



**Universidad  
Piloto de Colombia**  
UN ESPACIO PARA LA EVOLUCIÓN

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE PULPA DE NÍSPERO AL MERCADO DE CANADÁ**

**Lady Johana Sánchez Triana**

**Maryloli Montero Olmedo**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES**

**PREGRADO NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Bogotá, D.C Colombia**

**2017**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA**

**NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE PULPA DE NÍSPERO AL MERCADO DE CANADÁ**

**Proyecto de grado para obtener el título en Profesional en Negocios**

**Internacionales**

**Tutor: Amparo Medina**

**Docente Universidad Piloto de Colombia**

**Lady Johana Sánchez Triana**

**Maryloli Montero Olmedo**

**Bogotá Colombia**

**2017**

Nota de aceptación

---

---

---

---

\_\_\_\_\_  
Firma del presidente del jurado

\_\_\_\_\_  
Firma del jurado

\_\_\_\_\_  
Firma del jurado

Bogotá D.C. 2017

### **Dedicatoria**

Dedicamos este proyecto primeramente a Dios y al esfuerzo de nuestros padres, gracias a ellos por hacer de nosotros lo que somos, por guiarnos por el camino del bien, por permitirnos llegar a donde estamos y por darnos las fuerzas necesarias para culminar este proyecto y esta etapa en nuestras vidas, por darnos la fuerza necesaria enseñándonos el sentido del compromiso y paciencia.

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE PULPA DE NÍSPERO AL MERCADO DE CANADÁ**

Esta tesis fue evaluada y aprobada en fecha \_\_/\_\_/\_\_ para la obtención del título de Profesional en negocios internacionales por la Universidad Piloto de Colombia

Evaluadores

Nombre

Firma

Prof. \_\_\_\_\_

.....

Prof. \_\_\_\_\_

.....

## Contenido

Identificación de la idea de proyecto.....	9
Introducción .....	10
Justificación.....	1
Objetivos.....	2
Objetivo General. ....	2
Objetivos específicos .....	2
Formulación del problema. ....	3
Antecedentes. ....	4
Clasificación.....	4
Descripción del níspero. ....	7
Variedades del níspero. ....	7
Propiedades del níspero. ....	8
Propiedades nutricionales y medicinales. ....	8
Épocas de producción. ....	9
Definición del producto Pulpa de níspero.....	10
Nisper pulp.....	10
Ficha técnica. ....	13
Características de las pulpas. ....	18
Estudio de mercado .....	19
Porque elegimos a Canadá. ....	19
Análisis del mercado canadiense. ....	22
Aranceles.....	27
Estándares de Calidad y Seguridad. ....	29
Regulaciones y normas ambientales, restricciones y requerimientos especiales.....	30
Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.....	30
Etiquetado. ....	31
Consumo de frutas exóticas en Canadá.....	34
Canales de distribución en Canadá. ....	35
Empresas más importantes productoras y distribuidoras de Canadá. ....	36
Demanda.....	38
El consumidor Canadiense.....	38

Estrategias para la penetración del mercado Canadiense.....	44
Eventos.....	44
Precios .....	45
Logística de exportación.....	45
Navieras .....	47
Cadena de Valor.....	50
Exportadores desde Colombia, Empresas que pueden representar con las exportaciones a Canadá.....	51
Empresas exportadoras de pulpa de frutas de Colombia .....	51
Análisis financiero .....	54
Criterios de proyección. ....	54
Instrumentos de financiación. ....	54
Evaluación de la viabilidad financiera. ....	54
Costos.....	55
Punto de equilibrio.....	56
Conclusiones.....	58
Recomendaciones .....	59
Bibliografía.....	60

## Ilustraciones

Ilustración 1 Árbol adulto del níspero.....	4
Ilustración 2 Ramas del Níspero en capacidad productiva .....	5
Ilustración 3 Hojas del níspero.....	5
Ilustración 4 Flor del níspero .....	6
Ilustración 5 Fruto .....	6
Ilustración 6 Semillas del Níspero .....	6
Ilustración 7 Despulpadora.....	17
Ilustración 8 Selladora.....	17
Ilustración 9 Intercambiador de tubos.....	17
Ilustración 10 Cámara de frío.....	17
Ilustración 11 Cadenas supermercados .....	35
Ilustración 12 Distribución de Gastos en Canadá .....	41
Ilustración 13 Acceso marítimo Colombia Canadá .....	47
Ilustración 14 Navieras prestadoras de servicio en Canadá.....	47
Ilustración 15 Punto equilibrio.....	57

## Tablas

Tabla 0-1 Propiedades del Níspero .....	8
Tabla 0-2 Épocas de producción .....	9
Tabla 0-3 Ficha Técnica del Níspero .....	13
Tabla 4 importaciones de frutas procesadas en Canadá.....	20
Tabla 0-5 Indicadores económicos PIB Canadá .....	20
Tabla 6 Balanza comercial Canadá .....	21
Tabla 0-7 Importaciones de Canadá.....	23
Tabla 0-8 Importaciones de Canadá de frutas procesadas .....	34
Tabla 0-9 Empresas productoras en Canadá .....	37
Tabla 0-10 Exportaciones de frutas de Colombia .....	52
Tabla 0-11 Gastos de administración.....	55
Tabla 0-12 Gastos de operación.....	55
Tabla 0-13 Costos materia prima .....	56

Tabla 0-14 Ingresos ..... 56  
Tabla 0-15 Distribución costos ..... 57

### **Identificación de la idea de proyecto**

Satisfacer a la comunidad canadiense, de consumir alimentos saludables, lo que contribuye a verse, sentirse y ayudar a combatir más de una enfermedad con dicho producto, para así implantar el deseo de consumir frutas (níspero) con propiedades nutritivas, medicinales y con un alto poder antioxidante.

## **Introducción**

Este proyecto consiste en formular un plan de exportación de la pulpa de níspero. Es de suma importancia incentivar la exportación de dicho producto con un nicho específico como lo es Canadá ya que hoy en día no existe competencia directa en el país para el consumo humano, es por esto que surge nuestra idea de negocio ya que es un alimento rico en minerales que contribuyen a la salud humana.

Es muy importante sobresaltar la calidad de producto ya que ofrece hábitos saludables para los clientes porque lo primordial en Canadá es la salud.

Por otra parte, mostraremos el proceso de elaboración del producto, como podemos llegar al consumidor final de acuerdo a los lineamientos establecidos en ese país para su comercialización como lo son las normas sanitarias y fitosanitarias del país origen a país destino, el estudio de mercado donde veremos el análisis económico de los dos países, y los principales parámetros para así poder incursionar en el país destino.

Por último, lo que se busca con este proyecto es facilitarle a la pulpa de Níspero las herramientas necesarias para efectuar una exportación exitosa y poder obtener una penetración en el mercado de Canadá.

### **Justificación**

Este proyecto se realiza con el fin de incursionar en el mercado canadiense con el producto “pulpa de níspero” ya que apunta a un segmento especializado el cual se está desarrollando de una manera satisfactoria según las tendencias mundiales que es el cuidado de la salud. Este es un producto innovador, en donde se está dando a conocer y lo cual es aconsejable su consumo para enfermedades como la diabetes, afecciones hepáticas, intestinales, renales, respiratorias, y de sobrepeso.

La pulpa de níspero además de ser una fruta rica en sabor y pulpa jugosa tiene muchas propiedades y formas de degustar lo cual hace la diferencia entre las muchas frutas que consumen en el diario vivir de Canadá.

Dicha pulpa además de ser atractiva para los canadienses también es atractiva para la distribución y mercadeo en general; ya que de esta pulpa hay una gran variedad de expectativas; Para comercializar, industrializar y aprovechar hasta la más mínima parte de dicha fruta.

Como profesionales en negocios internacionales es importante investigar y realizar un proyecto de grado sobre la pulpa de níspero porque brinda la oportunidad de internacionalizarnos, a abrir nuevos mercados, desarrollar ideas futuristas, crear empresa, generar empleo, y lograr una consolidación como un producto de excelente calidad y un posicionamiento al destino Canadá.

Finalmente se espera que el mercado canadiense de la oportunidad de incursionar para demostrar lo bueno y saludable que es la pulpa de níspero.

## **Objetivos**

### **Objetivo General.**

Elaborar un plan de exportación que permita que “la pulpa de níspero” participe e incursione con fuerza en el mercado canadiense.

### **Objetivos específicos**

- ✓ Demostrar que la pulpa de níspero puede ingresar al mercado Canadiense, conociendo los pasos u opciones para el ingreso de la pulpa de níspero al mercado Canadiense.
- ✓ Realizar un estudio de mercado del sector y del producto en Canadá
- ✓ Elaborar el proceso de fabricación de la pulpa y sus requerimientos
- ✓ Diseñar estrategias para la penetración del producto “pulpa de níspero” en el mercado canadiense.
- ✓ Validar la rentabilidad del producto en este mercado, a partir de un análisis de costos e ingresos

### **Formulación del problema.**

Nuestro problema a resolver es ¿cómo incursionar con el producto “pulpa de níspero” al mercado de Canadá? puesto que esta fruta nos proporciona y brinda un alto nivel de vitaminas lo que mejoraría su calidad de vida en cuanto a la salud ya que la pulpa de níspero cumple un papel importante como antioxidante, regulador y limpiador. Según informe realizado en Canadá una de cada cuatro personas padece algún tipo de enfermedad La Fundación Canadiense del Hígado dice que los malos hábitos de vida y la mala alimentación pueden influir en las personas para que padezcan algún tipo de enfermedad hepática y otras como la diabetes, La obesidad, la falta de actividades físicas y los malos hábitos alimenticios, estarían relacionados con el rápido aumento de las enfermedades del hígado graso en Canadá.

