee carbohidratos como la fibra, vitaminas y minerales que son esenciales para la dieta humana.
Lucha por una posición en el mercado	“Los competidores de un sector manifiestan una rivalidad que generalmente se ve reflejada en un posicionamiento dentro del sector utilizando diversas tácticas como la competencia de precios, introducción de nuevos productos o programas de publicidad” ¹⁴ .	En el desarrollo de este estudio se identificaron algunas estrategias para incursionar en el mercado internacional de manera que permita tener mayor rentabilidad y crecimiento a largo plazo en el mercado Alemán.

¹³ Porter, Michael. 1995. La Ventaja Competitiva de las Naciones. Ed. Vergara, Buenos Aires Argentina.

¹⁴ Ibid.

Tabla 2. Análisis DOFA.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
	A nivel Nacional:
1. Existencia de solo un proveedor de la fruta Maracuyá.	1. Diversificación del consumo de frutas exóticas a Alemania.
2. Escasa investigación sobre cómo exportar hacia el mercado Alemán.	2. Cosechas netamente Colombianas.
3. Falta de experiencia de negociación internacional.	3. No existen terceros en el proceso de cosecha.
4. Canales y sistemas de distribución.	4. Reconocimiento de la empresa a nivel Internacional.
5. Definición estrategias de venta.	5. No depender exclusivamente del Mercado local.
6. Poca capacidad de producción.	6. Beneficios Fiscales.
7. Falta de presupuesto.	
8. Falta de capacitación permanente en mercados Internacionales.	
	Alemania:
	1. Ampliación del mercado de los productos a nivel internacional.
	2. Beneficio de alianzas estratégicas con importadoras alemanas.
	3. Los consumidores en Alemania tienen uno de los niveles más altos de ingresos en el mundo.
	4. La fortaleza del Euro puede ayudar a que los productos de Colombia sean más competitivos en Alemania.
FORTALEZAS	AMENAZAS
	A nivel nacional:
1. Ausencia de sustancias químicas en el proceso de	1. Competencia con experiencia en el proceso de exportación.

cosecha utilizando productos orgánicos.	
2. Amplio conocimiento de los beneficios de la fruta Maracuyá (fruta de la pasión) en diversas presentaciones.	2. Gran número de frutas sustitutas.
3. Manejo de todo el proceso productivo de la fruta Maracuyá.	3. Variedad de competidores con estructuras consolidadas para realizar el proceso industrial de fruta a pulpa.
4. Calidad en el proceso selección de la fruta Maracuyá.	4. Políticas de Gobierno.
5. Alianzas regionales.	5. Proceso Estacional.
	Alemania:
	1. Alemania es un país muy sensible al precio debido a las temporadas locales.
	2. Alemania acostumbra a comprar frutas de acuerdo a lo que está en temporada por beneficio local.
	3. Alemania cuenta con empresas importadoras bien establecidas. Los sistemas de distribución son muy desarrollados.
	4. Las tarifas de importación en Alemania de ciertos productos son altos.
	5. Distribuidores frecuentemente cobran altos honorarios por los productos.
	6. Puede ser un reto para las empresas Colombianas promover una marca en particular, debido a la popularidad de las marcas Alemanas.

1. EMPRESA

1.1. Agrocachi Ltda.

Es una empresa legalmente constituida desde el año 2000, cuenta con un centro de acopio en la Unión Valle, considerada una de las mejores regiones tecnificadas del país para el cultivo de diversos productos agrícolas, entre ellos las mejores frutas para el consumo nacional o de exportación.

La misión es llevar al paladar de los consumidores las mejores frutas que cumplan los estándares de calidad en cada variedad; además ofrece diferentes alternativas del producto de acuerdo al gusto y presupuesto.

La visión es obtener en el año 2013 un alto reconocimiento a nivel nacional e internacional por la excelente calidad de los productos que se cultivan en las diferentes regiones de Colombia.

Para su comercialización y distribución cuenta con un local en la Central de Abastos de Bogotá - Corabastos, donde suministra los productos al por mayor y al detal, además se coordina la distribución para los principales almacenes de los clientes.

Agrocachi cultiva en la Unión Valle frutas y hortalizas de excelente calidad como: Maracuyá, berenjena, granadilla, guanábana, guayaba manzana, guayaba pera, melón cantaloupe, naranja tangelo, papaya maradol, pimentón amarillo, pimentón rojo, pimentón verde y pitahaya.

1.2. Regionalización

La Unión-Valle del Cauca es uno de los municipios que posee más hectáreas de siembra de fruta de Maracuyá representando una participación de 19% de los 15 Departamentos que siembran Maracuyá a nivel Nacional. Además, por su ubicación geográfica sus cultivos son de excelente calidad por los nutrientes naturales de la tierra.

“Es así, como hoy se ha constituido La Unión Valle, en “La Despensa Hortifrutícola de Colombia”, por la variedad de cultivos de frutas y hortalizas de cuya

producción se distribuye al resto del país, siendo estos melón, papaya, mango, guayaba, Maracuyá, granadilla, lulo, entre otros.”¹⁵.

“La producción de Maracuyá es de 64.000 Tn/año, en un área de 3.800 ha, el Huila y Valle, son los Departamentos con mayor área y volumen en producción, la mayor productividad de este cultivo se encuentra en el Departamento del Quindío, seguido del Valle. Los municipios con mayor producción son: **La Unión**, Roldanillo y Toro en el Valle”¹⁶.

Tabla 3. Producción Maracuyá.

Municipio Año 2003	Área sembrada (has)	Producción (Ton.)	Rendimiento (kg/ha)
Antioquia	127	2.9581	23.291
Caldas	198	3.844	19.414
Cesar	444	7.031	13.084
Córdoba	501	7.895	15.757
Cundinamarca	250	5.000	20.000
Huila	1.206	23.976	19.881
La Guajira	20	400	20.000
Magdalena	269	2.421	9.000
Meta	579	10.359	17.900
Nariño	28	280	10.000
Norte de Santander	83	1.237	14.988
Quindío	7	115	15.862
Risaralda	32	616	19.250
Santander	295	7.495	25.407
Tolima	86	1.008	11.721
Valle	964	21.989	22.801
Total Maracuya	5.089	96.623	

Fuente: Secretarías de Agricultura Departamentales - URPAS´s, UMATA´s, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. 2003.

¹⁵ LA UNIÓN VALLE COLOMBIA. Presentación

<<http://www.launion-valle.gov.co/presentacion.shtml?apc=l1----&s=i>> [Citado en 30 de Marzo de 2010]

¹⁶ FRUTIPAZ. Maracuyá.

<<http://www.frutipaz.com/descargas%20Frutipaz/Maracuya.php>> [Citado en 1 de Abril de 2010]

2. PRODUCTO

2.1. Maracuyá

Imagen 1. Flor y fruto Maracuyá.



Fuente: www.ciat.cgiar.org

“Maracuyá es una fruta tropical o también llamada fruta de la pasión o parchita y denominada la fruta de la pasión, de un sabor un poco ácido y con aroma. Las variedades varían en el tamaño color y sabor. Actualmente 40 países utilizan la Maracuyá en el campo comercial para satisfacer la demanda interna y solo en nuestro país se han cultivado la Maracuyá amarilla y púrpura debido a la inestabilidad de los precios y apoyo del gobierno.

El nombre de Maracuyá del idioma portugués “Maracuja” que significa comida preparada en totuma. En guaraní se llama “mburucuyá” que significa “criadero de moscas”, por la dulzura del néctar que resulta atractivo para el desove de los insectos.

Proviene del Brasil, en el Amazonas, el cual es el mayor productor de esta fruta. Se cultiva en la costa y en la selva del Perú como por ejemplo en las zonas productoras de Piura y Chanchamayo. Esta se puede cultivar en zonas tropicales así como también subtropicales El Maracuyá es una planta que pertenece a la familia Pasiflorácea, es vegetativo y flor”¹⁷.

La fruta Maracuyá es cosechada en el municipio de la Unión en el departamento del Valle del Cauca por la empresa Agrocachi.

¹⁷ MARACUYA. Maracuyá
<<http://www.maracuya.org/Maracuya/1>> [Citado en 1 de Marzo de 2010]

Imagen 2. Fruta Maracuyá.



Fuente: www.fao.org

2.2. Generalidades

- ✓ **Tipo:** Fruta
- ✓ **Nombre Común:** Maracuyá
- ✓ **Nombre Científico:** *Pasiflora Edulis* Sims
- ✓ **Origen:** América
- ✓ **Familia:** Pasiflorácea
- ✓ **Género:** *Passiflora*¹⁸

¹⁸ FRUTIPAZ. Maracuyá.
<<http://www.frutipaz.com/descargas%20Frutipaz/Maracuya.php>> [Citado en 14 de Marzo de 2010]

2.3. Composición Nutricional

El contenido químico de la fruta Maracuyá en 100 gramos se compone como se muestra a continuación:

Tabla 4. Contenido Nutricional Maracuyá

Estructura		Cantidad
Calorías		78,0
Humedad	%	85,0
Proteínas	gr.	0,8
Grasa	gr.	0,6
Carbohidratos	gr.	2,4
Fibra	gr.	0,2
Calcio	mg.	5,0
Fósforo	mg.	18,0
Hierro	mg.	0,3
Vitamina A activada	mg.	684,0
Riboflavina	mg.	0,1
Ácido Ascórbico	mg.	20,0
Niacina	mg.	2,2

FUENTE: Secretaria Agricultura del Huila. Acuerdo de productividad cadena frutícola, 2006

2.4. Necesidad del Consumidor

Además de satisfacer el consumo de frutas frescas incluyendo en la ración diaria la pulpa de fruta de Maracuyá en la campaña 5 al día, Agrocachi facilita a los Alemanes el consumo y fácil preparación de postres, zumos, mermeladas y cocktails ya que la pulpa llega lista para preparar cualquier tipo de alimento ó bebida.

Incursionar la pulpa de fruta de Maracuyá en los cocktails es un mercado muy interesante ya que si bien es cierto “el alcohol en Alemania siempre ha tenido un papel central. Por una parte, fue un alimento integrado en la Edad Media, en aquel entonces el alcohol era imprescindible para la vida: era un medio que facilitaba contactos sociales y que siempre estaba presente en eventos festivos.

No sólo en carnavales o durante el Festival de la Cerveza, de Múnich, se consume mucho alcohol en Alemania. Casi 10 litros de alcohol puro consume cada alemán al año, se trata de uno de los mayores consumos al nivel mundial¹⁹.

Por esta razón es común en los habitantes de Alemania el consumo de bebidas alcohólicas siendo ésta una oportunidad de ingresar al mercado, ofreciendo la pulpa de fruta de Maracuyá para la preparación de diferentes cocktails que se consumen en Alemania.

En Alemania los hábitos de consumo han cambiando a partir de la concientización que implemento la campaña 5 al día al consumir como mínimo 5 frutas y hortalizas de alta calidad.

“5 al día es una ASOCIACIÓN sin ánimo de lucro cuyo fin consiste en fomentar el consumo diario de FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS. Su nombre se basa en la ración mínima de consumo recomendada por la comunidad científica y médica en una dieta saludable”²⁰.

2.4.1. Los Objetivos Nutricionales de 5 al día son:

“En general, los objetivos nutricionales son pautas que orientan sobre cómo debe ser la ingesta de algunos componentes de nuestra dieta que no están incluidos en las ingestas recomendadas (grasas, hidratos de carbono, fibra), pero cuya proporción en la dieta puede incidir en la salud, aunque a veces, solo son una alternativa a estas, teniendo en cuenta los hábitos alimentarios de la población (como en el caso de la proteína, cuya ingesta real en las poblaciones desarrolladas excede con mucho las ingestas recomendadas y para la cual en estas recomendaciones se da un margen mayor).

En cualquier caso, el principal objetivo de estas pautas, es intentar reducir la probabilidad de desarrollar enfermedades degenerativas y/o crónicas (cáncer, enfermedad cardiovascular, etc.) en las que se sabe están implicados estos nutrientes.

¹⁹ DEUTSCHE WELLE. Article

<<http://www.dw-world.de/dw/article/0,,5272668,00.html>> [Citado en 21 de Febrero de 2010]

²⁰ 5 AL DIA. Apartados.

<http://www.5aldia.org/v_5aldia/apartados/pl_conten3columnas.asp?te=195> [Citado en 22 de Abril de 2010]

A diferencia de las ingestas recomendadas que se establecen para los distintos grupos de población, los objetivos nutricionales suelen marcarse para toda la población y sólo en ocasiones requieren ligeras modificaciones²¹.

La campaña 5 al día es una gran oportunidad de ingresar al mercado Alemán al tener la posibilidad de incluir la pulpa de fruta de Maracuyá dentro de la porción mínima diaria de frutas y hortalizas en los habitantes de Alemania.

Los importadores al evidenciar el cambio en los hábitos de consumo de productos naturales y frutas exóticas estarán interesados en adquirir pulpa de fruta de alta calidad con el fin de incentivar una alimentación saludable por lo que Agrocachi estará dispuesta a satisfacer dichos cambios del mercado Alemán. De esta manera Agrocachi cuenta con la ventaja de vender la pulpa de fruta de Maracuyá a un mercado maduro y de consumo creciente.

2.4.2. Beneficios Maracuyá

La fruta y la planta del Maracuyá además de tener diferentes usos alimenticios tienen diferentes propiedades medicinales que contribuyen al bienestar del cuerpo humano.

“La planta seca se utiliza como medicinal para remedios problemas de ansiedad o nerviosismo. Igualmente posee propiedades adecuadas para calmar dolores corporales, como dolor muscular, dolor de cabeza ó dolor de estomago. Las propiedades analgésicas de esta planta vienen determinadas por su contenido de ácido ascórbico (Vitamina C) y tiamina.

La pectina le proporciona propiedades antitusivas, capaces de remediar la tos y el ácido ascórbico le proporciona propiedades mucolíticas. Todo ello ha sido aprovechado en el tratamiento de la bronquitis²².

²¹ Ibid.

²² BOTANICAL. Propiedades Maracuyá.

<<http://www.botanical-online.com/propiedadesmaracuya.htm>> [Citado en 28 de Marzo de 2010]

2.5. Pulpa de Fruta Maracuyá

2.5.1. Despulpadora

La pulpa de fruta de Maracuyá es natural debido a que contiene cantidades mínimas de conservantes que no alteran su sabor, color, textura y apariencia original.

El Maracuyá aporta un alto valor nutricional y es la principal fuente de vitaminas, proteínas, minerales, grasas y carbohidratos.

El proceso de transformación de la fruta de Maracuyá se realiza mediante procesos modernos donde la pulpa no pierde sus condiciones naturales como lo son el sabor, valor nutricional, textura y color.