### **Preguntas específicas de la Investigación:**

¿Cómo ingresar al mercado canadiense con nuestro producto “Pulpa de Níspero”?

¿Cuáles son las oportunidades que tiene la “pulpa de níspero” en el mercado Canadiense?

**Antecedentes.**

Basándonos en el Libro (Guía Técnica de cultivo del Níspero) de. Ing. José napoleón Irigoyen, el Salvador 2005.

El níspero (*Manilkara zapota*) es una fruta tropical, conocida comúnmente como: Chicle, zapotillo, Chico, Chicozapote, Níspero, Sapotilla, y Sapota.

**Clasificación.**

**Reino:** Plantae

**Filo:** Magnoliophyta

**Clase:** Magnoliopsida

**Orden:** Ebenales

**Familia:** Sapotaceae

**Género:** Manilkara

Descripción botánica

✓ **Raíz**

El níspero posee un sistema radicular muy vigoroso siendo un cultivo de gran adaptabilidad a diferentes condiciones ecológicas.

*Ilustración 1 Árbol adulto del níspero*



Imagen tomada de: <http://plantas.ddinnova.net/?cat=30>

**✓ Tallo**

Son arboles con muchas ramas aquí vemos su etapa productiva cargada de nísperos

*Ilustración 2 Ramas del Níspero en capacidad productiva*



Imagen tomada de: <http://soyagrochic.com/la-flexibilidad-del-nispero/>

**✓ Hojas**

Las hojas son de color verde a rosado y cuando madura la lámina es verde oscura,

*Ilustración 3 Hojas del níspero*



Hojas del níspero

Imágenes tomadas <http://www.elmundoforestal.com/elcorazon/nispero/nispero.html>

**✓ Flores**

Como podemos ver las flores del níspero se encuentran en las hojas de este son de color marrón.

*Ilustración 4 Flor del níspero*

Imagen tomada: <https://www.ecured.cu/N%C3%ADspero>

### ✓ Fruto

La pulpa es carnosa y jugosa muy dulce, de color amarillo rojizo.

*Ilustración 5 Fruto*

Imagen tomada: <https://www.flickr.com/photos/11541098@N06/6885416177>

✓

### Semillas

Son de color café- negro

*Ilustración 6 Semillas del Níspero*

Imagen tomada: <http://www.semillascamposeeds.com/productos/nispero/>

**Descripción del níspero.**

El níspero cuenta con unas características singulares que lo hacen ser único, en el cual tiene forma globosa contiene 2 a 4 semillas café brillantes que pueden llegar a ocupar casi la mitad del volumen del fruto. Su Tamaño y peso: tiene unos 30 a 50 milímetros de longitud, y un peso que oscila entre los 50 y los 100 gramos. Aunque en algunas variedades la cáscara es fuerte y correosa, de color amarillo o anaranjado. Su pulpa es amarilla y su sabor lo hace único es jugoso, y contiene un agradable sabor acidulado o dulce en las buenas variedades.

**Variedades del níspero.**

El níspero cuenta con una diversidad de formas y sabores que podemos encontrar en el mercado de dicho producto lo cual lo hace más atractivo para el mercado canadiense, entre esa diversidad encontramos: Algar, tanaca, Golden Nuggets, mardal, peluche.

Algar, Aljerife o argelino: Tienen sabor agridulce, forma de pera, piel amarillenta Es una variedad muy productiva y resistente al moteado.

Tanaca: Sus nísperos son dulces y aromáticos. Tiene un mayor grosor y forma de pera o redonda. Presentan una piel de color naranja y pulpa amarilla anaranjada.

Golden Nuggets: Tienen forma redondeada con piel color naranja oscuro. Es una variedad más temprana.

Magdall: Es también una variedad precoz con un sabor similar a la Golden Nuggets. Ambas han sido introducidas recientemente en el mercado.

Peluche: Sus nísperos son alargados, de gran tamaño y con piel rugosa de color amarillo claro.

(Fundación eroski, 2013)

**Propiedades del níspero.**

El níspero tiene unas propiedades que hacen que sea más factibles al consumirlos ya que contribuyen en el bienestar y salud de las personas. Como propiedades encontramos las siguientes: Fibra, colesterol, vitaminas A, antioxidantes, potasio, complejo b.

En la siguiente tabla encontraremos el valor nutricional del fruto.

*Tabla 0-1 Propiedades del Níspero*

Agua	65.6%	Fósforo	28 mg
Proteínas	1.7 g	Hierro	1 mg
Grasas	0.4 g	Vitamina a	115 mg
Carbohidratos	31.1 g	Niacina	2 mg
Fibras	2 g	Acido ascórbico	22 mg
Cenizas	1.2 g	Tiamina	0.01 mg
Calcio	40 mg	Riboflavina	0.02 mg

Tomado de Enciclopedia 2009

**Propiedades nutricionales y medicinales.**

Entre las propiedades nutricionales el níspero ayuda a prevenir y a controlar muchas enfermedades que el ser humano a veces presente en su cotidianidad ya que puede contribuir a episodios como la **diarrea** por su acción astringente cuida y protege la mucosa de la digestión. La **diabetes** tanto su pulpa como las semillas de este fruto son importantes a la hora de combatir dicha enfermedad, y su fruto tiene un efecto reductor de los niveles de glucosa en sangre. Los **riñones** previenen y mejoran la formación de arenillas y controla infecciones que afectan al aparato urinario. Al **envejecimiento**: por es un antioxidante ayuda a combatir el daño que ocasionan los radicales libres. También ayuda a de obtener problemas en el hígado, con el colesterol y a nuestro sistema digestivo

Esto quiere decir que este fruto contiene muchas propiedades que hacen de este un fruto atractivo para cualquier persona que desee sentirse bien y sano.

**Épocas de producción.**

En la región caribe precisamente en santa marta los cultivos del níspero no hay cultivos como tal estos son plantados en patios. Y la producción se da 2 veces al año debido a los cambios climáticos de cada región.

Según el autor [\(Irigoyen, 2005\)](#)

La época de producción es variable y depende de la variedad y la altitud donde esta plantado el cultivo, sin embargo, en forma generalizada se pueden observar dos épocas de producción, en las cuales se concentra la recolección de la cosecha, la primera en

Febrero, Abril y mayo y una segunda se registra de octubre y enero, a pesar de que se puede encontrar frutos casi todo el año.

*Tabla 0-2 Épocas de producción*

Meses	Primera cosecha	Segunda cosecha
Enero		2
Febrero	1	
Abril	1	
Mayo	1	
Octubre		2

Elaborado por las autoras

En el plan de exportación llevaremos a cabo los objetivos propuestos, cumpliendo cada uno de ellos hasta lograr el objetivo general, para realizar un plan de exportación se deben tener en

cuenta ciertos aspectos que determinaran la probabilidad y éxito de dicho producto en el mercado canadiense.

### **Definición del producto Pulpa de níspero.**

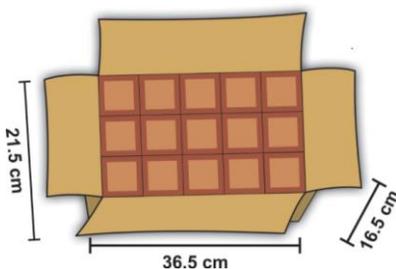
Se exportará un producto comprometido con la salud humana y en la utilización de productos 100% naturales con un menor porcentaje de químicos, ya que el níspero es un producto el cual tiene ventajas frente a otras frutas; actualmente tenemos una ventaja en cuanto a otras frutas, ya que no se cuenta con una competencia directa sino productos sustitutos como la pitahaya, la piña, granadilla, gulupa entre otros.

Por otra parte la pulpa de níspero aporta muchos nutrientes, vitaminas, minerales Con propiedades digestivas, diuréticas, astringentes y depurativas.

Dimensiones:

Empaque plástico de 500 gr 15x 25 cm

Dimensiones de la caja de embalaje



### **Nisper pulp.**

Una empresa encargada en la producción, procesamiento, distribución y venta de un producto 100% saludable, de alta calidad y sabor único; pensando siempre en la necesidad de nuestro cliente.

Comprometida con el desarrollo sostenible, 100% natural para su consumo para utilizarlo para jugos, curar enfermedades, para la industria entre otros.

Una empresa con bases éticas dispuesta a mejorar la calidad de vida de las personas y reduciendo riesgos la comercialización de este producto dentro del mercado objetivo.

Logotipo



Elaborado por las autoras

Misión

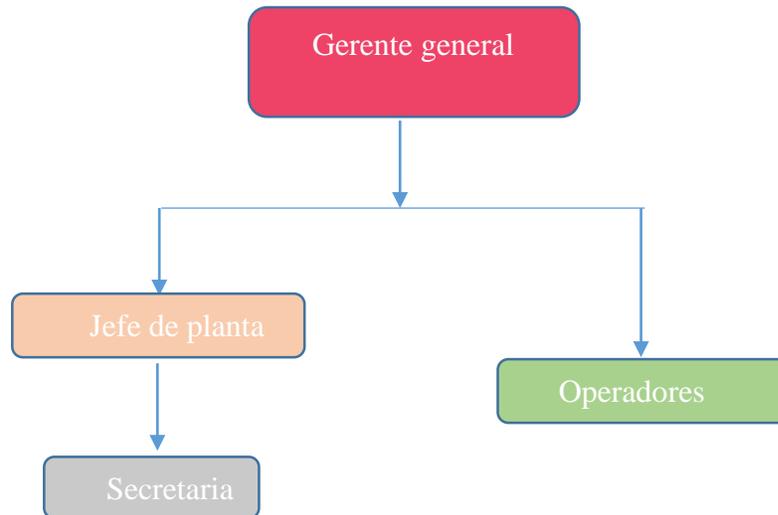
Somos una organización que día tras día nos encontramos innovando y estamos muy atentos a la atención de nuestros clientes proporcionando una mayor calidad de nuestro producto y sabor, constituida por personas responsables, y comprometidos en establecer estilos de vida sanos, saludables y respetuosos con el medio ambiente un producto sin químicos.

Visión

“NISPER PULP” será una de las empresas más reconocida en el continente americano por sus más altos estándares de calidad de nuestro producto, y por nuestra contribución a la salud y a la prevención de enfermedades que se presentan en la vida del ser humano. Reconocida a la preservación de un ambiente sano para las generaciones futuras y al desarrollo sostenible del

medio ambiente; de tal manera que pueda generar crecimiento económico, innovación, satisfacción y garantía del producto.

### **ORGANIGRAMA**



Gerente general: persona altamente capacitada para poder llevar un control en el rendimiento del negocio es el responsable de que los objetivos y metas se cumplan a corto y largo plazo.

Jefe de planta: Es aquella persona encargada de supervisar y analizar cada componente, procesos implementados para la elaboración del producto. Pone en marcha y controlar industrias alimentarias, el manejo de control de calidad, el valor nutritivo de los alimentos, técnicas modernas de conservación, almacenamiento de este.

Operadores: Están encargados de llevar a cabo el proceso de producción, desde el momento en que llega la materia prima hasta el momento de entrega el producto final.

Secretaria: es la que se encargara de organizar toda la documentación necesaria para la exportación, de responder a llamadas u oficios varios.

**Ficha técnica.**

*Tabla 0-3 Ficha Técnica del Níspero*

<b>NOMBRE DEL PRODUCTO/SERVICIO</b>		<p>PULPA DE NISPERO</p> <p>Partida arancelaria 20.08.99.20.00</p> <p>Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas, 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.</p> <p>- Los demás, incluidas las mezclas</p>
<b>CARACTERISTICAS Y BENEFICIOS</b>		<p>Hoy en día las tendencias del mercado internacional existe demanda por alimentos saludables de uso comercial por frutas con poder antioxidantes 100% naturales dentro de estas. Fruta rica en minerales como el potasio, calcio, fósforo, magnesio y ácidos cítricos; su pulpa produce en las mucosas intestinales acciones astringentes, reguladoras tonificantes y para jugos.</p>
<b>DESCRIPCION</b>	<b>MATERIALES E INSUMOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugar ( infraestructura)</li> <li>• Fruta nísperos</li> <li>• Logística</li> <li>• Maquinaria ( despulpadora, selladora, cámara de frio, intercambio de tubos)</li> <li>• Gastos del Personal</li> <li>• Gastos publicitarios.</li> </ul>
	<b>CONSUMOS Y PROVEEDORES</b>	<p>Para la elaboración de la pulpa de níspero se necesita</p> <p>Materia prima (fruta): Gastos físicos, Gastos publicitarios, Personal de trabajo Maquinaria ,logística</p> <p>Proveedores cultivadores del níspero en Santa Marta, empaque, etiqueta.</p>
	<b>DIMENSIONES Y PRESENTACION</b>	<p>Sus dimensiones son: paquetes de 500g y de 1000g. En empaques totalmente sellado y etiquetado.</p> <p>Una libra equivale a 3 unidades de níspero.</p> <p>Empaque bolsa transparente</p>



Elaborada por las autoras

***Proceso productivo:***

El proceso productivo llega a ser exitoso cuando se llevan a cabo los procedimientos más eficientes y eficaces ya sea desde el proceso de producción hasta el proceso de distribución, satisfaciendo así las necesidades desde el consumidor inicial hasta el consumidor final.

Para desarrollar un proceso productivo nos basaremos en una serie de pautas que nos permitirán el éxito y el logro de dicho proceso.

**Recibo de Materia Prima:**

Cuando llega la materia prima se pesa la cantidad requerida y se verifica el grado de maduración y estado de la fruta, la cual debe encontrarse sana y sin algún tipo de contaminación, ya que con una pequeña o insignificante imperfección haría que toda una producción o cosecha se dañara

**Prelavado:**

Para cumplir con las normas de higiene hoy en día es necesario un prelavado el cual consiste en que la fruta deberá ser introducida en el tanque de prelavado previamente al nivel exigido, donde el contacto con el agua y el desinfectante ayudan a remover la mugre para facilitar los

procesos siguientes de selección y lavado.

#### Selección:

La selección de la fruta cumple un papel importante durante el proceso de producción ya que hay que eliminar la fruta sobre madura, magullada, con hongos (manchas lamosas, blancas, negras, verdes o cafés) aporreadas y heridas por donde hayan podido entrar microorganismos, ya que esto incide en el deterioro de la pulpa haciendo que tenga mal sabor, color, u olor.

#### Lavado:

El lavado será uno de los pasos más importantes ya que este es el último proceso de la fruta como tal antes de que pase a despulpar, la fruta deberá ser lavada con agua limpia y potable, debe tener un tratamiento térmico corto que se puede aplicar a las frutas con el fin de ablandar los tejidos y aumentar los rendimientos durante la obtención de pulpas.

En algunos casos la fruta es muy difícil y dura mucho en ablandar para despulpar en lo cual se aplica sólo a cierta clase de frutas; se sumerge la fruta, una vez lavada, en agua hirviendo para lograr un ablandamiento que facilita y permite que los procesos y procedimientos de los siguientes pasos sea más rápido.

#### Despulpado:

El despulpado consiste en la separación en la que entra en la maquinaria la fruta entera en trozos, se extrae la parte comestible de la fruta, se presenta una separación de la pulpa de aquellos residuos sólidos como cáscaras y semillas Refinado.

#### Inspección y ensayo:

La inspección se le realiza a la pulpa con análisis profundo organoléptico, y se evalúan características como sabor, olor, color y textura para determinar la conformidad de la pulpa de

acuerdo con los parámetros establecidos para la comercialización y distribución para la pulpa de fruta.

**Empaque y embalaje:**

El producto es vertido a un tanque, el cual tiene una válvula manual que permite la dosificación de la pulpa, es empacado en bolsas de polietileno, selladas; las cuales estarán impresas con el sabor y la fecha de vencimientos indicados para mejor control de calidad, tanto como para el FDA, para las personas ya que esas indicaciones y características hacen que le den tranquilidad y confianza al consumidor

**Almacenamiento:**

La pulpa de fruta requiere un almacenamiento especial Para tener un almacenamiento correcto este producto debe estar conservado en cuartos fríos a temperatura de congelación entre  $-10^{\circ}\text{C}$  y  $-20^{\circ}\text{C}$ .

Las cajas son marcadas teniendo en cuenta el sabor, la fecha de elaboración, el número de lote y la referencia, para una mejor claridad y coordinación durante el proceso de distribución

Después de realizar el proceso productivo ya nombrado serán enviadas al destino objetivo en buenas condiciones para su consumo; su precio estará por encima de los gastos de mano de obra, insumo y la utilidad esperada.

Después de realizar el proceso productivo ya nombrado serán enviadas al destino objetivo en sus condiciones previas para su consumo

Las pulpas hoy en días son muy apetecidas en los mercados debido a su forma fácil de utilizar ya que los consumidores se ahorrarían tiempo en lavar, y pelar en la realización de jugos.

**Sistema de negocio**

Nuestro sistema de negocio empezaría comprándose la materia prima (Níspero) en cultivos de Santa Marta luego se llevara a cabo su proceso de elaboración de la pulpa de níspero las maquinarias que utilizaremos son las siguientes:

### **Maquinaria**

*Ilustración 7 Despulpadora*



*Ilustración 8 Selladora*



*Ilustración 9 Intercambiador de tubos*



*Ilustración 10 Cámara de frío*



Imágenes tomadas de:

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10423/6/PROYECTO%20PULPA%20DE%20NISPERO%20CIUDAD%20DE%20GUAYAQUIL.pdf>

Nuestro producto además de ser nutritivo ofrece un sabor de conservación propios que contiene el níspero A continuación mostraremos sus características.

### **Características de las pulpas.**

La PULPA es la parte comestible de las frutas o el producto obtenido de la separación de las partes comestibles carnosas de estas mediante procesos tecnológicos adecuados. Además, es el producto pastoso, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, sanas, maduras y limpias.