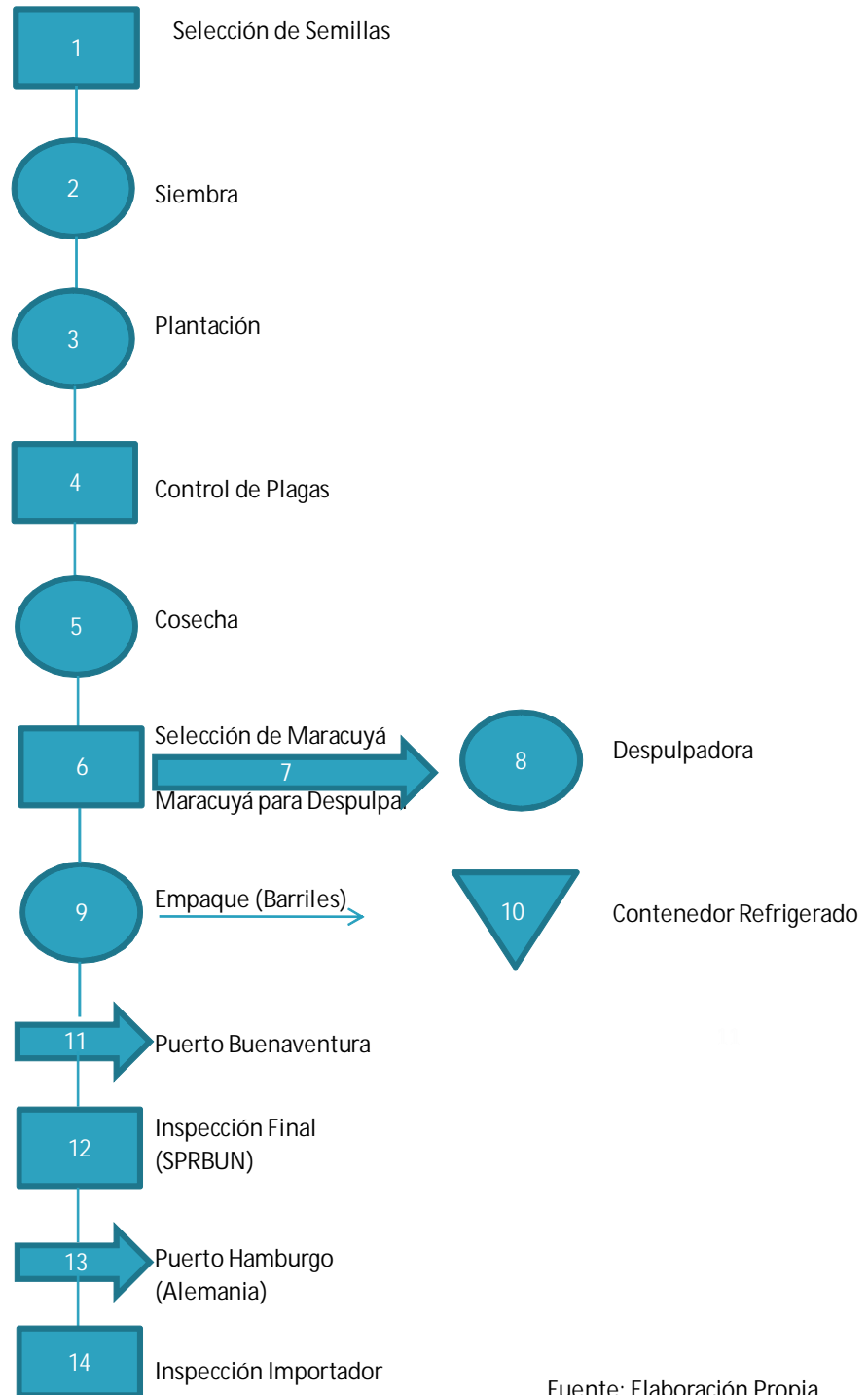
La calidad del proceso requiere de frutas exentas de enfermedades, manchas y en especial descomposición.

Imagen 3. Despulpadora.



Fuente: www.jjindustrial.com.co

2.6. Proceso General



Fuente: Elaboración Propia

2.6.1. Descripción Proceso General

Selección Semilla

El mayordomo encargado de la cosecha solicita la semilla a su proveedor de confianza a finales de abril para realizar la siembra en los meses de Mayo a Julio. Una vez llegan las semillas a la Unión Valle, los cultivadores se preparan para remojar las semillas a una temperatura entre 45° y 50° C hasta que ésta se enfríe.

Nuevamente los cultivadores dejan en remojo las semillas en canastas plásticas a una temperatura ambiente por una semana, cambiando el agua y lavando la semilla constantemente.

Durante ésta semana se adiciona ceniza vegetal ó abono verde para debilitar la estructura externa de la semilla para que tenga rápida germinación.

Las semillas de Maracuyá seleccionadas son sembradas en bolsas plásticas colocando en promedio 3 – 4 semillas. Cuando inicia el proceso de germinación en unos 35 – 40 días ésta es trasplantada cuando la plántula alcanza una altura de por lo menos 15 cms, el proceso de trasplante se realiza cuando la planta tiene entre 8 y 11 semanas.

Siembra

Luego del proceso de selección de las mejores semillas, los cultivadores adaptan el terreno y siembran las plántulas definitivamente. La distancia de la siembra utilizada es aproximadamente de 3 metros entre hileras y 5 metros entre plantas.

Plantación

Los cultivadores instalan un soporte para que en el transcurso del crecimiento de la planta está pueda ser amarrada a la espaldera con el fin de obtener un buen desarrollo de la planta de Maracuyá.

Control de plagas

Semanalmente los cultivadores para combatir la maleza eliminan manualmente ramas rastreras que dificultan el proceso de cosecha. De esta manera se evita que los frutos maduros se enreden en la maleza y caigan al suelo como naturalmente debe ser.

Adicionalmente, se combaten las larvas de insectos y gusanos dañinos con productos orgánicos que el Mayordomo adquiere con su proveedor de confianza al momento que solicita las semillas.

Cosecha

Los cultivadores recolectan la cosecha manualmente en canastas plásticas cuando el fruto del Maracuyá cae al suelo.

La recolección se realiza dos veces por semana cuando la cosecha es baja y aproximadamente cuatro veces por semana cuando es alta evitando la descomposición del Maracuyá.

Transporte

Después de una previa selección, ésta es llevada en camiones hacia la despulpadora ubicada en Yumbo - Valle en donde es recibida por funcionarios de la empresa para el respectivo proceso de despulpar la fruta.

Luego es empacada y almacenada higiénicamente en bidones a una temperatura de -18°C en contenedores refrigerados y luego es transportada por una tractomula hasta el puerto de Buenaventura manteniendo esta temperatura en todo el recorrido.

2.7. Proveedores

Agrocachi cuenta con proveedores claves quienes se encargan de abastecer a la empresa para lograr todo el proceso que implica el cultivo de la fruta Maracuyá. A continuación se muestra una lista de recursos que se necesitan para el proceso de la cosecha que finalmente logran que la empresa pueda cumplir con la promesa de venta de los clientes.

Semillas

Las semillas seleccionadas son de la mejor calidad con el objetivo de producir un jugoso fruto. La semilla del Maracuyá debe originarse de un fruto que tenga un peso superior a los 100 gramos, con color dorado penetrante, aroma intenso característico de la fruta y libre de humedad exterior, magulladuras y enfermedades.

Canastas plásticas

Las canastas plásticas son seleccionadas con características específicas para el buen transporte de las frutas, algunos criterios para la selección son la compresión de arrume, capacidad, material en polipropileno, 2 manijas, dimensiones y ganancia en espacio cuando son transportadas.

Fumigadora tradicional

La fumigadora tradicional tiene una capacidad de almacenar 20 litros, el sistema de bombeo se realiza por medio de pistón, el agitador es mecánico removible, el peso aproximado de la fumigadora es de 5.0 kg, estas características son las necesarias para la adecuada fumigación.

Palas de acero

La pala utilizada en la plantación de la fruta de Maracuyá es la pala espada porque cumple con las características necesarias para desarrollar esta operación, las dimensiones son de alto 651mm, ancho 117mm, y largo 612mm.

Arado

Antes de la etapa de siembra se debe de arar la tierra para acomodar y remover el suelo con el fin de implantar el Maracuyá. (Tractor).

Guadua

La guadua debe ser de 2.5 a 3 metros de largo de manera que se entierre a una profundidad y la guadua sobresalga al menos 2 metros.

Piola

La piola es utilizada para que el Maracuyá crezca sin ningún obstáculo y la distribución de las ramas facilite la atomización de pesticidas orgánicos. Se utilizan 2 hileras de piola entre guadua, la primer piola se instala a 1 metro del suelo y la segunda a 2 metros.

Tijeras para podar

Se utilizan tijeras de podar de 1 mano para eliminar las ramas que impiden el crecimiento natural del Maracuyá.

Guantes

Los guantes para la industria agropecuaria son utilizados para el retiro de la maleza, son resistentes a cortes y aislamiento de pesticidas orgánicos.

Elementos químicos

Los pesticidas orgánicos son obtenidos del proveedor de confianza y en la aplicación se utiliza la fumigadora tradicional cada 15 días.

Estibas

Para apilar las canastas plásticas de frutas de Maracuyá adecuadamente, la empresa utiliza estibas con larguero doble con medidas de 80 cm de largo, 115 cm de ancho y 14 cm de alto, además se solicita acabados adicionales como inmunizados y reforzamiento con tornillos para madera.

Camión

Los camiones utilizados para transportar la fruta desde la Unión-Valle hasta la despulpadora en Yumbo son propiedad de la empresa y tienen características específicas para soportar tareas exigentes, la capacidad de carga del camión debe ser de por lo menos de 10 toneladas, debe contar con una estructura de estacas para la buena distribución de la carga.

Montacargas

El montacargas debe tener una capacidad de 1,0 a 3,5 toneladas, debe estar equipada con ganchos para soportar la carga en el momento de ser transportada y con sistemas de seguridad que permiten que el operador realice acciones correctas de desplazamiento.

Despulpadora

Las despulpadoras utilizan en promedio 40 personas para el procesamiento de la pulpa, tiene una capacidad de 150 toneladas y cuenta con instalaciones apropiadas para el buen uso de la materia prima.

Operador portuario

“Empresa que presta los servicios en los puertos, directamente relacionados con la entidad portuaria; tales como cargue, descargue, almacenamiento, practicaje, remolque, estiba y desestiba, manejo terrestre o porteo de carga, dragado, clasificación, reconocimiento y usería”²³.

3. OPERACIONES Y LOGÍSTICA DEL MERCADO

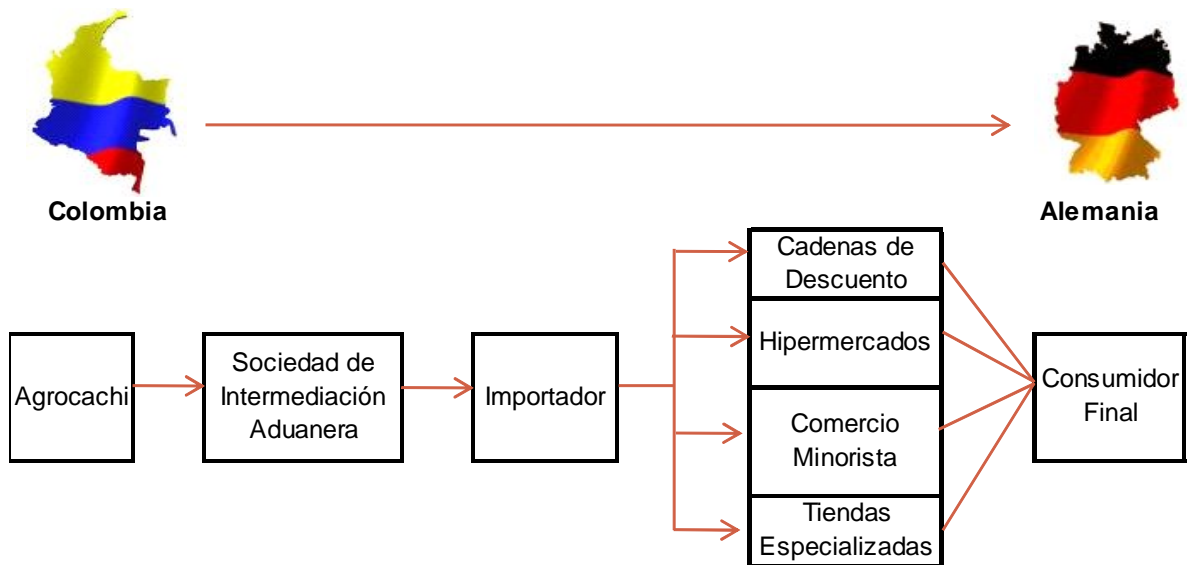
Agrocachi ofrece pulpa de fruta de Maracuyá a empresas importadoras Alemanas que actualmente mercadean frutas y hortalizas en todo el territorio Alemán. En relación a las frutas exóticas, se está ofreciendo la pulpa de Maracuyá a un mercado maduro, exigente, con alto poder adquisitivo y con creciente tendencia a comprar productos saludables y de alta calidad.

La importadora Alemana ofrece la pulpa de fruta de Maracuyá a diferentes canales de distribución eficientes y variados en Alemania.

²³ SOCIEDAD PORTUARIO REGIONAL DE BUENAVENTURA. Información para comercio exterior
<<http://www.sprbun.com/informacion-para-comercio-exterior/abc-del-comercio.php#o>> [Citado en 21 de Marzo de 2010]

Las cadenas de descuentos, hipermercados, comercio minorista y tiendas especializadas quieren adquirir altos volúmenes y abastecerse de campañas a largo plazo debido que el consumo de frutas parece incrementarse.

3.1. Cadena de Abastecimiento



Fuente: Elaboración propia

3.2. Información Importadoras Alemanas

A continuación se muestra una lista de las principales empresas importadoras, comerciantes e industrias transformadoras ubicadas en Alemania que tienen como objetivo principal la compra de frutas, pulpas y hortalizas de excelente calidad.

Tabla 5. Importadoras Alemanas.

<p>Lehmann Natur GmbH Am Churkamp 20 D - 47059 Duisburg Tel.: +49 - 203 - 932 550 Fax: +49 - 203 - 932 5599 Lehmann-Natur@t-online.de www.lehmann-natur.com (importador, distribuidor a supermercados)</p>	<p>Ernst Weber Naturkost Postfach 75 09 54 D - 81339 München Tel.: +49 - 89 - 746 3420 Fax: +49 - 89 - 746 34222 weberNK@t-online.de (importador y mayorista)</p>
<p>Naturkost Schramm Ludwig-Winter-Strasse 6 D - 77767 Appenweier Tel.: +49 - 7805 - 96680 Fax: +49 - 7805 - 966880 team@naturkost-schramm.de www.naturkost-schramm.de (importador y mayorista)</p>	<p>Landlinie Lebensmittel Vertrieb GmbH & Co. KG An der Hasenkaule 24 D - 50345 Hürth Tel.: +49 - 2233 - 974510 Fax: +49 - 2233 - 9745199 i.abeln@landlinie.de www.landlinie.de (importador y mayorista)</p>
<p>Terra Frischdienst Gross-Berliner-Damm 83 D - 12487 Berlin-Johannisthal Tel.: +49 - 30 - 631 05 16 Fax: +49 - 30 - 631 69 75 (mayorista)</p>	<p>Handelskontor Willmann GmbH Tafingerstr. 8 D - 71665 Vaihingen Tel.: +49 - 7042 - 9570 Fax: +49 - 7042 - 957129 (mayorista)</p>
<p>Dennree Versorgungs GmbH Hofer Str.11 D - 95183 Töpen Tel.: +49 - 9295 - 180 Fax: +49 - 9295 - 1850 zentrale@dennree.de (importador y mayorista)</p>	<p>Rewe AG Domstr. 20 D - 50668 Köln Tel.: +49 - 221 - 1490 Fax: +49 - 221 - 149 9000 (distribuidor y cadena de supermercados)</p>
<p>Bios Gabriele Rempe GmbH Grossmarkt-Frischezentrum D - 59010 Hamm Tel.: +49 - 2381 - 543250 Fax: +49 - 2381 - 5432540 www.bios-hamm.de (industrias transformadoras de frutas y verduras para servicios de comida)</p>	<p>Bio-Betrieb Käßplein GmbH Am Fernmeldeturm 6 D - 68753 Waghäusel Tel.: +49 - 7254 - 60975 Fax: +49 - 7254 - 950228 (industrias transformadoras de frutas y verduras para servicios de comida)</p>
<p>Beutelsbacher Fruchtsaftkellerei GmbH Birkelstr. 11 D - 71384 Weinstadt-Endersbach Tel.: +49 - 7151 - 995150 Fax: +49 - 7151 - 9951555 info@beutelsbacher.de www.beutelsbacher.de (productor de zumos)</p>	<p>Voelkel KG Pevestorf 23 D - 29478 Hühbeck Tel.: +49 - 5846 - 9500 Fax: +49 - 5846 - 95050 (productor de zumos)</p>
<p>Hipp-Werk Münchner Str. 58 D - 85276 Pfaffenhofen a.d.Ilm Tel.: +49 - 8441 - 757 481 Fax: +49 - 8441 - 757 492 (productor de alimentos para niños)</p>	<p>Grüner Punkt Naturkost GmbH Schwanenkirchner Str. 28 D - 94491 Hengersberg Tel.: +49 - 9901 - 1842 Fax: +49 - 9901 - 1875 streit@bayerwald.com (distribuidora de pulpas de fruta y aromatizantes)</p>
<p>Fuente: www.fao.org</p>	

3.3. Restricciones y Requerimientos Especiales

Algunas restricciones y requerimientos establecidos por las importadoras alemanas son las siguientes:

Seguridad Alimentaria

“Todos los ciudadanos europeos tienen derecho a una alimentación sana, variada y de calidad. Cualquier información relativa a la composición, los procesos de fabricación y la utilización de los alimentos debe ser clara y precisa. Para garantizar un alto nivel de salud pública, la Unión Europea y los Estados miembros han incluido la seguridad alimentaria entre las prioridades de la agenda política europea.

Trazabilidad

Desde el 1° de enero de 2005, La Unión Europea está exigiendo a los exportadores de alimentos contar con sistemas que garanticen la trazabilidad de los productos.

La Unión Europea ha introducido importantes cambios en la legislación de Alimentos, los cuales afectarán las exportaciones que efectúen terceros países como Colombia. En primer lugar, y a partir del 1° de enero de 2005, se están haciendo exigibles los requisitos en materia de Trazabilidad, con lo cual los exportadores de alimentos y piensos (alimentos para animales) deberán implementar en sus compañías sistemas de rastreo para los productos a lo largo de la cadena alimenticia.

Cuidado del Medio Ambiente

La contaminación no respeta las fronteras nacionales. Por esta razón, la Unión Europea desempeña un papel especial en la protección del medio ambiente. Muchos problemas medioambientales de Europa no podrían abordarse sin una acción conjunta de todos los países de la UE.

La UE ha adoptado más de 200 directivas de protección del medio ambiente que se aplican en todos los Estados miembros. La mayoría de las directivas tienen como objetivo prevenir la contaminación del agua y del aire y fomentar la eliminación de residuos. Otras cuestiones importantes son la protección de la naturaleza y la supervisión de los procesos industriales peligrosos. La UE quiere organizar el transporte, la industria, la agricultura, la pesca, la energía y el turismo de manera que puedan desarrollarse sin destruir los recursos naturales - en pocas palabras, el desarrollo sostenible.

Anti-dumping

Los gravámenes anti-dumping son impuestos aplicados a productos importados, vendidos en la UE a un precio inferior al de su mercado de origen. Cuando la industria local quede perjudicada por el producto importado, ésta podrá presentar una queja en Bruselas. Si la investigación establece la validez de la queja, se procederá a la aplicación del impuesto anti-dumping, en virtud del artículo 113 del Tratado de la UE. Estos gravámenes se podrán imponer con un plazo de aviso muy breve. Se aconseja a los exportadores informarse si existe algún gravamen de este tipo, o hay alguna investigación en marcha al respecto, previo a la exportación.

Certificado Fitosanitario

Las regulaciones fitosanitarias se aplican a productos como las frutas frescas, esto significa que un certificado fitosanitario debe ser presentado, donde se certifica que el producto salió del país exportador en condiciones saludables, libre de insectos o enfermedades.

Normas Técnicas

Se aplican los siguientes controles: Control de Calidad a la Importación (CONCAL), Inspección Sanitaria de Importación (SANIM), Inspección Fitosanitaria (FITIN), Inspección Veterinaria de Importación (VETER), (CITES) Convención Internacional que regula el comercio de Especies de Flora y Fauna en vías de Extinción.

Estándares de Calidad Europeos

En Europa existe cada vez más, mayores regulaciones en el campo de la seguridad, salud, calidad y medio ambiente. El objetivo actual y futuro del mercado Europeo, es lograr el bienestar del consumidor, y cualquier producto que cumpla con los requisitos mínimos de calidad, tiene libertad de movimiento dentro de la Unión Europea, pero debido a la cada vez mayor importancia que tiene la Calidad dentro de la Unión Europea, aquellos productos, que cumplan, los más altos estándares de Calidad, tendrán preferencia por parte de los consumidores. Los exportadores que deseen entrar al mercado Europeo, deben estar actualizados en los estrictos y cada vez mayores requerimientos de calidad por parte de la Unión Europea.

Algunos de estos requisitos se encuentran contemplados bajo la norma ISO 9000 (aplicable al establecimiento y control de un sistema de calidad) o la ISO 14000 (aplicable al cuidado del medio ambiente), son algunas de las normas ISO, que poseen las organizaciones o empresas Europeas, conscientes que el mercado demanda cada vez más, productos o servicios con las especificaciones y nivel de calidad esperados. Los sistemas de calidad ISO, cubren las áreas de compra, materias primas, diseño, planeación, producción, tiempo de entrega, empaque,

garantía, presentación, mercadeo, instrucciones de uso, servicio posventa, etc., y por lo tanto se espera que sus proveedores, se encuentren igualmente dentro de un sistema de control de calidad para su producción y despachos. El nuevo modelo ISO 9000, Serie 2000. Es una mezcla del modelo de Michael Porter y el EFQM (European Foundation of Quality Management), donde se comienza con la normalización de la forma como la organización identifica las necesidades de sus clientes y termina con la evaluación de si el cliente realmente está satisfecho con el producto o servicio.

Productos Alimenticios

El Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) se aplica para la industria de alimentos. La Directiva de la UE sobre Higiene en los productos alimenticios (93/43/EC), que se aplica desde Enero de 1996, establece que las compañías de alimentos deben identificar cada etapa dentro de sus actividades, en donde se establezca los procedimientos seguridad establecidos para el manejo de los alimentos, en cuanto al proceso, tratamiento, empaque, transporte distribución y comercialización de los mismos.

Medio Ambiente

La preocupación creciente por la preservación y protección medioambiental ha obligado a la UE a establecer nuevas normas en esta área.

Uno de los fundamentos de la política medioambiental de la UE son los tratados globales, en particular la Agenda 21 del Acuerdo de Río de Janeiro y "El Quinto Programa de Acción sobre Medio Ambiente" (1993-2000) donde se pone el énfasis en buscar soluciones en la raíz de los problemas medioambientales. Dentro de la lista de productos afectados, se encuentran los productos alimentarios frescos, alimentos elaborados, químicos, productos farmacéuticos, productos de piel, productos de madera, textiles y confecciones, productos eléctricos y mecánicos y productos minerales. Áreas especialmente sensibles, son los niveles de residuos de los pesticidas, los aditivos alimentarios, presencia de metales pesados y de contaminantes, el uso de químicos, las maderas tropicales duras, la contaminación del aire y el agotamiento de recursos no renovables.

Control de residuos de envases y embalajes

La UE ha emitido una Directiva sobre envases y embalajes y los residuos originados por los mismos (94/62/CEE). Entre otras medidas, la Directiva fija niveles máximos de concentración en los envases y embalajes de metales pesados y describe los requisitos específicos para la fabricación y composición de los mismos.

En Alemania, el comercio y la industria tienen la obligación de recoger los envases y embalajes a fin de reutilizarlos y reciclarlos. Esta norma se aplica también a los productos importados, por lo que las compañías extranjeras tienen exactamente las mismas obligaciones que las alemanas. El Punto Verde se ha convertido en el símbolo del sistema alemán de reutilización y reciclaje de residuos de envases y embalajes. El símbolo indica al consumidor que el envase o embalaje del producto puede ser utilizado o reciclado.

Etiqueta ecológica

Los productos orgánicos, o con la denominación "Eco", son productos cuya producción no tienen un impacto en el medio ambiente, y requieren de una certificación que lo compruebe, para que los consumidores al pagar un precio superior por estos productos, se aseguren que el producto fue diseñado, producido y empacado, de una forma amigable con el medio ambiente. Cada país, tiene sus organizaciones certificadoras, aunque existe la EU Ecolabel, establecida para toda la Unión Europea. Existen etiquetas ecológicas a nivel de cada país y a nivel de la Unión Europea.

Responsabilidad Social

Además de la importancia de las normas y reglamentaciones en materia de calidad, salud, seguridad y medio ambiente, las cuestiones de carácter social están adquiriendo cada vez mayor importancia tanto en los foros de negociaciones en el área del comercio, como entre los consumidores.

SA 8000

SA (Social Accountability) – Responsabilidad social, es una norma internacional de responsabilidad social. Es un estándar voluntario, que se puede aplicar dentro de cualquier tipo de organización, y dentro de cualquier tipo de sector. Esta norma se relaciona con los temas de trabajo de niños, salud, seguridad, trabajos forzados, libertad de asociación, horas laborales y compensación.

Etiqueta del comercio Justo

Las organizaciones de comercio justo promueven la creación de relaciones de comercio justas. Estas organizaciones compran café, té y otros productos como textiles y artesanías de organizaciones de productores en África, Asia y Latinoamérica. Las organizaciones de comercio justo, esperan que los productores, estén organizados democráticamente y que tengan interés en desarrollar su sector o región productiva, participación en la dirección por parte de las mujeres, estructuras políticas libres y democráticas, y la preservación y regeneración de la cultura y del ecosistema.

Existe una Etiqueta para productos provenientes del comercio Justo, la cual la llevan productos que cumplen con estándares mínimos de condiciones de trabajo y remuneración, y que son comercializados a través del comercio alternativo. El significativo aumento de la demanda de estos productos se debe no solo a que dan una mayor conciencia del medio ambiente, sino también en el ámbito social, a que también son comercializados por los canales tradicionales, reconocidos por los consumidores por la etiqueta "Fair trade".

Empaque y Etiquetado

La regulación Europea en empaque, se basa en la Norma EU Directiva 94/62/EC, donde se establece las normas de empaque para los diferentes productos, sin embargo, continua la existencia de las regulaciones nacionales, que para el caso de Alemania, se basa en el "German Packaging Act", con el cual se busca reducir el impacto de los empaque al medio ambiente, y regula el empaque para el transporte, el empaque secundario, y empaque para ventas.

Para los exportadores, es muy importante considerar el tipo de transporte que utilizará y ver la normatividad al respecto, donde para el caso de los contenedores en la Unión Europea, deben venir cajas en pallets de 80 x 120 euro pallet / 100 x 120 ó 110 x 110 drum pallet.

La responsabilidad por el marcado y etiquetado de los productos recae en el importador, que debe informar claramente al exportador sobre todas las regulaciones a cumplir, y se debe acordar con el importador o mayorista, todos los detalles de etiquetado, ya que ellos cuentan con la información relacionada a los requerimientos legales.

Prohibiciones

La importación de ciertos productos está prohibida, o sólo permitida bajo ciertas condiciones. Se imponen prohibiciones principalmente al comercio de productos peligrosos, como en el caso de residuos químicos. También pueden estar sujetos a prohibiciones por razones de salud y seguridad, las medicinas, los pesticidas, las plantas y productos alimentarios, los productos eléctricos y las plantas y animales exóticos. Dos leyes muy importantes en estas áreas son la ley relativa a residuos químicos, y la ley CITES relativa a las especies amenazadas de fauna y flora"²⁴.

²⁴ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - PROEXPORT COLOMBIA Diciembre de 2008

3.4. Información Mercado Objetivo

El tamaño aproximado del mercado objetivo de las empresas importadoras quienes abastecen el Mercado Alemán, se muestra de la siguiente manera:

Tabla 6. Distribución Mercado Alemán

Cadena de Descuento	51%
Hipermercados	25%
Comercio Minorista Tradicional	11.5%
Mercado Semanal	5%
Tiendas Especializadas	3%
Otros	4.5%
Fuente: www.icex.tv	
Fecha consulta: Abril 2010	

Cadena de Descuento

Las importadoras Alemanas abastecen 11730 Kilos de pulpa de fruta Maracuyá lo que equivale el 51% a las cadenas de descuento con frutas, pulpas y hortalizas con un amplio surtido que facilita al consumidor final adquirir variedad de estos productos en cuanto a precios bajos y marcas reconocidas por su calidad.

Hipermercados

Las importadoras Alemanas abastecen 5730 Kilos de pulpa de fruta Maracuyá lo que equivale el 25% a las grandes superficies comerciales como los hipermercados en los cuales existen diferentes tiendas por departamentos que les permite ofrecer a sus consumidores múltiples productos de diferentes partes del mundo.

Comercio Minorista Tradicional

Las importadoras Alemanas abastecen 2645 Kilos de pulpa de fruta Maracuyá lo que equivale el 11.5% al comercio minorista donde realizan promociones de diferentes tipos de productos, domicilios y ventas online.