Durante el proceso de las pulpas se utilizan diferentes técnicas, entre las cuales se destaca la congelación.

1. Al ser congelada permite conservar el aroma, el color y el sabor.
2. Las características nutritivas en el proceso de congelación varían en menor escala con respecto a otros sistemas de conservación.
3. Ésta se considera la materia prima base en cualquier producto que necesite fruta.
4. La congelación permite preservar la fruta hasta un año.
5. Se evitan pérdidas por pudrición y mala selección de las frutas.
6. Las pulpas actúan como reguladores de los suministros de fruta, porque se procesan en las épocas de cosecha para utilizarlas cuando halla poca disponibilidad.

Las pulpas se caracterizan por poseer una variada gama de compuestos nutricionales que les confieren un atractivo especial a los consumidores. Están compuestas de agua en un 70 a 95%, pero su mayor atractivo desde el punto de vista nutricional es su aporte a la dieta de principalmente vitaminas, minerales, enzimas y carbohidratos como la fibra. (Ferrer, 2015)

Canadá es un país exigente de acuerdo a los productos que entran los cuales deben cumplir una serie de requisitos, normas y medidas fitosanitarias para realizar nuestro plan de exportación.

Es por esto que la pulpa de níspero estará encaminado en la producción, procesamiento, distribución y venta de un producto 100% saludable, de alta calidad y sabor único; pensando siempre en la necesidad de nuestro cliente. Comprometida con el desarrollo sostenible, 100% natural para su consumo que se podría utilizar para jugos, curar enfermedades, para la industria entre otros.

### **Estudio de mercado**

Canadá es un país con una gran diversidad de gustos, y con un gran poder de adquisición en el cual nos guiaremos por estadísticas análisis y características que puedan determinar y se pueda entender cómo funciona y se mueve el mercado canadiense y su consumo, en este caso se enfocaría en el consumo de pulpa de fruta exótica, analizando la demanda de la pulpa de fruta más frecuente ya sea por ciudad, o por edad, con el fin de satisfacer la demanda del consumidor canadiense.

Canadá maneja un sistema de distribución de frutas y hortalizas donde se encuentra entre las distintas regiones canadienses donde se tiene en cuenta su ubicación geográfica, densidad de población y mezclas étnicas existentes en cada una de ellas.

### **Porque elegimos a Canadá.**

La primera razón porque escogimos a Canadá es por hábitos de consumo ya que es un mercado con gran acogida a productos nuevos y novedosos que atraigan y beneficien a la comunidad canadiense teniendo las características que demuestren que es diferente a lo que ofrece el mercado tradicional y común, hoy en día ya es más fácil incursionar en dicho mercado gracias a los tratados ya las ventajas que ofrece los acuerdos bilaterales con Colombia en el cual permite la facilitación y comercialización de dichos productos.

Tabla 4 importaciones de frutas procesadas en Canadá

Data										
Printer Friendly		Other Formats		Create CSV File		Calculation Formulas		Change Base Year		2015 ▼
Area/Partners of Origin				January - December						
And Consumption Commodities Imported				Cumulative To Date Values in Thousands of dollars						
Partner	Product	2011 Value	2012 Value	2013 Value	2014 Value	2015 Value	Jan - Nov 2015 Value	Jan - Nov 2016 Value	Period/Period % Change (Value)	
<input type="checkbox"/> Canada	1 + Fruit, Processed	95,693	119,693	124,488	138,723	157,200	144,467	157,238	9	
<input type="checkbox"/> Grand Total		95,693	119,693	124,488	138,723	157,200	144,467	157,238	9	

**Notes:**  
 1. Data Source: U.S. Census Bureau Trade Data  
 2. FAS Totals include all Agricultural commodities and FAS selected NONAG commodity items.  
 3. All zeroes for a data item may show that statistics exist in the other import type, Consumption or General.  
 4. Product Group : FAS

Fuente: <https://apps.fas.usda.gov/gats/default.aspx>

**Análisis de la tabla:**

Según esta tabla las importaciones tiene una mayor tendencia para Canadá y han ido incrementando a través de los años desde 95.693 hasta 157.200 hasta el 2015 mostrando que poco a poco su importancia en el mercado canadiense.

Otra razón porque escogimos a Canadá es la **10ª economía** por volumen de PIB, el PIB de Canadá en el 2010 fue de USD 1.564.000.000.000, alcanzó una Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) durante el período 2005-2010 de 3%.

En la siguiente tabla encontraremos los indicadores económicos del PIB de Canadá

Tabla 0-5 Indicadores económicos PIB Canadá

Indicadores de crecimiento	2013	2014	2015	2016	2017 (e)
PIB (miles de millones de USD)	1.837,44	1.783,78	1.550,54	1.532,34e	1.627,30
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	2,2	2,5	1,1	1,2e	1,9
PIB per cápita (USD)	52.345	50.252	43.280	42.319e	44.412
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-1,4	-0,5	-0,8	-1,9e	-1,9
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	86,1	86,2	91,5	92,1e	90,5
Tasa de inflación (%)	0,9	1,9	1,1	1,6e	2,1
Tasa de paro (% de la población activa)	7,1	6,9	6,9	7,0	7,1
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-57,94	-40,59	48,97	56,73e	-50,07
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-3,2	2,3	-3,2	-3,7e	-3,1

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, 2016

Nota: (e) Datos estimados

Tabla 6 Balanza comercial Canadá

Indicadores de comercio exterior	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Importación de bienes</b> ( <i>millones de USD</i> )	463.640	476.296	475.778	479.985	436.372
<b>Exportación de bienes</b> ( <i>millones de USD</i> )	451.335	455.592	458.318	474.725	408.475
<b>Importación de servicios</b> ( <i>millones de USD</i> )	105.957	110.621	111.547	106.721	95.405
<b>Exportación de servicios</b> ( <i>millones de USD</i> )	83.665	87.765	88.722	85.181	76.292
<b>Importación de bienes y servicios</b> ( <i>crecimiento anual en %</i> )	5,6	3,6	1,5	1,8	0,3
<b>Exportación de bienes y servicios</b> ( <i>crecimiento anual en %</i> )	4,8	2,6	2,8	5,3	3,4
<b>Importación de bienes y servicios</b> ( <i>en % del PIB</i> )	31,8	32,2	31,9	32,6	33,8
<b>Exportación de bienes y servicios</b> ( <i>en % del PIB</i> )	30,6	30,2	30,3	31,7	31,5
<b>Balanza comercial</b> ( <i>millones de USD</i> )	403	-13.292	-6.328	4.368	-17.619
<b>Comercio exterior</b> ( <i>en % del PIB</i> )	62,3	62,4	62,1	64,3	65,4

*Fuente: WTO – World Trade Organization; World Bank, últimos datos disponibles*

Según esta tabla vemos que su crecimiento el PIB anual crece aceleradamente aunque para el año 2014 se vio reflejado un crecimiento. Hasta el día de hoy Canadá es un país ha mantenido en los últimos años una trayectoria macroeconómica relativamente brillante: elevado crecimiento del PIB. ([Datos macro, 2016](#))

La población en Canadá aumenta Canadá acabó 2015 con una población de 35.825.000 personas, lo que supone un incremento de 328.000 habitantes, 154.349 mujeres y 153.767 hombres, respecto a 2014, en el que la población fue de 35.497.000 individuos. ([Indexmundi, 2014](#))

#### DISTRIBUCIÓN POR EDAD EN CANADA

0-14	años:	15,5%	(hombres	2.764.691/mujeres	2.628.413)
15-24	años:	12,7%	(hombres	2.267.210/mujeres	2.142.085)
25-54	años:	41%	(hombres	7.244.109/mujeres	7.052.512)
55-64	años:	13,5%	(hombres	2.336.202/mujeres	2.380.703)
65 años y más: 17,3% (hombres 2.670.482/mujeres 3.348.434) (2014 est)					

#### **Análisis del mercado canadiense.**

Para llegar a un mercado nuevo hay que conocer que Características ya que son las que determinan sus procesos, así estas mismas nos permitirán conocer acerca más del mercado al que se llegara, en Canadá hay varios tipos de mercados como los detallistas de alimentos en el cual tiene una participación del 33,7%.

Canadá cuenta con una variedad de puertos en el que enunciaremos los puertos más importantes y así se podrá entender las poblaciones, su ubicación geográfica y diversidad de envíos e intercambios de mercancías y de embarques en cada puerto entre los puertos de Canadá

enunciaremos unos que son importantes ya que conoceremos más acerca de su población, su comunidad y tendencias.

Montreal es la ciudad más importante de la región de Quebec y, a pesar de su ambiente marcadamente europeo, presenta también una fuerte mezcla étnica. Se estima que, respecto a Toronto, este es un mercado más inclinado hacia el consumo de productos tropicales y exóticos y algo menos exigente en la calidad. (Chacón, Servicios procomer, 2010).

Ontario es la provincia más poblada de Canadá y en ella está situada su capital Ottawa y Toronto, la ciudad más grande y principal centro de negocios del país. Desde Toronto, se distribuyen frutas y verduras para toda la provincia de Ontario y para otras regiones del país.