Mercado Semanal

Las importadoras Alemanas abastecen 1150 Kilos de pulpa de fruta Maracuyá lo que equivale el 5% al mercado semanal el cual se caracteriza por vender sus productos en puntos cercanos a las casas de los consumidores en móviles para facilitar el acceso de sus productos.

Tiendas Especializadas

Las importadoras Alemanas abastecen 690 Kilos de pulpa de fruta Maracuyá lo que equivale el 3% a las tiendas especializadas quienes exhiben sus productos para que el consumidor pueda seleccionar libremente el que desee según la especialidad de la tienda.

3.5. Empaque

Imagen 4. Bidones.



Fuente: www.solostocks.com

El bidón tiene una capacidad de almacenamiento de 180 kilos, construidos de acero laminado de alta calidad para que la pulpa no sufra alteración en el transporte, tiene un recubrimiento interno para la conservación de las características físicas del Maracuyá, adicionalmente el barril tiene una tapa fija de acero para evitar el contacto con otros productos.

Una vez el importador reciba la pulpa de fruta empacada en bidones, éstos pueden ser reutilizados para el diseño de sofás reciclados para su posterior uso y así dar cumplimiento a las normas medio ambientales.

Imagen 5. Bidones reciclados.



Fuente: www.vahogallery.com

3.6. Transporte

El Transporte del producto desde el punto de producción hasta el Comercializador-Distribuidor se hará de manera multimodal, de acuerdo a la etapa de movilidad en la distribución física internacional en que este se encuentre.

Hamburgo es una de las ciudades de Alemania que cuenta con diferentes vías de acceso para el comercio internacional.

De acuerdo a información de las empresas importadoras alemanas, las vías alternas para enviar la pulpa de fruta de Maracuyá son vía marítima al Puerto de Hamburgo o vía aérea al Aeropuerto Flughafen de la misma ciudad.

3.6.1. Transporte Marítimo

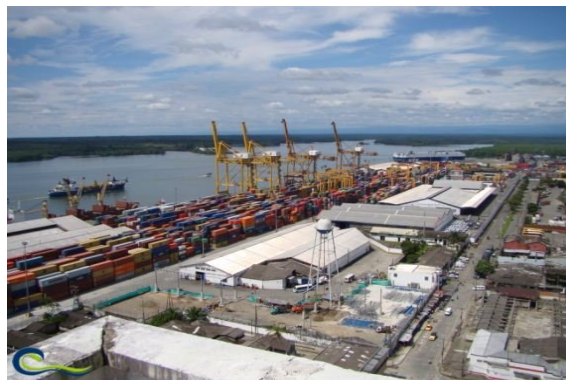
Imagen 6. Puerto Hamburgo.



Fuente: www.hamburg.costasur.com

“El puerto marítimo de Hamburgo es uno de los siete mayores puertos de carga y descarga del mundo, y el primer puerto marítimo de Europa en cuanto a superficie se refiere. En él trabajan 80 mil personas, lo que convierte a éste lugar en uno de los más destacados de Hamburgo. La ciudad bañada por el Alster y el río Elbe es también uno los mayores centros de prensa de Alemania”²⁵.

Imagen 7. Puerto Buenaventura.



Fuente: www.ccbun.org

“La Sociedad Portuaria Regional de Buenaventura S.A. es una empresa de economía mixta, regida por el derecho privado. El 83% de su participación accionaria pertenece a empresarios privados conformados por importadores,

²⁵ EL UNIVERSAL. Gráficos Animados.

<<http://www.eluniversal.com.mx/graficos/animados/germany2006/hamburgo.htm>> [Citado en 12 de Marzo de 2010]

exportadores, operadores portuarios, líneas navieras, gremios, ex trabajadores portuarios y personas naturales. El 15% restante está en manos del sector público integrado por la Alcaldía de Buenaventura y el 2% para el Ministerio de Transporte²⁶.

El transporte aéreo cuenta con una gran ventaja que es la rapidez en el servicio, sin embargo, los costos de manejo de la carga hasta el aeropuerto son considerados altos.

3.6.1.1. Contenedor

Imagen 8. Contenedor Refrigerado 40 pies.



Fuente: www.cali.olx.vom

El contenedor refrigerado es de 40 pies, cuenta con un sistema de conservación de temperatura. Pueden ir conectados al buque frigorífico o utilizar un generador de energía externo para que no se arruine la cadena de refrigeración. La capacidad de almacenamiento es de 29 toneladas aproximadamente.

²⁶ SOCIEDAD PORTUARIA REGIONAL DE BUENAVENTURA. Información Corporativa. <<http://www.sprbun.com/informacion-corporativa/corporativa/historia.php>> [Citado en 12 de Marzo de 2010]

3.6.2. Transporte Aéreo

Imagen 9. Aeropuerto Flughafen Hamburgo.



Fuente: www.aeropuertosdelmundo.com.ar

“El aeropuerto de Hamburgo es uno de los más transitados de Alemania. Opera con los principales destinos de toda Europa, algunos puntos de Medio Oriente, Estados Unidos, entre otros. Más de 12.2 millones de pasajeros lo transitaron en 2009”²⁷.

3.7. Proceso de Ingreso de Mercancías de Exportación

En el Puerto de Buenaventura la tractomula realiza el siguiente proceso:

“El vehículo se reporta al PARE con la planilla de ingreso de la DIAN (SAE), SPRBUN ingresa a MUISCA número de planilla, placa del vehículo y valida en el sistema, se le hace P-check, ingresa a módulo de exportación y descarga. Una vez ingresado, la SIA presenta documentos a la sala de análisis de Antinarcóticos.

Si el contenedor es seleccionado para inspección, se coordina con el operador portuario y el departamento Almacenaje de SPRBUN para el traslado al PARQUEADERO DE EXPORTACIONES.

Se enturna para ingreso a Bahía. Una vez efectuada la inspección, se traslada al módulo asignado. Estando en el módulo asignado un tractor entrega la carga hasta el costado del Buque y una grúa pórtico carga la mercancía a bordo del Buque para ser enviada al destino final (Alemania – Hamburgo).

²⁷ AEROPUERTOS DEL MUNDO. Aeropuertos

<<http://www.aeropuertosdelmundo.com.ar/europa/alemania/aeropuertos/hamburgo.php>> [Citado en 12 de Marzo de 2010]

Cuando la mercancía llega al Puerto de Hamburgo en Alemania ésta es recibida por una empresa importadora de frutas y hortalizas quien realiza los respectivos trámites de importación y es el responsable de la mercancía una vez es recibida en el Puerto”²⁸.

3.8. Posición Arancelaria

Arancel integrado de las Comunidades Europeas (TARIC) y Nomenclatura combinada

“El TARIC es el arancel integrado de las Comunidades Europeas (CE); recoge los tipos de los derechos de aduana y la normativa comunitaria aplicable al comercio exterior de la Comunidad. El arancel aduanero de las Comunidades Europeas tiene como base jurídica el presente Reglamento (CEE) nº 2658/87.

El TARIC permite el despacho de aduana automático de las mercancías por los Estados miembros y permite también recopilar, intercambiar y publicar de manera óptima los datos relativos a las estadísticas del comercio exterior de la Comunidad.

La nomenclatura combinada es el resultado de la fusión de las nomenclaturas del arancel aduanero común y del Nimexe (nomenclatura estadística de la Comunidad). A cada una de las subpartidas de la nomenclatura combinada corresponde un código numérico de ocho cifras. Las seis primeras cifras indican las partidas y subpartidas de la nomenclatura del sistema armonizado. Las séptima y octava cifras definen las subpartidas de la nomenclatura combinada. Las novena y décima cifras indican las subpartidas TARIC”²⁹.

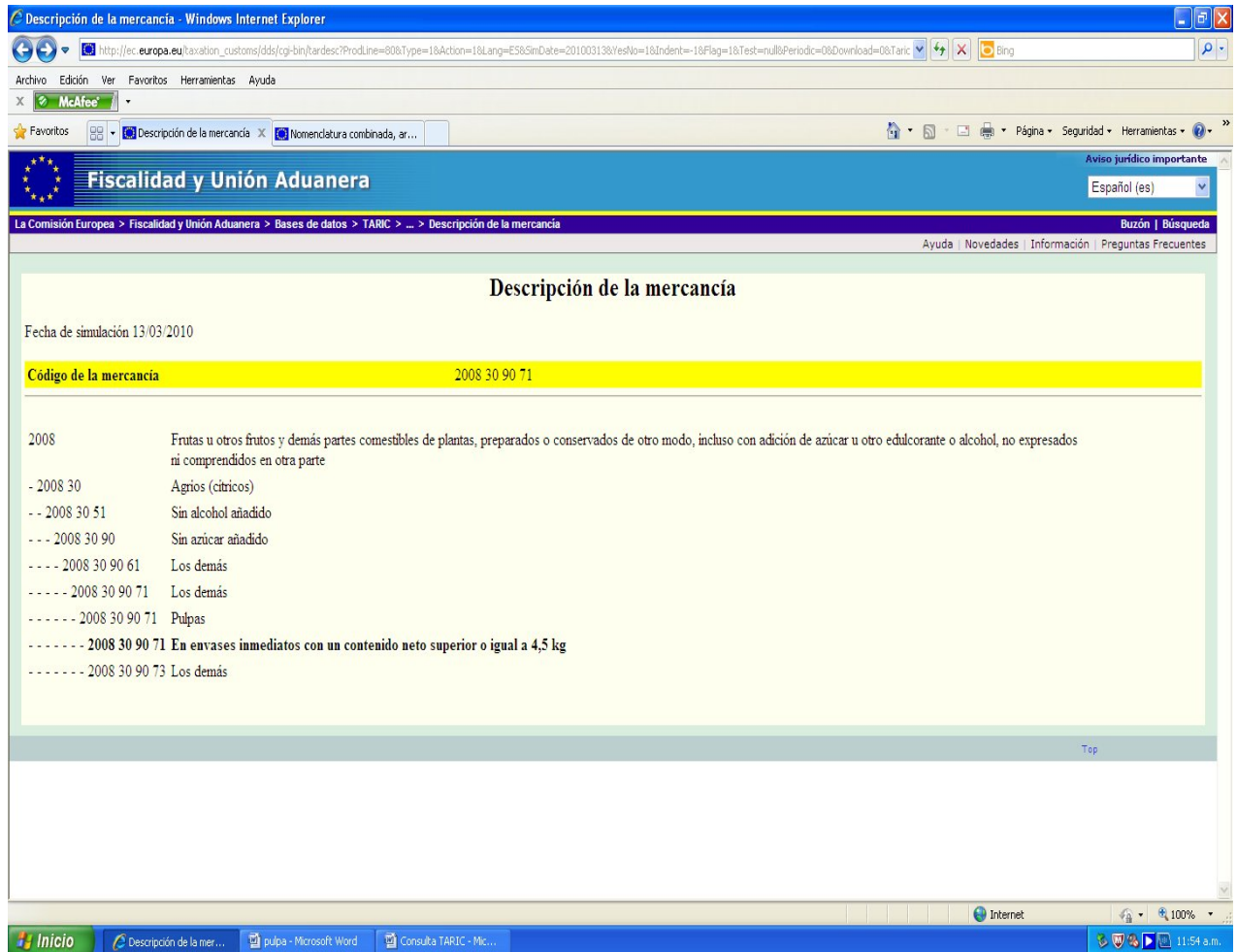
La pulpa de fruta de Maracuyá está ubicada con el código de mercancía TARIC Numero 2008 30 90 71, la descripción de la mercancía está considerada como **“Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no expresados ni comprendidos en otra parte - Agrios (cítricos) - Sin alcohol añadido - Sin azúcar añadido - Los demás -Pulpas - En envases inmediatos con un contenido neto superior o igual a 4,5 kg”**, tomando como referencia la base de datos de La Comisión Europea en el tema de Fiscalidad y Unión Aduanera.

²⁸ SOCIEDAD PORTUARIA REGIONAL DE BUENAVENTURA. Información para comercio exterior <<http://www.sprbun.com/informacion-para-comercio-exterior/exportacion.php>> [Citado en 14 de Marzo de 2010]

²⁹ SÍNTESIS DE LA LEGISLACIÓN DE LA UE. Legislación - Aduanas <http://europa.eu/legislation_summaries/customs/l11003_es.htm> [Citado en 13 de Marzo de 2010]

A manera lo conocemos a continuación:

Imagen 10. Pagina de simulación de La Comisión Europea – Consultas del TARIC



Fuente: La Comisión Europea

“En Colombia, la clasificación arancelaria se rige por la Decisión 507 de la Comisión de la Comunidad Andina la cual se refiere a la adopción de la Nomenclatura Nandina aprobada por la Decisión 381, en ella se estipula que los países miembros deben respetar la clasificación uniforme NANDINA (Clasificación Arancelaria de la Comunidad Andina, basada en el Sistema Armonizado) hasta el octavo dígito, los dos dígitos restantes son asignados por cada país, para completar la posición arancelaria a 10 dígitos”³⁰.

³⁰ Proexport. Guía para exportación.

La descripción mínima que solicita la sub partida es forma de conservación, la partida arancelaria de la pulpa de fruta de Maracuyá es 08.10.90.10.20.

Es importante la clasificación de cualquier tipo de producto ya sea un bien o servicio cuando se está desarrollando la actividad de exportación y/o importación, debido que a nivel mundial se requiere del conocimiento, descripción, codificación y características de las mercancías en su totalidad.

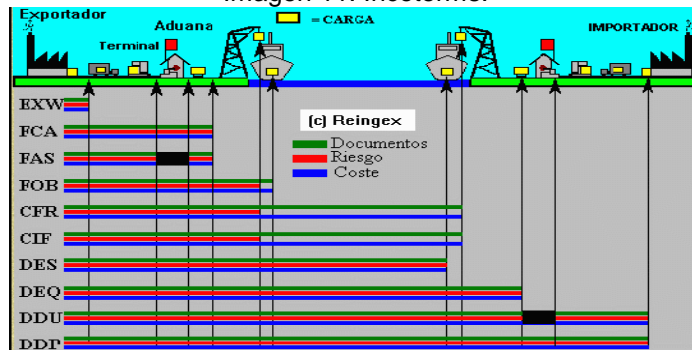
La importancia de la clasificación de las mercancías en la codificación arancelaria es definir unos parámetros específicos para cada producto, naturaleza del producto, uso del producto o sea características muy específicas para la fácil identificación de la misma.

La naturaleza de la mercancía en la identificación de la subpartida arancelaria es primordial porque nos identifica paso a paso el producto, por ejemplo si es un producto para el campo, un producto para la ciudad, etc. Utiliza códigos para una fácil caracterización de la mercancía.

3.9. Incoterms

“Los INCOTERMS establecen reglas internacionales que permiten interpretar y solucionar los problemas derivados de un conocimiento impreciso de las prácticas comerciales utilizadas en los países del comprador y vendedor, según las Reglas Oficiales de la Cámara de Comercio Internacional (CCI), para la interpretación de los términos comerciales INCOTERMS 2000”³¹.