Toronto es una de las ciudades de mayor diversidad étnica del mundo y se estima que el 42% de los 3 millones de inmigrantes de Canadá viven en ella.

Las importaciones de Canadá se distribuyen de la siguiente manera

### **Origen de importación de Canadá**

Los principales orígenes de importación de Canadá para el año 2015: Primer socio comercial es estados unidos (219 miles de millones) (49,5 MILES DE MILLONES), México (22,6 miles de millones) Alemania (12.9 miles de millones) Japón (11.2 miles de millones).

*Tabla 0-7 Importaciones de Canadá*

<b>Principales proveedores</b> <i>(% de las importaciones)</i>	<b>2015</b>
<b>Estados Unidos</b>	53,2%
<b>China</b>	12,3%
<b>México</b>	5,8%
<b>Alemania</b>	3,2%
<b>Japón</b>	2,8%
<b>OTROS PAISES</b>	22,7%

*Fuente: Comtrade, últimos datos disponibles*

Fuente: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/canada/cifras-comercio-exterior>

Como podemos ver el principal proveedor de Canadá es Estados Unidos con una participación del 53,2% de la participación en las importaciones seguido de China y México.

La región atlántica continúa siendo un área rural con centros de consumo muy dispersos y muy baja concentración de población. Gran parte de las frutas y hortalizas importadas llegan a esta zona a través de compras realizadas por mayoristas e importadores de Montreal y Boston (Estados Unidos).

Ilustración 11 Principales países destino de las exportaciones de uchuva

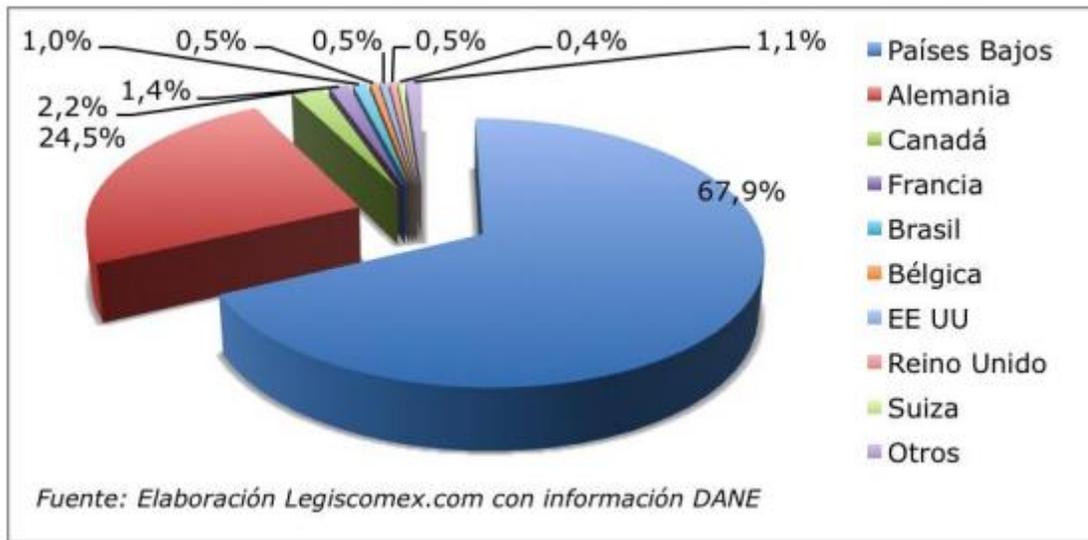
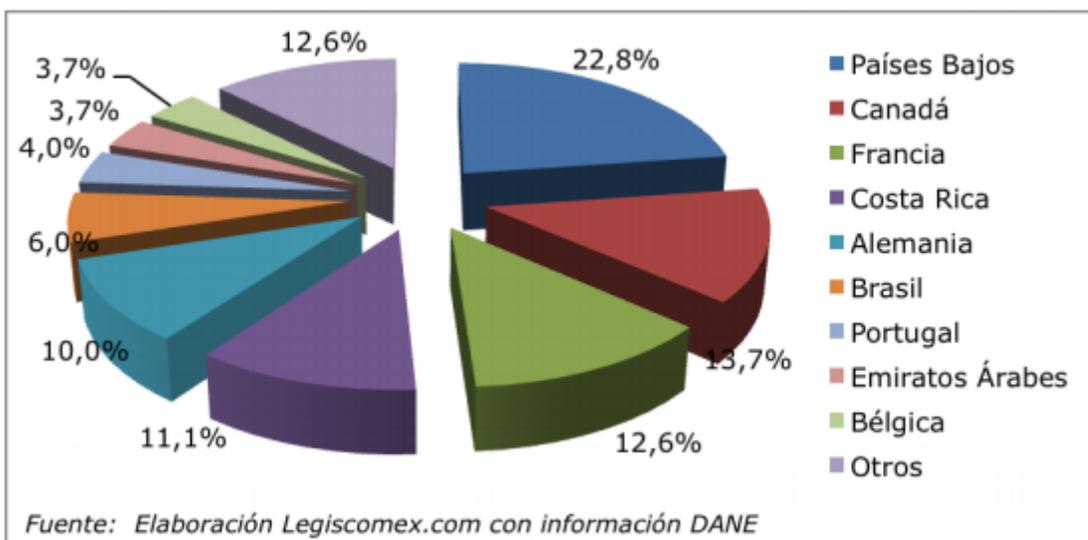


Ilustración 12 Principales países destino de las exportaciones de granadilla



De acuerdo con estudios realizados por la CCI-CORPORACIÓN COLOMBIA INTERNACIONAL, los importadores son el contacto clave con el canal de distribución en Canadá.

La mayoría de estos importadores cuenta con una infraestructura adecuada para realizar las labores de distribución, que incluye:

- bodegas refrigeradas
- cámaras de maduración
- zonas de preparación
- re-empaque
- flota de camiones refrigerados.

Canadá es un mercado de interés debido a que puede dinamizar y fortalecer las diferentes actividades de la economía colombiana, al tiempo que ofrece oportunidades adicionales en materia laboral, tecnológica y de intercambio de conocimiento.

Las ventas de Canadá al mundo comprenden bienes energéticos, bienes industriales, maquinaria y equipo y automotores.

Estos productos en conjunto constituyen el 78,5% de las exportaciones. Colombia puede comprar estos productos, en especial insumos y bienes de capital con arancel cero a partir de la entrada en vigor del Acuerdo.

Canadá es uno de los principales importadores del mundo, la mayor integración con este país, le permitirá a Colombia tener acceso preferencial a un mercado de 34 millones de consumidores con alto nivel de ingresos.

En general el mercado de Canadá ofrece amplias oportunidades a los exportadores colombianos que contribuirán a aumentar el crecimiento potencial de la economía colombiana y a generar mayor desarrollo.

Artículo 37 de la Ley deberá ser firmado y emitido por el exportador en la forma establecida en el Apéndice III.

Canadá Customs Acts regula régimen de exportaciones enmarcado en un modelo comercial liberalizado.

Basándonos en el Manual para la Exportación a Canadá, Oficina de Facilitación del Comercio de Canadá. Quinta Edición.

### **Aranceles.**

Los aranceles hoy en día cumplen un papel importante en el momento de exportar en este caso a Canadá, ya que este determinara que tan exitoso y fácil será enviar un producto a dicho País.

La aplicación del arancel preferencial no tiene fecha de vencimiento y únicamente Es sometido a revisiones periódicas.

Todos los productos que ingresan a Canadá deben ser declarados a la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá (CBSA, Canadá Border Services Agency), la agencia federal responsable de hacer cumplir la legislación de fronteras de Canadá.

Algunos países resultan elegibles para la aplicación de más de un tratamiento Arancelario, es el caso de **COLOMBIA** que clasifica para GPT y NMF.

Debe ser exportado por un país elegible y debe ser enviado directamente a Canadá con una nota de embarque marítimo no transferible dirigida a un consignatario en ese país. Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Perú con Canadá

El 21 de noviembre de 2008 se firmó el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Canadá, Además del Acuerdo Comercial, se suscribió un acuerdo para evitar la doble tributación entre las dos naciones y otros.

El tratado permite mutuamente acceso preferencial a los productos de los dos países en cada uno de los mercados. Además, establece un marco para la protección de inversiones. Con el Tratado se logró acceso libre de aranceles de manera inmediata para la oferta exportable actual y

potencial agropecuaria colombiana: se consolidó libre acceso al mercado de Canadá para el 98% de las importaciones agrícolas provenientes de Colombia.

El tratado abre las puertas a mercados que suman 890 millones de dólares en comercio anual bilateral.

Frutas y hortalizas: libre acceso para casi todas las líneas arancelarias, corresponde principalmente a piña, guanábana, papaya, mangos y fresas. Confitería, cacao y sus derivados: tiene un gran potencial. Productos alimenticios y preparaciones de frutas y hortalizas.

Habrà un acceso real al mercado canadiense ya que se estableció no solamente la eliminación de barreras arancelarias, restricciones cuantitativas, sino también el desmonte de otras barreras no arancelarias para asegurar las condiciones de acceso real de la oferta agropecuaria colombiana.