Imagen 11. Incoterms.



Fuente: www.reingex.com

³¹ REINGEX. Cursos
<<http://www.reingex.com/>> [Citado en 15 de Abril de 2010]

Los Incoterms regulan:

La distribución de documentos.

Las condiciones de entrega de la mercancía.

La distribución de costes de la operación.

La distribución de riesgos de la operación.

CIF (Cost, Insurance and Freight) - Costo, Seguro y Flete (puerto de destino convenido)

“Significa que el vendedor entrega la mercadería cuando esta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

El vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para conducir las mercaderías al puerto de destino convenido.

En condiciones CIF el vendedor debe también contratar un seguro y pagar la prima correspondiente, a fin de cubrir los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercadería durante el transporte.

El comprador ha de observar que el vendedor está obligado a conseguir un seguro sólo con cobertura mínima. Si el comprador desea mayor cobertura necesitará acordarlo expresamente con el vendedor o bien concertar su propio seguro adicional. El término CIF exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.

Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

Obligaciones del Vendedor.

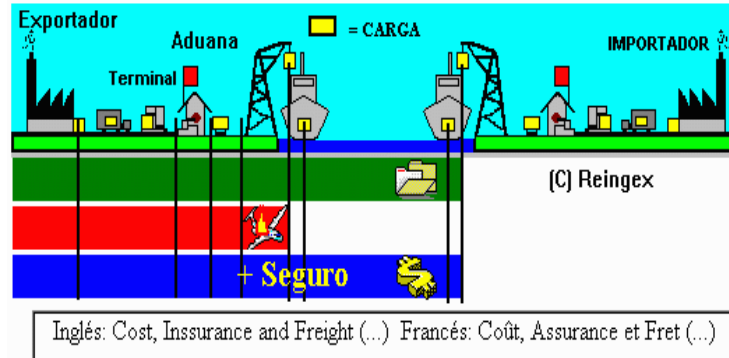
- Entregar la mercadería y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación).

Obligaciones del Comprador.

- Pago de la mercadería.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Demoras³².

³²GERENCIAS Y NEGOCIOS. Comercio Internacional

Imagen 12. Incoterms CIF.



Fuente: www.gerenciaynegocios.com

4. ANÁLISIS FINANCIERO

Para el desarrollo del presente análisis financiero se realizaron los siguientes supuestos para los cálculos apropiados que se muestran a continuación.

SUPUESTOS

Inflación

En lo que lleva el año 2010 la inflación está entre el rango de la meta que es 2.27%. Para los años siguientes se estimo que la meta de la inflación oscilará entre 2.0% y 4.0%³³.

Impuestos

El impuesto para el año 2010 se asumió a 33% según consulta al Contador público de la empresa Agrocachi. Impuestos que se calcularon para los años proyectados.

Proyección de Ventas

El incremento en las unidades de la pulpa de fruta de Maracuyá en los años proyectados se estimó en un 5%, mientras que el precio de venta se estimó según el aumento de la inflación estimada.

Depreciación

Se estimo que para los activos fijos el periodo de depreciación es 10 años.

Amortización

En tres años proyectados se estimo una tasa de interés del 17%.

Tasa de Descuento

Se estimo para la tasa de descuento el 15%.

³³ BANCO DE LA REPUBLICA. Series Estadísticas.
<<http://www.banrep.gov.co>> [Citado en 30 de Abril de 2010]

PROYECCIÓN FINANCIERA AGROCACHI

La proyección financiera permite determinar la viabilidad del proyecto al mostrar la relación que existe entre los costos y gastos de la empresa.

Tabla 7. Proyección Indicadores.

PROYECCIÓN INDICADORES						
INDICADORES	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Inflación (Variación anual)	6,00	7,18	2,10	3,98	3,84	3,82
PIB (Variación anual)	3,30	3,50	5,00	4,50	4,50	4,50
Precio del Dólar (Variación anual)	2243	2044	1928	2014	2238	2284

Tasa de Cambio

Dólar – Peso colombiano

Debido que las negociaciones y las órdenes de compra efectuadas por empresas Alemanas se van a realizar con la moneda DÓLAR, es necesario determinar la equivalencia entre el Dólar (US) y el Peso Colombiano (COP).

Tabla 8. Tasa de Conversión (US-COP).

TASA DE CONVERSIÓN	
DÓLAR (US)	PESO (COP)
1	1950,89
Fuente: Series Estadísticas - Banco de la República 24 Abril de 2010	

Presupuesto de Ventas

Según datos suministrados por Agrocachi se realizó la proyección de ventas inicial de 130 barriles anuales (180 kilos por cada barril) proyectado a 3 años.

El precio unitario para un kilogramo de fruta de Maracuyá se estableció según los costos del proyecto.

Tabla 9. Presupuesto de Ventas.

PRESUPUESTO DE VENTAS					
AÑO	UNIDADES VENDIDAS (KG)	PRECIO UNITARIO KG (COP)	VALOR TOTAL (COP)	PRECIO UNITARIO (US)	VALOR TOTAL (US)
0					
1	22400	\$ 16.722,84	\$ 374.591.606,01	11,122145	\$ 249.136,05
2	23520	\$ 21.023,98	\$ 494.483.966,77	10,5093834	\$ 247.180,70
3	24696	\$ 22.870,25	\$ 564.803.688,99	10,8126095	\$ 267.028,20

Fuente: Elaboración Propia

Costo Kilogramo Maracuyá

En Colombia la producción de Maracuyá presenta dependencia estacional por lo que es importante conocer el comportamiento variable de los precios. Regionalmente los meses que presentan mayor oferta son los comprendidos entre Enero y Abril, Agosto y Octubre.

Nacionalmente los meses que presentan mayor oferta son los comprendidos entre Junio a Octubre y Diciembre.

Estas variaciones generan alteraciones en el precio de la fruta de Maracuyá lo cual afecta los ingresos de la empresa Agrocachi.

Tabla 10. Costo fruta Maracuyá.

Mes	Costo Maracuyá (\$/kg)	Costo Maracuyá (US/kg)
Enero	1979,17	1,01
Febrero	1941,67	1,00
Marzo	2407,41	1,23
Abril	2116,67	1,08
Mayo	1685,42	0,86
Junio	1470,37	0,75
Julio	1705,56	0,87
Agosto	1705,56	0,87
Septiembre	1518,23	0,78
Octubre	2479,49	1,27
Noviembre	1147,69	0,59
Diciembre	1317,59	0,68

Fuente: SIPSA. Cálculos "Corporación Colombiana Internacional-CCI"
Fecha Investigación: Abril 25 de 2010

COSTOS DEL PROYECTO

A continuación relacionamos los costos fijos y variables de la nueva dependencia de la empresa Agrocachi que se va a encargar de manejar todo lo referente al comercio internacional.

Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos que no dependen del volumen de producción y ventas por lo tanto no presentan alteraciones de un periodo a otro.

Tabla 11. Costos Fijos Agrocachi.

AGROCACHI		
COSTOS FIJOS	VR MENSUAL	VR ANUAL
Oficina	\$ 900.000	\$ 10.800.000
Servicios Públicos	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Salarios Administrativos	\$ 5.278.022	\$ 63.336.262
Papelería	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Otros	\$ 150.000	\$ 1.800.000
TOTAL	\$ 7.028.022	\$ 84.336.262

Tabla 12. Otros costos Agrocachi.

AGROCACHI		
OTROS COSTOS	VR MENSUAL	VR ANUAL
Certificado INVIMA	\$ 2.643.667	\$ 2.643.667
Visto bueno impor. Export.	\$ 9.270	\$ 9.270
Carta de Crédito	\$ 448.615	\$ 448.615
Inspección ICA, Sanidad, Dian, Policía Antinarcóticos	\$ 682.500	\$ 682.500
Certificado de Origen	\$ 10.000	\$ 10.000
Uso Instalación SPRBUN*	\$ 191.100	\$ 191.100
Servicios Aduaneros y Trámites	\$ 547.500	\$ 547.500
Costo S.I.A	\$ 595.000	\$ 595.000
Flete	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000
Seguro Marítimo	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000
Agente Marítimo	\$ 320.000	\$ 320.000
TOTAL	\$ 12.737.652	\$ 12.737.652
* Sociedad Portuaria Regional de Buenaventura.		

Costos Variables

Los costos variables son aquellos que su valor aumenta y disminuye cada vez que la producción y las ventas aumentan por lo tanto su comportamiento es variable.

Tabla 13. Costos Variables Agrocachi.

AGROCACHI	
COSTOS VARIABLES	Costo Total
Empaque	\$ 12.999.996,00
Transporte Camión La Unión-Yur	\$ 275.000,00
Transporte Tractomula Yumbo-B	\$ 515.000,00
Producción Despulpadora	\$ 8.373.495,00
Máquila	\$ 3.360.600,00
TOTAL	\$ 25.524.091,00
Nota: El costo del transporte sólo incluye el rubro del combustible y el peaje debido que Agrocachi cuenta con su propios camiones y tractomulas.	

COSTOS TOTALES DE PROYECCIÓN AÑO 0

Tabla 14. Costos totales de proyección año 0

AGROCACHI LTDA												
COSTOS TOTALES AÑO 0												
kilos Pulpa de Maracuyá	1866,67											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costos Materia Prima												
Materia Prima Maracuyá	\$ 3.694.451	\$ 3.624.451	\$ 4.493.832	\$ 3.951.117	\$ 3.146.117	\$ 2.744.691	\$ 3.183.712	\$ 3.183.712	\$ 2.834.029	\$ 4.628.381	\$ 2.142.355	\$ 2.459.501
Costos Administrativos												
Oficina	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000
Servicios Públicos	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000
Salarios Administrativos	\$ 5.278.022	\$ 5.278.022	\$ 5.278.022	\$ 5.278.022	\$ 5.278.022	\$ 5.278.022	\$ 5.278.022	\$ 5.278.022	\$ 5.278.022	\$ 5.278.022	\$ 5.278.022	\$ 5.278.022
Papelería	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000	\$ 350.000
Otros	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Registro INVIMA y Visto bueno de exp.	\$ 2.652.937	\$ 2.652.937	\$ 2.652.937	\$ 2.652.937	\$ 2.652.937	\$ 2.652.937	\$ 2.652.937	\$ 2.652.937	\$ 2.652.937	\$ 2.652.937	\$ 2.652.937	\$ 2.652.937
Costo Total	\$ 10.722.472	\$ 10.652.472	\$ 11.521.854	\$ 10.979.139	\$ 10.174.139	\$ 9.772.712	\$ 10.211.734	\$ 10.211.734	\$ 9.862.051	\$ 11.656.403	\$ 9.170.376	\$ 9.487.523

COSTOS TOTALES DE PROYECCIÓN AÑO 1

Tabla 15. Costos totales de proyección año 1

AGROCACHI LTDA												
COSTOS TOTALES AÑO 1												
kilos Pulpa de Maracuyá	1866,67											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costos Administrativos												
Oficina	\$ 945.000	\$ 945.000	\$ 945.000	\$ 945.000	\$ 945.000	\$ 945.000	\$ 945.000	\$ 945.000	\$ 945.000	\$ 945.000	\$ 945.000	\$ 945.000
Servicios Públicos	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500
Salarios Administrativos	\$ 5.513.581	\$ 5.513.581	\$ 5.513.581	\$ 5.513.581	\$ 5.513.581	\$ 5.513.581	\$ 5.513.581	\$ 5.513.581	\$ 5.513.581	\$ 5.513.581	\$ 5.513.581	\$ 5.513.581
Papelería	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500	\$ 367.500
Otros	\$ 157.500	\$ 157.500	\$ 157.500	\$ 157.500	\$ 157.500	\$ 157.500	\$ 157.500	\$ 157.500	\$ 157.500	\$ 157.500	\$ 157.500	\$ 157.500
Costos Exportacion												
Carta de Crédito	\$ 448.615	\$ 448.615	\$ 448.615	\$ 448.615	\$ 448.615	\$ 448.615	\$ 448.615	\$ 448.615	\$ 448.615	\$ 448.615	\$ 448.615	\$ 448.615
Inspección, Sanidad, Dian, Policia Antinarcoticos	\$ 682.500	\$ 682.500	\$ 682.500	\$ 682.500	\$ 682.500	\$ 682.500	\$ 682.500	\$ 682.500	\$ 682.500	\$ 682.500	\$ 682.500	\$ 682.500
Certificado de Origen	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000
Uso Instalación SPRBUN	\$ 191.100	\$ 191.100	\$ 191.100	\$ 191.100	\$ 191.100	\$ 191.100	\$ 191.100	\$ 191.100	\$ 191.100	\$ 191.100	\$ 191.100	\$ 191.100
Servicios Aduaneros y Trámites	\$ 547.500	\$ 547.500	\$ 547.500	\$ 547.500	\$ 547.500	\$ 547.500	\$ 547.500	\$ 547.500	\$ 547.500	\$ 547.500	\$ 547.500	\$ 547.500
Costo S.I.A	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 595.000	\$ 595.000
Seguro Marítimo	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000
Agente Marítimo	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000
Costos Transporte												
Transporte Camión La Unión-Yumbo	\$ 275.000	\$ 275.000	\$ 275.000	\$ 275.000	\$ 275.000	\$ 275.000	\$ 275.000	\$ 275.000	\$ 275.000	\$ 275.000	\$ 275.000	\$ 275.000
Transporte Tractomula Yumbo-Buenaventura	\$ 515.000	\$ 515.000	\$ 515.000	\$ 515.000	\$ 515.000	\$ 515.000	\$ 515.000	\$ 515.000	\$ 515.000	\$ 515.000	\$ 515.000	\$ 515.000
Flete P. SPRBUN - P. Hamburgo	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000	\$ 6.240.000
Costos Pulpa y Empaque												
Máquina fruta maracuyá	\$ 3.360.600	\$ 3.360.600	\$ 3.360.600	\$ 3.360.600	\$ 3.360.600	\$ 3.360.600	\$ 3.360.600	\$ 3.360.600	\$ 3.360.600	\$ 3.360.600	\$ 3.360.600	\$ 3.360.600
Empaque sin bidón	\$ 8.373.495	\$ 8.373.495	\$ 8.373.495	\$ 8.373.495	\$ 8.373.495	\$ 8.373.495	\$ 8.373.495	\$ 8.373.495	\$ 8.373.495	\$ 8.373.495	\$ 8.373.495	\$ 8.373.495
Costo bidón	\$ 1.083.333	\$ 1.083.333	\$ 1.083.333	\$ 1.083.333	\$ 1.083.333	\$ 1.083.333	\$ 1.083.333	\$ 1.083.333	\$ 1.083.333	\$ 1.083.333	\$ 1.083.333	\$ 1.083.333
Costo Total	\$ 31.043.224	\$ 31.043.224	\$ 31.043.224	\$ 31.043.224	\$ 31.043.224	\$ 31.043.224	\$ 31.043.224	\$ 31.043.224	\$ 31.043.224	\$ 31.043.224	\$ 31.043.224	\$ 31.043.224

COSTOS TOTALES DE PROYECCIÓN AÑO 2

Tabla 16. Costos totales de proyección año 2

AGROCACHI LTDA												
COSTOS TOTALES AÑO 1												
kilos Pulpa de Maracuyá	1960											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costos Materia Prima												
Materia Prima Maracuyá	\$ 3.879.173	\$ 3.805.673	\$ 4.718.524	\$ 4.148.673	\$ 3.303.423	\$ 2.881.925	\$ 3.342.898	\$ 3.342.898	\$ 2.975.731	\$ 4.859.800	\$ 2.249.472	\$ 2.582.476
Costos Administrativos												
Oficina	\$ 990.000	\$ 990.000	\$ 990.000	\$ 990.000	\$ 990.000	\$ 990.000	\$ 990.000	\$ 990.000	\$ 990.000	\$ 990.000	\$ 990.000	\$ 990.000
Servicios Públicos	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000
Salarios Administrativos	\$ 5.960.021	\$ 5.960.021	\$ 5.960.021	\$ 5.960.021	\$ 5.960.021	\$ 5.960.021	\$ 5.960.021	\$ 5.960.021	\$ 5.960.021	\$ 5.960.021	\$ 5.960.021	\$ 5.960.021
Papelería	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000	\$ 385.000
Otros	\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 165.000	\$ 165.000
Costos Exportacion												
Carta de Crédito	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421
Inspección, Sanidad, Dian, Policia												
Antinarcoticos	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664
Certificado de Origen	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000
Uso Instalación SPRBUN	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702
Servicios Aduaneros y Trámites	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176
Costo S.I.A	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422
Seguro Marítimo	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790
Agente Marítimo	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736
Costos Transporte												
Transporte Camión La Unión-Yumbo	\$ 325.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000
Transporte Tractomula Yumbo-Buenaventura	\$ 615.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000
Flete P. SPRBUN - P. Hamburgo	\$ 7.240.000	\$ 7.240.000	\$ 7.240.000	\$ 7.240.000	\$ 7.240.000	\$ 7.240.000	\$ 7.240.000	\$ 7.240.000	\$ 7.240.000	\$ 7.240.000	\$ 7.240.000	\$ 7.240.000
Costos Pulpa y Empaque												
Máquina fruta maracuyá	\$ 3.668.414	\$ 3.668.414	\$ 3.668.414	\$ 3.668.414	\$ 3.668.414	\$ 3.668.414	\$ 3.668.414	\$ 3.668.414	\$ 3.668.414	\$ 3.668.414	\$ 3.668.414	\$ 3.668.414
Empaque sin bidón	\$ 9.140.466	\$ 9.140.466	\$ 9.140.466	\$ 9.140.466	\$ 9.140.466	\$ 9.140.466	\$ 9.140.466	\$ 9.140.466	\$ 9.140.466	\$ 9.140.466	\$ 9.140.466	\$ 9.140.466
Costo bidón	\$ 1.088.333	\$ 1.088.333	\$ 1.088.333	\$ 1.088.333	\$ 1.088.333	\$ 1.088.333	\$ 1.088.333	\$ 1.088.333	\$ 1.088.333	\$ 1.088.333	\$ 1.088.333	\$ 1.088.333
Costo Total	\$ 37.851.318	\$ 37.907.818	\$ 38.820.668	\$ 38.250.818	\$ 37.405.568	\$ 36.984.070	\$ 37.445.042	\$ 37.445.042	\$ 37.077.875	\$ 38.961.945	\$ 36.351.617	\$ 36.684.621

COSTOS TOTALES DE PROYECCIÓN AÑO 3

Tabla 17. Costos totales de proyección año 3

AGROCACHI LTDA												
COSTOS TOTALES AÑO 1												
kilos Pulpa de Maracuyá	2058											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costos Materia Prima												
Materia Prima Maracuyá	\$ 4.073.132	\$ 3.995.957	\$ 4.954.450	\$ 4.356.107	\$ 3.468.594	\$ 3.026.021	\$ 3.510.042	\$ 3.510.042	\$ 3.124.517	\$ 5.102.790	\$ 2.361.946	\$ 2.711.600
Costos Administrativos												
Oficina	\$ 1.035.000	\$ 1.035.000	\$ 1.035.000	\$ 1.035.000	\$ 1.035.000	\$ 1.035.000	\$ 1.035.000	\$ 1.035.000	\$ 1.035.000	\$ 1.035.000	\$ 1.035.000	\$ 1.035.000
Servicios Públicos	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500
Salarios Administrativos	\$ 6.390.758	\$ 6.390.758	\$ 6.390.758	\$ 6.390.758	\$ 6.390.758	\$ 6.390.758	\$ 6.390.758	\$ 6.390.758	\$ 6.390.758	\$ 6.390.758	\$ 6.390.758	\$ 6.390.758
Papelaria	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500	\$ 402.500
Otros	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500	\$ 172.500
Costos Exportacion												
Carta de Crédito	\$ 473.776	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421	\$ 461.421
Inspección, Sanidad, Dian, Policia Antinarcoticos	\$ 735.872	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664	\$ 709.664
Certificado de Origen	\$ 16.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000	\$ 13.000
Uso Instalación SPRBUN	\$ 206.036	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702	\$ 198.702
Servicios Aduaneros y Trámites	\$ 595.984	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176	\$ 572.176
Costo S.IA	\$ 664.598	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422	\$ 630.422
Seguro Marítimo	\$ 1.132.110	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790	\$ 1.091.790
Agente Marítimo	\$ 345.024	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736	\$ 332.736
Costos Transporte												
Transporte Camión La Unión-Yumbo	\$ 395.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ 375.000
Transporte Tractomula Yumbo-Buenaventura	\$ 735.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000	\$ 695.000
Flete P. SPRBUN - P. Hamburgo	\$ 8.440.000	\$ 8.440.000	\$ 8.440.000	\$ 8.440.000	\$ 8.440.000	\$ 8.440.000	\$ 8.440.000	\$ 8.440.000	\$ 8.440.000	\$ 8.440.000	\$ 8.440.000	\$ 8.440.000
Costos Pulpa y Empaque												
Máquila fruta maracuyá	\$ 3.999.746	\$ 3.999.746	\$ 3.999.746	\$ 3.999.746	\$ 3.999.746	\$ 3.999.746	\$ 3.999.746	\$ 3.999.746	\$ 3.999.746	\$ 3.999.746	\$ 3.999.746	\$ 3.999.746
Empaque sin bidón	\$ 9.966.033	\$ 9.966.033	\$ 9.966.033	\$ 9.966.033	\$ 9.966.033	\$ 9.966.033	\$ 9.966.033	\$ 9.966.033	\$ 9.966.033	\$ 9.966.033	\$ 9.966.033	\$ 9.966.033
Costo bidón	\$ 1.093.333	\$ 1.093.333	\$ 1.093.333	\$ 1.093.333	\$ 1.093.333	\$ 1.093.333	\$ 1.093.333	\$ 1.093.333	\$ 1.093.333	\$ 1.093.333	\$ 1.093.333	\$ 1.093.333
Costo Total	\$ 41.274.901	\$ 40.978.236	\$ 41.936.729	\$ 41.338.386	\$ 40.450.874	\$ 40.008.301	\$ 40.492.322	\$ 40.492.322	\$ 40.106.797	\$ 42.085.070	\$ 39.344.225	\$ 39.693.879

La tabla número 14 muestra los costos totales que incurre la nueva dependencia de la empresa Agrocachi incluyendo los costos de materia prima de la fruta Maracuyá y los costos administrativos; sin incluir los costos de la etapa de instalación y desarrollo del cultivo, la etapa productiva y otros costos del proceso de siembra ya que corresponden a costos de años anteriores que ha venido manejando la empresa para su producción y comercialización local y regional independientemente del proceso de exportación.

Por consiguiente, en los costos de materia prima de la fruta de Maracuyá sólo se cálculo el costo de los kilogramos adicionales que se requieren para el proceso de exportación.

La tabla número 15 muestra los costos administrativos, costos de exportación, costos de transporte, costos de la despulpadora de la fruta de Maracuyá y costos de empaque que se requieren para incursionar en el mercado Alemán.

Los costos administrativos proyectados del año 0 al año 3 han tenido un incremento del 5% debido a estimaciones del aumento en los gastos según información suministrada por la empresa.

Los costos de exportación del año 1 se calcularon según información recibida por un agente quién obtuvo la cotización física en la Sociedad Portuaria Regional de Buenaventura.

El incremento en los costos de exportación en el año 2 se estimó según la tasa de inflación del correspondiente año y así mismo se estimo para el año 3.

El incremento del transporte se estimo según información suministrada por la empresa debido que cuenta con sus propios camiones y tractomulas, sin embargo, se realizaron estimaciones del aumento del combustible y peajes en los correspondientes trayectos.

Los costos de la despulpadora del año 1 fueron suministrados por el Ingeniero de Alimentos Moncada Rodríguez quien envió cotización de los costos de producción, maquila, tiempo de entrega, costo de empaque sin incluir empaque de la despulpadora.

El incremento del año 2 se estimo según la tasa de inflación correspondiente a ese año y así mismo se realizó para el año 3.

Tabla 18. Balance General

BALANCE GENERAL				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Reservas		\$ -	\$ -	\$ -
Cuentas por cobrar		\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversiones		\$ 111.263.164	\$ 101.562.693	\$ 51.512.132
Inventarios			\$ 45.179.294	\$ 133.387.626
Muebles y enseres Nueva Oficina	\$ 75.695.155	\$ 75.695.155	\$ 75.695.155	\$ 75.695.155
Depreciación Acumulada		\$ 7.569.516	\$ 15.139.031	\$ 22.708.547
ACTIVOS TOTALES	\$ 75.695.155	\$ 179.388.804	\$ 207.298.111	\$ 237.886.367
Cuentas por pagar		\$ 0	\$ 0	\$ 0
Cuentas por pagar y gastos		\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuestos por pagar		\$ 36.614.960	\$ 48.628.416	\$ 62.002.501
Obligaciones Financieras	\$ 25.695.155	\$ 18.434.381	\$ 9.939.274	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 25.695.155	\$ 55.049.340	\$ 58.567.691	\$ 62.002.501
Capital	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000	\$ 50.000.000
Utilidad del ejercicio		\$ 74.339.464	\$ 98.730.421	\$ 125.883.866
Utilidades retenidas				
TOTAL PATRIMONIO	\$ 50.000.000	\$ 124.339.464	\$ 148.730.421	\$ 175.883.866
TOTAL	\$ 0	0	\$ 0	\$ 0

FLUJO FINANCIACIÓN				
AÑO	0	1	2	3
PRÉSTAMOS RECIBIDOS	\$ 25.695.155	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PAGOS DE PRESTAMOS (Capital e intereses)	\$ 0	\$ 11.628.951	\$ 11.628.951	\$ 11.628.951
FLUJO DE LA CAJA DE LA DEUDA	(\$ 25.695.155)	\$ 11.628.951	\$ 11.628.951	\$ 11.628.951
AHORRO EN IMPUESTOS POR PAGOS DE INTE	\$ 0	\$ 0	\$ 1.441.498	\$ 1.034.169
FLUJO DE CAJA	(\$ 25.695.155)	\$ 11.628.951	\$ 10.187.453	\$ 10.594.782
TOTAL	(\$ 75.695.155)	\$ 11.628.951	\$ 84.526.916	\$ 109.325.203

Tabla 19. Cálculo VPN Y TIR

VPN	\$ 61.056.142,74
TIR	51,71%

Para el desarrollo el estudio estratégico, se requiere una inversión inicial de \$25.695.155 millones para la puesta en marcha de su primero año de funcionamiento.

El aporte de los socios es de \$50.000.000 debido a utilidades obtenidas de operaciones de años anteriores de la producción y comercialización de las diferentes frutas y hortalizas que se distribuye local y regionalmente.

El balance permite ver que la empresa tiene liquidez en los periodos analizados, además las utilidades son considerables para los socios, teniendo en cuenta que la inversión inicial es baja y no es riesgosa.

En la amortización del proyecto para el pago de la inversión inicial consta de una cuota fija anual de \$11.628.951 que pueden soportar los demás gastos en que incurre la empresa.

El cálculo del Valor Presente Neto y la TIR, reflejan la viabilidad del estudio estratégico para así tomar la decisión de exportar la pulpa de fruta de Maracuyá al mercado Alemán.

El Valor Presente Neto es de \$61.056.142.74 millones, lo que refleja que el negocio es atractivo para los accionistas porque esta cifra permite percibir en pesos de hoy el valor de las utilidades que genera.

El resultado de la TIR fue de 51.71% que al compararla con la rentabilidad mínima esperada que es del 15%, se puede decir que los accionistas pueden aceptar el proyecto porque la TIR está por encima de lo esperado.

5. CONCLUSIONES

Es importante el proceso de exportación porque es una oportunidad que las empresas adquieren al ingresar en el comercio internacional. Hoy en día, exportar impone nuevos retos que deben ser superados para lograr el éxito internacional.

Algunas de las ventajas que se pretenden obtener con el proceso de exportación son, incrementar la calidad en los productos, mejorar la imagen corporativa, aumentar el volumen de producción, generar ingresos adicionales y no depender de un mercado local.

Para poder exportar se deben tener bases que sustenten el fin, la exportación implica riesgos que por medio de estrategias bien proyectadas pueden generar progreso y crecimiento de la misma.

Durante el desarrollo de este estudio se recomienda que la empresa Agrocachi realice un cambio organizacional en su estructura creando un nuevo proceso de exportación que le permita obtener un alto reconocimiento a nivel internacional.

Se recomienda que la empresa Agrocachi afronte sin temor la exportación de la pulpa de fruta de Maracuyá si cuenta con una estrategia internacional que sostenga y argumente los beneficios y ventajas que va traer consigo el proceso de exportación.

Finalmente, se espera que se aprovechen todas las oportunidades que brinde el mercado Alemán con ferias comerciales exclusivamente en el sector de frutas exóticas y campañas que incentiven una alimentación saludable.