***Con qué plazos se producirá la desgravación para la exportación de productos agrícolas a Canadá.***

Para llevar a cabo una exportación exitosa hay que tener en cuenta que productos y en qué casos ocurre la desgravación.

Las pulpas de frutas en Colombia se encuentran en la categoría A en donde desglosaremos a continuación

Categoría A (acceso inmediato): Incluye animales vivos, carne de bovino, yogur, huevos fértiles, flores, hortalizas, frutas, embutidos de carne, azúcar de caña crudo, confitería, derivados de cacao, productos a base de cereales, preparaciones de frutas y hortalizas, preparaciones para sopas, alcohol etílico, aguardientes, preparaciones alimenticias para animales, tabaco y cigarrillos, manitol y aceites esenciales. Cabe mencionar que Canadá, tiene libre acceso (free) al

mundo para productos de la oferta exportadora de Colombia como café, banano, aceite de palma, cacao y algunas preparaciones de hortalizas.

Existen importantes oportunidades en sectores de bienes de consumo terminados, entre las que PROCOLOMBIA ha identificado los sectores de aceites y grasas, alimentos de mar, alimentos conservados, alimentos procesados, azúcar, bebidas no alcohólicas, cacao, cigarrillos, confitería, flores, frutas frescas, proteínas concentradas, productos de panadería y vegetales frescos. ([Procolombia , 2011](#))

Nuestro producto tiene un ad valorem de 6%, su impuesto sobre ventas sería 0%, seguro del 2.5%, Impuesto Selectivo al Consumo 0% no aplica el derecho antidumping.

En el siguiente informe ([TFO, 2012](#)) nos muestran los estándares de calidad a la hora de realizar la inspección a la entrada del producto.

### **Estándares de Calidad y Seguridad.**

Cuando se habla de exportar hay que tener en cuenta los mejores estándares de calidad ya que estamos hablando de un producto que se va a consumir, cumpliendo todas las normas que existe con la inspección de alimentos.

En cuanto a la seguridad de los alimentos encontramos que La Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos describe sus esfuerzos para mejorar la seguridad en la provisión de alimentos de Canadá a través de su Programa para el Mejoramiento de la Seguridad de los Alimentos y la campaña de concientización pública Protegiendo Nuestras Fronteras y Cielos. Esta última, centrada en las medidas de bioseguridad mejoradas, tiene la intención de prevenir aún más la introducción de plagas y enfermedades que representan un riesgo para la salud de plantas y animales en Canadá.

Los productores de alimentos elaborados con la intención de exportar a este mercado podrían considerar utilizar las directrices internacionales de seguridad similares para ajustar su producción y sus sistemas de monitoreo. ([Procolombia, 2012](#))

Este tema es muy importante debido a que Canadá tiene un sistema de seguridad avanzado en donde las distintas instituciones muestran sus apreciaciones en cuanto a los temas de salud, nuestro producto ofrecerá todas estas características y como lo hemos dicho se ofrecerá con todos los atributos requeridos por el mercado objetivo.

### **Regulaciones y normas ambientales, restricciones y requerimientos especiales.**

Canadá tiene un esquema como el de los Estados Unidos el cual consiste en Memorándums de Entendimiento (MOUs) o Acuerdos de Reconocimiento Mutuo (MRAs) con los servicios de inspección de terceros países.

Canadá adicionalmente a las normas generales aduaneras, posee regulaciones Específicas para la importación de cierto tipo de productos. 4.1. Regulaciones y Normas Ambientales.

Es considerable que como exportador se cumplan todas las regulaciones de dicho estado como lo es Montreal ya que si no es cumplido es sancionado por las autoridades.

### **Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.**

Las medidas sanitarias y fitosanitarias se rigen por la Ley de Instrumentos Legislativos, el Reglamento de Instrumentos Legislativos, la política del Consejo de Ministros, y la política en materia de reglamentación del Gobierno del Canadá. La Secretaría del Consejo del Tesoro está elaborando una nueva Directiva del Gobierno sobre Reglamentación.

El Ministerio de Salud del Canadá está encargado de establecer las normas y políticas en materia de inocuidad y calidad nutricional que han de cumplir todos los productos alimenticios vendidos en el país. En si se realiza actividades de investigación, evaluación de riesgos con

respecto a la inactividad de los productos alimenticios, examen y evaluación previos a la comercialización de todas las cuestiones relacionadas con la inocuidad de los productos y la nutrición, y reglamentación y registro de los productos plaguicidas y los medicamentos veterinarios utilizados en animales a partir de los cuales se producen alimentos.

El Ministerio de Salud tiene también a su cargo la evaluación de la eficacia del Organismo Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA), encargado a su vez de hacer cumplir las normas y políticas en materia de inocuidad y calidad nutricional de los alimentos establecidas por el Ministerio, y de todos los servicios de inspección, conformidad y cuarentena de los productos alimenticios bajo mandato federal.

### **Etiquetado.**

#### Etiquetado Bilingüe

El etiquetado cumple un importante papel ya que debido a la gran diversidad de razas y de diferentes lenguas, es beneficioso, y práctico para todos los habitantes de Canadá dándoles opción y comodidad a todos sin excluir a ningún tipo de persona que quiere y desee adquirir dicho producto.

Debido a que tanto el inglés como el francés son idiomas oficiales de Canadá, los productos deben estar etiquetados en ambos idiomas.

Para todo bien o producto alimenticio o no - alimenticio pre-empacado, cuyo destino es la venta en cualquier parte de Canadá, se exige etiquetado en Inglés y Francés.

***Embalaje, marcado y etiquetado.***

Pre-empaquetados a los productos que se venden en Canadá están sujetos a los envases y los requisitos de etiquetado. Estos requisitos están regulados por tanto los gobiernos federal y provincial, aunque la mayoría se realiza el gobierno federal.

La Ley de envasado y etiquetado define tres requisitos de etiquetado obligatorios:

- la identidad del producto
- cantidad neta del producto
- distribuidor y el nombre del lugar de domicilio del negocio.

Aunque el Código Universal de Productos (UPC o código de barras) no es requerido ni administrado por el gobierno, prácticamente todos los minoristas exigen que las mercancías sean etiquetadas con una UPC.

***Embalaje o empaque que no daña el medio ambiente.***

La búsqueda de contribuir con el medio ambiente se ha vuelto intensivo ya que día a día el calentamiento global acelerado los mecanismos para ayudar con el medio ambiente, los investigadores canadienses también están buscando formas de mejorar el embalaje para ayudar a prolongar la vida útil y ampliar mercados.

Algunos ejemplos de embalaje novedoso que ya está siendo usado incluyen los plásticos que permiten la circulación del aire mientras se mantiene la humedad, y embalaje que no daña el medio ambiente por ser completamente biodegradable en 14 días.

***Reglamento para el etiquetado de productos alimenticios.***

Las leyes federales encargadas del control al etiquetado de los productos alimenticios en Canadá son: The food and drugs Act and regulations, The Consumer packaging and labelling Act and Regulations, the Canada Agricultural Products Act, (CAPA), the Meat Inspection Act, (MIA), the Fish Inspection Act, (FIA).

Los reglamentos canadienses son, generalmente, muy estrictos con respecto al etiquetado y publicidad de productos alimenticios. Las exigencias aplicables a productos alimenticios empaquetados son, generalmente, más estrictas que para otros tipos de productos. Las etiquetas de productos alimenticios vendidos en Canadá deben incluir de forma obligatoria la siguiente información:

- Nombre común o genérico del producto
- Cantidad neta
- Nombre y dirección del vendedor / distribuidor
- Lista de los ingredientes
- Número y tamaño de cada porción en algunos casos
- Información nutricional en algunos casos
- Indicación de la fecha de vencimiento (consumir antes del año, mes y día) si el producto tiene

una vida en el estante menor a 90 días.

Prohibido la publicidad falsa

No está permitida la publicidad de un producto cuando su etiqueta contiene información falsa o engañosa, como tampoco se puede declarar en una etiqueta la presencia o ausencia de una sustancia o un ingrediente en un producto alimenticio si éste no se encuentra.

**Consumo de frutas exóticas en Canadá.**

El canadiense promedio compra productos frescos al menos una vez por semana y consume entre tres a cinco porciones por día, muy por debajo de las ocho a diez porciones recomendadas por la Guía Alimentaria Canadiense.

El despulpado de fruta en Canadá tiene años dentro de este mercado donde los procesos tecnológicos están basados en la innovación para que sea más eficiente y limpio dentro de la innovación es de mucha importancia los beneficios que tiene para la salud y el medio ambiente como uso de los productos orgánicos. Por otra parte los sabores nuevos y exóticos han despertado intriga en la cocina dándoles un toque internacional a las preparaciones diarias en cada familia.

Lo anterior se ve impulsado por una mayor conciencia por parte de las personas consumidoras, que ha llevado a un renovado interés en los beneficios de productos frescos, no procesados y ricos en nutrientes, sobre todo entre la población de mayor edad en ese país.

Dado que Canadá tiene una temporada de cosecha relativamente corta, el mercado de importación de frutas y verduras frescas allí es amplio.