La prioridad es cumplir con la promesa de venta con las empresas importadoras asegurando un buen negocio para la permanencia en el mercado Alemán.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- ✓ Daniels John D. – Lee H. Radebaugh. “Negocios Internacionales” Octava Edición, 2000. Addison Wesley.
- ✓ Yip. George S. “Globalización, estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional” 1993. Grupo editorial norma.
- ✓ Ian Goldin, Kenneth Reinert, “Globalización para el desarrollo”, Editorial Planeta Colombia S.A. 2006.
- ✓ Negocios internacionales competencia en el mercado global *6a ed.* Hill, Charles W. L.
- ✓ Importancia de los factores culturales en los negocios internacionales Ramírez Palacios, Claudia Edith.
- ✓ Negocios internacionales competencia en un mercado global *3a ed.* Hill, Charles W. L.
- ✓ Negocios internacionales tendencias, contratos e instrumentos Congreso iberoamericano de derecho empresarial (3 : 1998 oct. 20-22 : Bogotá).
- ✓ Derecho de los negocios internacionales *2a ed., corr. y aum.* Marzorati, Osvaldo J.
- ✓ La esencia de los negocios internacionales Taggart, James H. 1943.
- ✓ Negocios internacionales introducción y aspectos esenciales *5a ed.* Ball, Donald A.
- ✓ Transacciones internacionales los negocios en el mercado mundial *1a ed.* Salacuse, Jeswald W.
- ✓ Stiglitz, Joseph E. 2002. El malestar en la Globalización. Ed Taurus, Bogotá, Colombia.
- ✓ Porter, Michael. 1995. La Ventaja Competitiva de las Naciones. Ed Vergara, Buenos Aires Argentina.
- ✓ Granell Trias Francisco. “La exportación y los mercados internacionales” 1971. Editorial Hispano Europea Barcelona.

Revistas – Periódicos:

- ✓ Publicación Universidad Nacional de Colombia. N° 128 – ISSN 1657-0987. Sección Ciencia y Tecnología.

Documentos Online:

- ✓ Proexport Colombia. [en línea]. Disponible en <http://www.proexport.com.co/vbecontent/home.asp?idcompany=16>
- ✓ Blogspot Industria Alimentaria. [en línea]. Disponible en <http://industrias-alimentarias.blogspot.com/2008/01/el-maracuy-la-fruta-de-la-pasin.html>
- ✓ Ministerio de la Presidencia. Madrid España. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. [en línea]. Disponible en http://www.cepc.es/rap/Publicaciones/Revistas/11/RECP_014_250.pdf
- ✓ Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. [en línea]. Disponible en <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/Tesis256.pdf>
- ✓ Ministerio de Agricultura y Desarrollo rural. Republica de Colombia. [en línea]. Disponible en http://www.agronet.gov.co/.../2005113142731_perfil_producto_Maracuya.pdf
- ✓ Comunidad Andina. Sistema Andino de Integración. [en línea]. Disponible <http://intranet.comunidadandina.org/Documentos/DInformativos/SGdi911.doc>
- ✓ Laboratório de Tecnologia e Sistemas de Informação. São PauloBrasil. [en línea]. Disponible en http://www.tecsi.fea.usp.br/Revistatecsi/edicoesanteriores/v01n01-2004/a01v01n01-full_files/image003.jpg
- ✓ INDUSTRIAS ALIMENTARIAS. El Maracuya la fruta de la pasión.
- ✓ <http://industrias-alimentarias.blogspot.com/2008/01/el-maracuy-la-fruta-de-la-pasin.html>
- ✓ CEPC. Publicaciones http://www.cepc.es/rap/Publicaciones/Revistas/11/RECP_014_250.pdf>
- ✓ CEPC. Publicaciones http://www.cepc.es/rap/Publicaciones/Revistas/11/RECP_014_250.pdf>
- ✓ http://europa.eu/index_es.htm
- ✓ http://exporthelp.europa.eu/index_es.html

ANEXOS

Anexo 1. Encuestas.

1. ¿Considera usted que el Maracuyá tendrá alta demanda a nivel internacional?
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) Parcialmente de acuerdo
 - c) Indiferente
 - d) Parcialmente en desacuerdo
 - e) Totalmente desacuerdo

2. ¿Considera usted que la pulpa fruta de Maracuyá es rentable para la empresa?
 - a) si
 - b) no

3. ¿Ha contemplado la posibilidad de exportar alguna vez?
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) Parcialmente de acuerdo
 - c) Indiferente
 - d) Parcialmente en desacuerdo
 - e) Totalmente desacuerdo

4. ¿Cuál es el destino más atractivo para exportar?
 - a) Norte América
 - b) Sur América
 - c) Europa
 - d) África
 - e) Oceanía
 - f) Asia

5. ¿Cuánto cree que la empresa está dispuesta a invertir en la exportación?
- a) de 0 a 20 millones
 - b) 21 millones a 40 millones
 - c) 41 millones a 60 millones
 - d) 61 millones a 80 millones
 - e) 81 millones a 100 millones
6. ¿Conoce los beneficios de exportación?
- a) Si
 - b) No

FRECUENCIAS

VARIABLES= P1 P2 P3 P4 P5 P6 /ORDER = ANALYSIS.

Estadísticos

		P1	P2	P3	P4	P5	P6
N	Válidos	20	20	20	20	20	20
	Perdidos	0	0	0	0	0	0

Tabla de frecuencia

P1

¿Considera usted que el Maracuyá tendrá alta demanda a nivel internacional?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	9	45%	45	45
	Parcialmente de acuerdo	8	40%	40	85
	Indiferente	3	15%	15	100
	Total	20	100%	100	

Considera usted que el Maracuyá tendrá alta demanda a nivel internacional?



P2

¿Considera usted que la pulpa fruta de Maracuyá es rentable para la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	17	85%	85	85
	No	3	15%	15	100
	Total	20	100%	100	

Considera usted que la pulpa fruta de maracuyá es rentable para la empresa?

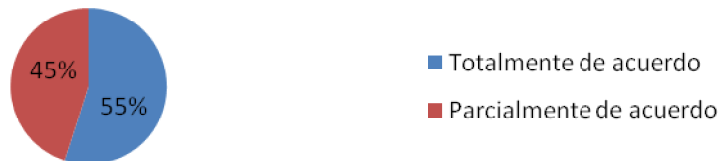


P3

¿Ha contemplado la posibilidad de exportar alguna vez?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	11	55%	55	55
	Parcialmente de acuerdo	9	45%	45	100
	Total	20	100%	100	

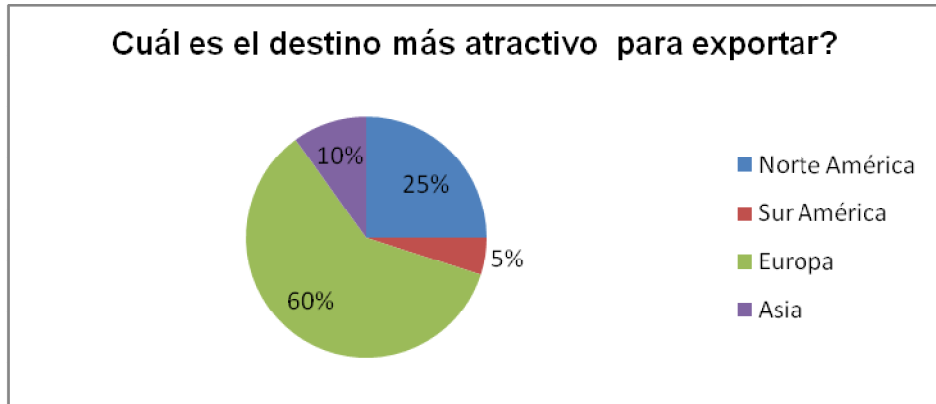
Ha contemplado la posibilidad de exportar alguna vez?



P4

¿Cuál es el destino más atractivo para exportar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Norte América	5	25%	25	25
	Sur América	1	5%	5	30
	Europa	12	60%	60	90
	Asia	2	10%	10	100
	Total	20	100%	100	

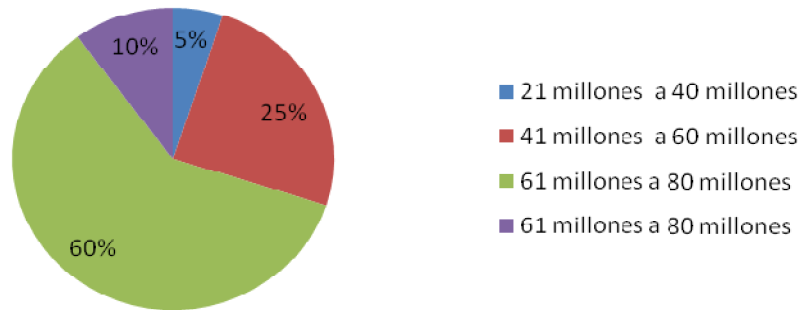


P5

¿Cuánto cree que la empresa está dispuesta a invertir en la exportación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	21 millones a 40 millones	1	5%	5	5
	41 millones a 60 millones	5	25%	25	30
	61 millones a 80 millones	12	60%	60	90
	61 millones a 80 millones	2	10%	10	100
	Total	20	100%	100	

Cuanto cree que la empresa está dispuesta a invertir en la exportación

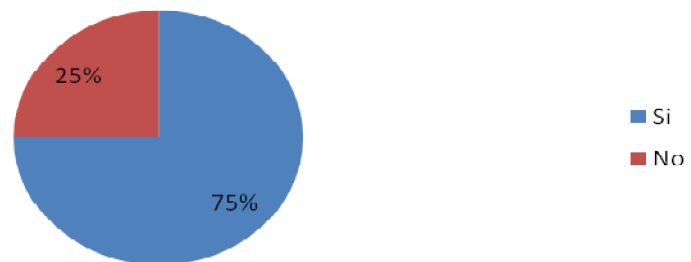


P6


¿Conoce los beneficios de exportación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	15	75%	75	75
	No	5	25%	25	100
	Total	20	100%	100	

Conoce los beneficios de exportación?



Anexo 2. Ficha técnica producto terminado pulpa de Maracuyá.

	<p>FICHA TECNICA PRODUCTO TERMINADO PULPA DE MARACUYA</p>	<p>pagina 1-1</p>

NOMBRE	Pulpa de Maracuyá. Congelada a – 18 °C													
DESCRIPCION	Producto pastoso no diluido, concentrado, ni fermentado obtenido mediante el proceso de desintegración y tamizado la fracción comestible del Maracuyá fresco, sano, maduro, limpio, empacado y almacenado higiénicamente.													
INGREDIENTES	Maracuyá fresco, natural y seleccionado, ácido ascórbico.													
CARACTERISTICAS MICROBIOLÓGICAS	<table border="1"> <thead> <tr> <th>CARACTERÍSTICAS MICROBIOLÓGICAS</th> <th>ESPECIFICACIONES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recuento de mesofilos(UFC/g) máx.</td> <td>Hasta 50.000 UFC/g</td> </tr> <tr> <td>Recuento de Mohos (UFC/g) máx.</td> <td>Hasta 3.000 UFC/g</td> </tr> <tr> <td>Recuento de Levaduras (UFC/g)máx.</td> <td>Hasta 3.000 UFC/g</td> </tr> <tr> <td>NMP Coliformes Totales</td> <td>Hasta 29/g</td> </tr> <tr> <td>NMP Coliformes Fecales</td> <td>Menor de 3/g</td> </tr> </tbody> </table>		CARACTERÍSTICAS MICROBIOLÓGICAS	ESPECIFICACIONES	Recuento de mesofilos(UFC/g) máx.	Hasta 50.000 UFC/g	Recuento de Mohos (UFC/g) máx.	Hasta 3.000 UFC/g	Recuento de Levaduras (UFC/g)máx.	Hasta 3.000 UFC/g	NMP Coliformes Totales	Hasta 29/g	NMP Coliformes Fecales	Menor de 3/g
	CARACTERÍSTICAS MICROBIOLÓGICAS	ESPECIFICACIONES												
	Recuento de mesofilos(UFC/g) máx.	Hasta 50.000 UFC/g												
	Recuento de Mohos (UFC/g) máx.	Hasta 3.000 UFC/g												
	Recuento de Levaduras (UFC/g)máx.	Hasta 3.000 UFC/g												
	NMP Coliformes Totales	Hasta 29/g												
NMP Coliformes Fecales	Menor de 3/g													
CARACTERISTICAS FISICOQUÍMICAS	<table border="1"> <thead> <tr> <th>CARACTERÍSTICAS FISICOQUÍMICAS</th> <th>ESPECIFICACIONES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Brix (20 °C)</td> <td>Mínimo 12</td> </tr> <tr> <td>Acidez (% Acido Cítrico)</td> <td>Mínimo 1.8</td> </tr> <tr> <td>pH(20 °C)</td> <td>3.5 +/- 1.0</td> </tr> </tbody> </table>		CARACTERÍSTICAS FISICOQUÍMICAS	ESPECIFICACIONES	Brix (20 °C)	Mínimo 12	Acidez (% Acido Cítrico)	Mínimo 1.8	pH(20 °C)	3.5 +/- 1.0				
	CARACTERÍSTICAS FISICOQUÍMICAS	ESPECIFICACIONES												
	Brix (20 °C)	Mínimo 12												
	Acidez (% Acido Cítrico)	Mínimo 1.8												
pH(20 °C)	3.5 +/- 1.0													
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	<p>Apariencia: Producto Libre de materias extrañas. Color: Semejante al color del maracuyá. Olor: Característico del maracuyá sin olores extraños. Sabor: Característico del maracuyá sin sabores extraños.</p>													
TIPO DE PROCESO	Despulpado													
EMPAQUE Y PRESENTACION	Empacado en bolsa de polietileno impresa, con capacidad de 80g, 250g, 1000g y 5000g, o de acuerdo al requerimiento del cliente.													
VIDA UTIL TRANPORTE ALMACENAMIENTO	<p>Doce meses (12) a temperatura de -18 °C. Se debe transportar en furgón Refrigerado (-18 °C.), exclusivo para alimentos. Temperatura de congelación a -18 C (No se debe romper la cadena de frío.</p>													

Anexo 3. Proceso General.

PROCESO GENERAL

Proceso	Descripción	Convenciones					Recursos
1	Selección Semilla						Semillas, agua, canastas plásticas, ceniza vegetal ó abono verde.
2	Siembra						Terreno, fumigadora tradicional, palas de acero y arado.
3	Plantación						Guadua (espaldera), palas de acero y piola.
4	Control de plagas						Tijeras para podar, guantes, gafas y tanque de riego para pesticidas y plaguicidas.
5	Cosecha						Canastas plásticas y guantes.
6	Selección Maracuyá						Canastas plásticas.
7	Transporte Despulpadora						Camión, estibas, canastas plásticas.
8	Maracuyá a Despulpar						Montacarga, estibas, balanza, canastas plásticas, despulpadora y máquinas especializadas.
9	Empaque Barriles						Montacarga, refrigerador Industrial y barriles metálicos.
10	Almacenamiento Contenedor						Contenedor refrigerado, estibas y barriles.
11	Transporte Puerto Buenaventura						Tractomula y contenedor refrigerado.
12	Inspección Final						Documentación legal.
13	Transporte Puerto Hamburgo						Montacarga, camión portuario, grua portico, contenedor refrigerado y buque frigorífico.
14	Inspección Importador						Documentación legal.

Nota: Para los 14 procesos los cultivadores y el mayordomo deben utilizar uniformes y elementos de protección.

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo 4. Pasos básicos para realizar la Exportación.

1. Registro como exportador: El Gobierno Nacional con el Decreto 2788 del 31 de agosto de 2004 de Minhacienda, reglamentó el Registro Único Tributario (RUT), el cual se constituye el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN. Para adelantar actividades de exportación, se debe tramitar este registro, especificando dicha actividad. Teniendo en cuenta que el RUT sustituyó e incorporó, entre otros, el Registro Nacional de Exportadores de Bienes y Servicios, es importante que los interesados observen estrictamente las disposiciones establecidas para el efecto, tanto en el Decreto 2788 como en la Resolución 8346 ambos de 2004. Este último se sustenta en la Circular Externa # 062 de 2004 de Mincomercio.

2. Estudio de mercado y localización de la demanda potencial: La exportación requiere inicialmente de una selección de mercados, donde se determinen las características específicas del país o región a donde se quiere exportar: identificación de canales de distribución, precio de la exportación, hábitos y preferencias de los consumidores el país o región, requisitos de ingreso, vistos buenos, impuestos, preferencias arancelarias y otros factores que están involucrados en el proceso de venta en el exterior. Para esto Usted cuenta con herramientas como el Sistema de Inteligencia de Mercados de la página Web: www.proexport.com.co.

3. Ubicación de la subpartida arancelaria: Para localizar la subpartida arancelaria de su producto tiene dos opciones: 1) A través del arancel de aduanas y 2) Con la ayuda informal que le brinda el Centro de Información Empresarial ZEIKY y de la Biblioteca de Mincomercio. (Es importante aclarar que la DIAN es el único Ente autorizado para determinar la clasificación arancelaria, según el Decreto 2685/99 Art.236 y la Resolución 4240/00 Art. 154 al 157 de la DIAN – División de arancel. Tel. 6-079999 Ext. 2128/2129. Costo: Medio Salario Mínimo Legal Mensual).

4. Procedimiento ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

4.1. Solicitud de Determinación de Origen: Declaración Juramentada: Si el comprador en el exterior exige el certificado de origen para obtener una preferencia arancelaria, el productor del bien a exportar deberá diligenciar la Declaración Juramentada, por cada producto, si es comercializador debe ser autorizado por el productor, a través de la web: www.vuce.gov.co por el módulo FUCE. Directamente obteniendo una Firma Digital ante Certicámara, en Bogotá, en la Avda. Calle 26 N°. 68D-35, piso 5°. Teléfono: (1)3830671, luego enviar Nombre de la empresa, RUT, Nombre del representante legal, dirección de correo

electrónico, número de teléfono, fax, dirección y ciudad de domicilio al correo electrónico del Grupo Operativo del Mincomercio: registro@mincomercio.gov.co.

Si se realiza a través de Agencia de Aduanas y/o Apoderado Especial se les debe dar un poder autenticado, junto con certificado de Cámara de Comercio, RUT y fotocopia de la cédula del representante legal y ellos elaboran la Declaración Juramentada. Se deben tener claras las normas de origen del país al cual se va a exportar. Este criterio de origen tiene vigencia de dos (2) años a partir de su aprobación.

4.2 Solicitud de Certificado de Origen: Luego de ser aprobada la Declaración Juramentada, se debe diligenciar el correspondiente Certificado de Origen a través de www.vuce.gov.co en el módulo de Exportaciones, tenga en cuenta los siguientes códigos para el diligenciamiento y el pago electrónico que es de \$10.000 por cada certificado que requiera.

Código 250	SGP: Países de la Unión Europea, Europa Oriental, Japón y Canadá	Código 257	PANAMA
Código 251	ATPA: Estados Unidos	Código 258	Chile *
Código 252	Certificado Origen para exportación de textiles Unión Europea	Código 260	Terceros Países
Código 255	Comunidad Andina y Aladi (Países de Latinoamérica incluyendo Cuba, excepto Argentina, Brasil, Uruguay).	Código 271	Caricom
		Código 273	CAN - Mercosur (Argentina, Brasil, Uruguay).
Código 256	Grupo de los Tres: Únicamente México *		

* Estos documentos se hacen en forma electrónica no necesitan imprimirse.

5. Procedimientos de vistos buenos: Es importante que consulte si su producto requiere de vistos buenos y/o permisos previos para la autorización de la exportación. Estos deben ser tramitados antes de presentar la declaración de exportación (DEX) ante la DIAN. Algunos ejemplos: ICA (Sanidad animal y vegetal), INVIMA (Medicamentos, Alimentos, Productos Cosméticos), Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (Preservación Fauna y Flora Silvestre), Secretaría de Ambiente (Madera y Semillas), Ingeominas (Piedras Preciosas, Esmeraldas y Metales Preciosos), Ministerio de Cultura (Arte, Cultura y Arqueología), etc. Otros productos están sujetos a cuotas como el azúcar y la panela a Estados Unidos, o el banano y atún a la Unión Europea, entre otros.

6. Procedimientos aduaneros para despacho ante la DIAN: Una vez tenga lista la mercancía verifique los términos de negociación (Incoterms) y si es el caso utilice un Agente de Carga (Vía Aérea) o Agente Marítimo para la contratación del transporte internacional. Diríjase al Aeropuerto y/o a la Avda. 68 No. 22-81, en

Bogotá, para solicitar clave de acceso al sistema informático de la DIAN para que diligencie la Solicitud de Autorización de Embarque. Directamente si su exportación tiene un valor inferior a USD\$10.000. Si es superior a USD \$10.000 debe realizar este procedimiento a través de una agencia de aduanas, que esté autorizada por la DIAN. Este trámite debe hacerse ante la Administración de Aduanas por donde se va a despachar la mercancía, anexando entre otros, los siguientes documentos:

1. Factura Comercial
2. Lista de Empaque (si se requiere)
3. Registros Sanitarios o Vistos Buenos (sí lo requiere el producto)
4. Documento de Transporte
5. Otros documentos exigidos para el producto a exportar

Una vez presentados los documentos e incorporados al sistema informático aduanero, este determina si se requiere inspección física, automática o documental, si es física se hace en las bodegas del puerto de salida, la aerolínea o en el lugar habilitado por la DIAN. Terminada esta diligencia y si todo esta bien, la mercancía puede ser embarcada y despachada al exterior. Hecha esta operación y certificado el embarque por la empresa de transporte la Solicitud de Autorización de Embarque se convierte en Declaración de Exportación -DEX.

7. Medios de pago: Es importante tener en cuenta la forma en que su cliente pagará la exportación. Para esto existen diferentes instrumentos de pago internacional, como cartas de crédito, letras avaladas, garantías Standby, entre otras, que le brindan seguridad en la transacción. ¡Asegúrese!

Lo invitamos a que contacte al asesor de Bancoldex en el Zeiky, para que de manera conjunta estructuren cada uno de sus negocios de acuerdo con sus necesidades.

8. Procedimientos cambiarios (reintegro de divisas): Toda exportación genera la obligación de reintegrar las divisas a través de los intermediarios cambiarios (bancos comerciales y demás entidades financieras) por tanto los exportadores deben efectuar la venta de las divisas a estos intermediarios, para lo cual se debe reclamar y diligenciar ante dicha entidad el formulario Declaración de Cambio n° 2.

- Exportación de Muestras sin Valor Comercial

Todo producto que se exporte por esta modalidad debe cumplir con las normas sanitarias o vistos buenos pertinentes, en caso de requerirse. Los requisitos para utilizar este tipo de exportación son:

- Elaboración de Factura Comercial o Factura Proforma, indicando el valor para efectos aduaneros y cantidad.

- Certificado de origen si es exigido por el comprador en el exterior.
- Diligenciamiento de la Declaración Simplificada de Exportación (Cod. 610) en la oficina de la DIAN por donde se va a despachar la mercancía (esto se hace a través del sistema electrónico de la DIAN)

- Nota: Existen algunos productos que no se pueden exportar por este régimen. Para consultar el listado, vea el Estatuto Aduanero (Dec. 2685/99). Cada exportador tiene un cupo de USD \$10.000 anuales bajo esta modalidad.

Anexo 5. Normatividad fitosanitaria (embalaje de madera).

Exigencia Cumplimiento de la Norma Internacional de Protección Fitosanitaria
Alemania aplica la norma NIMF-15 desde el 1 de marzo de 2005. Esta medida reduce el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias relacionadas con el embalaje de madera (incluida la madera de estiba), fabricado de madera en bruto de coníferas y no coníferas, utilizado en el comercio internacional. Es decir que los exportadores que usen este tipo de embalajes, deben conseguir la autorización NIMF 15. Para Colombia, el ICA es la entidad encargada de autorizar la marca. Conozca la norma NIMF-15 en Español: DOCUMENTOS DE LA FAO.

Anexo 6. Horario de Trabajo en Alemania.

Horario

De lunes a Viernes.

Oficinas Gubernamentales: 9 Am a 12:30 m y de 2 a 5 pm.

Bancos: 9am-1pm 3:00 - 5:30pm.

Oficinas comerciales e Industriales: 8:30 am-5 pm

Anexo7. Días festivos 2009 en Alemania.

Fecha	Celebración
Enero 1	Año Nuevo
Abril 10	Viernes Santo
Abril 13	Lunes de Pascua
Mayo 1	Fiesta del Trabajo
Mayo 21	Ascensión
Junio 1	Lunes de Pentecostés
Octubre 3	Día Nacional
Diciembre 25	Día de Navidad
Diciembre 26	Segundo día de Navidad

Anexo 8. Consultas del TARIC.

Consultas del TARIC

[SYS]A new version of this web site will be available soon. [SYS]More information

Última actualización 07/05/2010

Usted puede comenzar la búsqueda mediante la indicación exacta del código de la mercancía o accediendo a través de las Secciones y Capítulos

Código de la mercancía TARIC: 2008309071 Acceso dirigido

País de origen/destino: Colombia - CO (480)

Fecha de simulación: 13/03/2010

Derechos de aduana Descripción Restricción

Derechos de aduana

Fecha de simulación: 13/03/2010

Código de la mercancía TARIC: 2008309071

País de origen/destino: Colombia - CO (480)

Descripción de la mercancía: Sin restricción

Importación

Derecho terceros países: 18.40 % Reglamento R2031/01

Preferencias arancelarias (SPGE): 0 % Reglamento R0732/08

Anexo 9. Solicitud de Seguro.

No. _____

INFORMACIÓN DEL CLIENTE

Fecha: _____
Tomador: _____ Nit: _____
Asegurado: _____ Nit: _____
Beneficiario: _____ Nit: _____
Teléfono: _____ Fax: _____
Dirección: _____
Correo electrónico: _____
Ciudad: _____ País: _____

INFORMACIÓN DE LA MERCANCÍA

Clase de Mercancía: _____
Valor F.O.B. _____
Valor Fletes USD\$ _____
Lucro Cesante 10% Si _____ No _____
Total Valor Asegurado USD\$ _____ T.C. _____

EMBALAJE

Contenedor: _____
Carga Suelta _____
Palatizado _____
Guacales _____

TRAYECTOS POR ASEGURAR

From: _____ País _____
To: _____ País _____

MODO DE TRANSPORTE

_____ AÉREO _____ MARÍTIMO _____ TERRESTRE

AEROLÍNEA _____
TRANSPORTADOR _____
DOCUMENTOS No.S: _____

NOMBRE CLIENTE

AUTORIZADO POR COMPAÑÍA DE SEGUROS

Anexo 10. Información Cotizaciones.

The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying a Hotmail email. The browser's address bar shows the URL `http://co114w.col114.mail.live.com/default.aspx?wa=wsignin1.0`. The Hotmail interface includes a navigation menu with options like Home, Profile, People, Mail, Photos, and MSN. The email is from Omar Hernando Joris Cortes to Luis Enrique Tovar. The subject is "Cotización de Exportación de Pulpa de Maracuya". The body of the email contains the following information:

Hola, buena tarde,
espero que esta informacion te sea util.

Saludos...
Omar Joris Cortes

Los requisitos son los siguientes:

- USO INTALACIONES SPRBUN USD\$98
- ENERGIA USD 1.5 POR HORA
- INSPECCION ICA, SANIDAD, DIAN, POLICIA ANTINARCOTICOS APROX. USD.350
- VISTOS BUENOS ICA, SANIDAD : PENDIENTES
- SERVICIO ADUANERO .25 a 3% DEL VALOR CIF O UNA MINIMA C&F O \$250.000 + TRAMITE \$60.000

La partida arancelaria es 08.10.90.10.20

La descripción minima que solicita la sub partida es FORMA DE CONSERVACION.

Se realiza reserva con la naviera para que le asigne un contenedor refrigerado esto no tiene ningún costo, pero a su vez deben solicitar un generador de energía y este si tiene un costo de acuerdo a la naviera que manejen.

El flete maritimo de Buenaventura a Hamburgo Alemania es de USD\$3.000 A USD\$ 3.200 Aproximadamente.

The Windows taskbar at the bottom shows the Start button, several open applications including "Windows Live Hotmail...", and the system tray with the time 08:25 p.m.

Windows Live Hotmail - Windows Internet Explorer

http://co114w.col114.mail.live.com/default.aspx?wa=wsignin1.0

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

McAfee

Favoritos Sitios sugeridos Más complementos

Windows Live Hotmail Nueva pestaña

Home Profile People Mail Photos More MSN Search the web bing Luis Enriq... sign out

Hotmail

letoqui@hotmail.com

New Delete Junk Mark as Move to

Reply Reply all Forward

RE: Consulta de elaboracion de pulpa de Maracuyá.

From: **JORGE TADEO MONCADA RODRIGUEZ** (tadeo728@hotmail.com)
Sent: Friday, April 23, 2010 7:11:20 PM
To: letoqui@hotmail.com

Buen día

1. Costo de Produccion 1000 kilos de pulpa Maracuya son 3125 kilos de fruta rend 32 % kilos proucido : 3900 \$ kilos costo de produccion.
2. Tiempo de entrega 2 dias y para buscar congelacion 1 dia adicional.
3. Costo de empaque por kilo sin incluir empaque : 4485 \$/kilo.
4. Son Benzoato de Sodio y Sorbato de Potasio cada uno 0.05 % aprox.
- 5 Realizando Maquila suministrando fruta kilo : 1800 \$.
6. Procesos de calidad en recepcion de fruta : Analisis Organolepticos (Sabor-Color-Olor-Tamaño) y Analisis Fisicoquimicos (Acidez-PH,*Brix)
7. El rendimiento para el Maracuya esta entre 30-38 %.

Si hace falta algo me cuentas

Jorge Tadeo Moncada Rodriguez
Ingeniero de Alimentos
Celular 3108215642

connect instantly

© 2010 Microsoft | Privacy | Terms of use Account | Feedback

Inicio Windows Live Hotmail... Los requisitos de exp... Documento2 - Micros... tesis E5 08:27 p.m.