*Tabla 0-8 Importaciones de Canadá de frutas procesadas*

Data											
Printer Friendly		Other Formats		Create CSV File		Calculation Formulas		Change Base Year		2015 ▼	
Area/Partners of Origin			January - December								
And Consumption Commodities Imported			Cumulative To Date Values in Thousands of dollars								
Partner	Product		2011	2012	2013	2014	2015	Jan - Nov 2015	Jan - Nov 2016	Period/Period % Change (Value)	
<input type="checkbox"/>	Canada	1 +	Fruit, Processed	95,693	119,693	124,488	138,723	157,200	144,467	157,238	9
	Grand Total			95,693	119,693	124,488	138,723	157,200	144,467	157,238	9

**Notes:**  
 1. Data Source: U.S. Census Bureau Trade Data  
 2. FAS Totals include all Agricultural commodities and FAS selected NONAG commodity items.  
 3. All zeroes for a data item may show that statistics exist in the other import type. Consumption or General.  
 4. Product Group : FAS

Fuente: <https://apps.fas.usda.gov/gats/default.aspx>

### **Canales de distribución en Canadá.**

Los canales de distribución en Canadá, los productos hortícolas llegan al consumidor principalmente de dos formas

Grandes Superficies

Hay varias cadenas grandes de supermercados, las principales son, por orden de importancia:

*Ilustración 13 Cadenas supermercados*



- 1) Loblaws
- 2) Sobeys
- 3) Metro
- 4) Safeway

Éstas tienen varias marcas, que se caracterizan por el nivel de consumidores al que van dirigidos. Por lo general tienen unas marcas con productos de alta calidad con un alto nivel de servicio, orientado a clientes de medio y alto poder adquisitivo y marcas más enfocadas con un nivel de calidad y servicio básico que va orientado a consumidores de bajo y medio poder adquisitivo.

Las cadenas antes mencionadas tienen amplia presencia a nivel nacional y tienen grandes centros de distribución y departamentos de compra que se encargan de adquirir productos y establecer contratos directamente con los productores. Es importante mencionar que aunque compran directamente grandes volúmenes de frutas y vegetales, también se abastecen con importadores locales de acuerdo a las condiciones de mercado, demanda y disponibilidad de los productos.

Manejo y distribución de las frutas:

### Importadores y distribuidores

Estas empresas importan y distribuyen una gran variedad de productos frescos y por lo general tienen puntos de venta en las centrales de abastos de las principales ciudades del país. Sus clientes principales son cadenas de supermercados pequeñas y medianas que no tienen los volúmenes y/o la infraestructura para importar productos directamente y además atienden a todos los comerciantes independientes y a la industria de la hospitalidad. En muchos casos, estas empresas también atienden a las grandes cadenas de supermercados, quienes les compran cuando las condiciones de calidad, precio y servicio son mejores que las que ellos pueden encontrar directamente con los productores. Su margen de utilidad es de un promedio de un 15% sobre el precio de compra, pudiendo ser tan bajo como un 10% y tan alto como un 30%, dependiendo del producto y de las condiciones del mercado. (IBF INTERCAMBI, 2014)

Estas cadenas de supermercados pueden ser grandes clientes o aliados estratégicos. Ya que puede generarnos muchas ventajas ya que se podría vender el producto de forma directa a estos para que lleguen a los consumidores; de esta manera contribuiríamos que estas superficies amplíen su presencia a nivel mundial para así tener una mayor penetración de la pulpa de níspero en el mercado.

### **Empresas más importantes productoras y distribuidoras de Canadá.**

Podemos ver ñas diferentes las principales productoras que operan en el mercado de Canadá y las ciudades de donde operan.

Tabla 0-9 Empresas productoras en Canadá

<b>Cadenas</b>	<b>Oficina principal</b>	<b>Origen</b>	<b>Cantidades de tiendas</b>
Loblaw Companies Ltd.	Toronto, ON	Canadiense	1859
Sobeys Inc.*	Stellarton, NB	Canadiense	1392
Metro Richelieu	Montreal, PQ	Canadiense	1150
Great Atlantic and Pacific Co	Great Atlantic and Pacific Co	Estados Unidos	233
Couche Tard	Laval, PQ	Canadiense	1574
7-Eleven	Burnaby, BC	Estados Unidos	476
Northern Sores	Winnipeg, MB	Canadiense	185
Co-op Atlantic	Moncton, NB	Canadiense	64
A. de la Chevotiere	Rouyn-Noranda, PQ	Canadiense	64

Fuente: <http://interletras.com/manualcci/Canada/canada06.htm>

Como podemos ver las diferentes empresas distribuidoras manejan muchas tiendas lo cual nos servirían para incursionar en este País como vemos Montreal maneja 1150 lo cual metro sería una empresa importante para una alianza estratégica.

## **Demanda**

### **El consumidor Canadiense.**

Necesidades del cliente

Con referencia a este estudio de la cámara Canadiense de comercio del salvador. (Cabezas, 2013)

El consumidor canadiense demanda productos de alta calidad frescos y empacados, fáciles de preparar y comer, orgánicos y amigables con el medio ambiente. Productos para el cuidado de su Salud y cuidado personal. Servicios y productos en general con los más altos estándares de calidad.

En edades de 18 y 40 años han evolucionado sus hábitos al consumo en compra para cocinar en casa. Esto hace que estén más dedicados a los hábitos saludables, y para su bienestar. Gracias a la masificación de programas y canales televisivos que se han dedicado a la comida gourmet.

Canadá es uno de los países más ricos del planeta. Y resulta que posee consumidores con elevados niveles de ingreso, En términos generales el ingreso por familia después de impuestos se ubica alrededor de los C \$60,000 (Aproximadamente es el mismo monto de US\$) al año. Dicho ingreso es utilizado para cubrir necesidades de vivienda, transporte y la alimentación de sus miembros.

Según (Proexport Colombia , 2013) en Canadá

La preocupación por el medioambiente y el gusto por los alimentos saludables son factores que predominan en la decisión de los canadienses al momento de adquirir frutas frescas.

Certificaciones como Fair Trade son apreciadas por los compradores porque agregan valor a los

productos. Es necesario destacar que los gustos de los consumidores están enfocados principalmente en sabores exóticos y étnicos, que ofrezcan variedad a precios cómodos.

Es importante tener en cuenta que la población canadiense está envejeciendo, ha aumentado sus niveles de ingreso y ha vivido un cambio demográfico al recibir a inmigrantes de países de África, Asia y Latinoamérica que aumentan la demanda.

La pulpa de níspero ofrecerá un producto de acuerdo a las necesidades de sus clientes aunque la distribución de sus gastos tiene un porcentaje considerable en cuantos a alimentos. Pero en este caso nos adaptaremos a las necesidades de cada consumidor de acuerdo a sus ingresos, preferencias a productos saludables ya que la mayoría de los canadienses se enfocan a aspectos nutritivos.

Los consumidores se dividen en:

Consumidores adolescentes: comprendida por una Población entre los 15 y los 19 años de edad. El 14% son Vulnerables al mercado, influenciados por la publicidad.

Baby busters: Consta de una Población entre los 20 y 30 años de edad donde el 19% de la población total se mantienen al margen del mercado enfocados en satisfacer las necesidades básicas.

Baby boomers lo conforman personas de 55-65 años de edad, donde 6 millones de canadienses son los que se encuentran entre los 55 años, y el 10% de la población cuentan con mejor posición financiera.

Baby boomers edad comprendida entre los 66-80 años: el 85% de este grupo ya no trabaja. Caracterizados por sus actividades altruistas y decisiones de consumo; su dinero lo utilizan para la salud, nutrición y cuidados apropiados que necesitan.

Estas clasificaciones nos muestran sus hábitos de consumo lo cual hay que tener mucho cuidado en la relación de calidad versus precio aunque en la actualidad les ha tocado cambiar su lealtad por marcas, sin salirse de su nicho al cual pertenecen.

Según esta inteligencia de mercados ([Chacón, Servicios Procomer, 2010](#))

El consumidor Canadiense Los factores que influyen en la decisión de compra: Son salud (66%), sabor (38%), seguridad (30%) y medio ambiente (26%).

Tendencia: demanda por productos sanos, variados y de calidad.

Alimentos Funcionales:

A medida que los consumidores están más conscientes de la salud, la demanda de productos con mayores nutrientes y beneficios para la salud se incrementa rápidamente.

Por ejemplo, dentro de estos productos existe un creciente número de productos alimenticios y bebidas que contienen súper frutas (ej.: variedades exóticas como acá, bayas gogi, mangostán, noni así como arándanos).

En general puede afirmarse que los productos alimenticios y las bebidas que contienen estas súper frutas están experimentando un crecimiento acelerado en el mercado canadiense debido a su alto contenido de antioxidantes y sus beneficios nutricionales.

Productos Saludables:

En este aspecto es importante tomar en cuenta que dentro de las principales causas de muerte en la sociedad canadiense se encuentran el cáncer, las enfermedades del corazón, diabetes y enfermedades cerebrovasculares lo que ha dado como resultado que el canadiense se preocupe más por el tipo de alimentos que incluye en su dieta, y concretamente por una mayor ingesta de frutas y verduras.

Innovación:

Las exigencias del consumidor canadiense en lo que respecta a calidad, conveniencia y variedad, han estimulado al sector a producir productos innovadores como son ensaladas “frescas, procesadas, empaquetadas; verduras y mezclas de verduras; fruta deshidratada en cereales; ensaladas de frutas tropicales congeladas.

En esta grafica se muestra la distribución de los gastos de esta población

*Ilustración 14 Distribución de Gastos en Canadá*

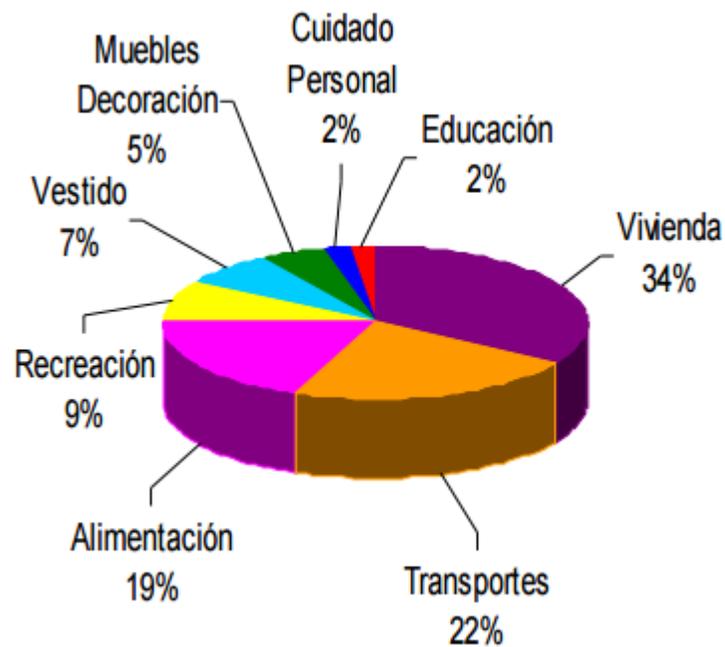


Imagen tomada de:

<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=DD25130D-CDE6-40D2-9128-33EEFC802C85.PDF>

El mercado de frutas tropicales o exóticas está clasificado dentro del grupo de alimentos étnicos en Canadá. Generalmente son productos exclusivos que se dirigen a uno o varios grupos de consumidores y no se encuentran en cualquier almacén de distribución de alimentos.

Existen tres tipos de consumidores de frutas tropicales en el país: los restaurantes y hoteles, los grupos étnicos y el canadiense en general. Cada uno de ellos presenta características particulares donde uno de los factores de mayor influencia en la compra es el conocimiento del sabor y modo de consumo de las mismas.

Hoteles y restaurantes: utilizadas para decoración en postres y bebidas. El consumo es en bajas cantidades y especializado.

Grupos Étnicos: Fieles a culturas y costumbres. Requieren precios bajos para adquirirlas.

Consumidor Canadiense: Viajeros, disposición a nuevos sabores, interesados por la apariencia y uniformidad, exigen información nutricional. Los productos exóticos son adquiridos como lujo.

Los grupos étnicos son los clientes fieles a este tipo de frutas en donde sus compras influyen en la estación del año que el país se encuentra debido a que los alimentos no se encuentran en el país.

Es por ello que la cantidad y variedad de frutas consumidas varían según la estación, siendo el invierno el periodo donde las frutas son más costosas. (Cell, 2008)

También esta página nos muestra otras características (Chacón, Servicios Procomer, 2010)

***Ítems para satisfacer las necesidades del comprador.***

1. Despacho rápido en la producción de muestras.
2. Respuesta en el mismo día (por e-mail, fax o teléfono) a cada comunicación.

3. Entregas a tiempo, con demoras acordadas por adelantado con el comprador
4. Entrega de producto que concuerde exactamente con las especificaciones o muestras acordadas y con cambios acordados por adelantado con el comprador.
5. Continuidad del suministro.
6. Mantenimiento de buena calidad a precio competitivo.
7. Material de embalaje apropiado para embarques marítimos.
8. Instalaciones de manipulación y almacenaje adecuadas.
9. Promoción, especialmente de nuevos productos (incluyendo los nombres de clientes actuales y pasados y/o sus países).
10. Conocimiento de las condiciones de pago.

*Atributos consultados para una exportación atractiva.*

- Precio
- Calidad
- Etiqueta
- Seguridad del producto
- Innovación del producto
- Empaque
- Marca
- Sabor del producto

Estas apreciaciones nos generan a realizar un producto de calidad y de un alto potencial en su sabor, precio, y contenido ya que Canadá es un público exigente a la hora de comprar productos

de otros países, pero como podemos ver que la pulpa de níspero es considerablemente un producto novedoso, innovador y atractivo por sus componentes ayudando en la facilidad de su consumo sino que es conocida como la “fruta de la belleza” por sus propiedades nutritivas.

### **Estrategias para la penetración del mercado Canadiense.**

Gracias al tratado de libre comercio que hoy en día tenemos con Canadá nuestro proceso de incursionar en el mercado es más fácil y completo, lo cual sería contar con un intermediario o distribuidor establecido en Canadá que conozca y maneje adecuadamente el sector de ventas de alimentos al detal con todos sus requerimientos.

#### **Publicidad:**

Se invertirá en publicidad dando a conocer nuestro producto como volantes, vallas; Por último la implementación de una página web y redes sociales.

#### **Promoción:**

A nuestros clientes fieles se les ofrecerán descuentos por compra de nuestro producto, y ofreceremos degustaciones; para mantener una imagen agradable.

Otra parte fundamental son los eventos y ferias que se realizan en Canadá ya que por medio de estas estaríamos dándonos a conocer en nuestro mercado objetivo y tendríamos relaciones empresariales con empresas muy importantes.

A continuación mostraremos los principales eventos que nos impulsaran para la muestra de nuestro producto <http://www.organic-bio.com/es/ferias/>

#### **Eventos.**

Asociación Canadiense de Alimentos Saludables

Febrero 16-18

Montreal, QC

Abril 16-19

Vancouver, BC

Septiembre 6-9

Toronto, ON

Descripción: La Asociación de comida saludable de Canadá con 3 exhibiciones.

### **Precios**

Los precios de frutas en Canadá varían de acuerdo a las temporadas pero hicimos un bosquejo que se encuentran desde 3,60C\$ dólares canadiense ósea 2,87\$ dólares hasta los 4,00 C\$ por Kg.

<https://preciosmundi.com/canada/precios-supermercado>

<https://www.livingin-canada.com/food-prices-canada.html>

En Colombia el costo de una libra equivale a \$3.000 (3 unidades), sin embargo el costo de las frutas con mayor estándar de calidad aumentaría un 25 %. El costo del proceso de despulpado esta en torno a los 4000 \$/Kg y un empaque dependiendo del diseño, materiales utilizados, propiedades de barrera requeridos por las autoridades fitosanitarias del país destino. El precio de la pulpa de Níspero estaría en los \$9.000: 3,80 dólar Canadiense un precio competitivo.

En cuanto a la compra al por mayor ofrecen cajas que oscilan entre 6 a 8 kilogramos a un precio de \$50.000 0 \$60.000 dependiendo de los cambios climáticos.

### **Logística de exportación**

#### **Distribución:**

Nuestra distribución va desde la empresa donde se elabora la pulpa de níspero que estará ubicada en Cartagena luego de esto se embarcara al puerto de la misma ciudad para que los costos de transporte no se incrementen tanto .Posteriormente se realizará la entrega en Canadá

por el medio de transporte que se va a encargar de distribuir en los puntos de venta ya sean los supermercados, restaurantes y hoteles hasta llegar al consumidor final.

### **Servicios marítimos:**

En Colombia existen varias opciones para el envío de mercancías desde Barranquilla, Buenaventura, Cartagena y Santa Marta destinados para el trayecto de 9 días.

Como proveedor principal tendríamos al cultivo de níspero una empresa informal que tiene como dueño a Ramiro Salcedo donde se contacta al cel. 3005456022  
correo:ramiro\_salcedo30@hotmail.com

El cual desde nuestro punto de embarque que sería Cartagena hasta el puerto de Montreal el cual durará para llegar en un tiempo de tránsito de 9 días.

### **Acceso Marítimo**

Canadá cuenta con una amplia infraestructura portuaria, que se extiende a lo largo de la costa oriental y occidental, lo cual ha permitido la construcción de más de 200 puertos y subpuertos, que en su gran mayoría satisfacen la demanda de comercio del país.

El país cuenta con más de siete puertos de gran importancia, sin embargo, el transporte marítimo desde Colombia hacia Canadá tiene principalmente como destino final los siguientes puertos: Halifax (Nueva Escocia), Montreal (Quebec),

Toronto (Ontario), Vancouver (Columbia Británica), que gozan de autonomía en su administración. La distribución geográfica de estos puertos y su interconexión con los principales puertos de Estados Unidos permiten concentrar la mayoría del tráfico marítimo desde Colombia hacia Canadá, favoreciendo las actividades relacionadas con el embarque, navegación, manejo y almacenaje de todo tipo de carga. ([Colombia Trade, 2011](#))

Como ya hemos visto lo importante es que nuestro producto vaya desde la empresa donde se realiza el producto que estaría ubicada en Cartagena hasta el puerto de esta Ciudad hacia nuestro destino Canadá.

*Ilustración 15 Acceso marítimo Colombia Canadá*



Fuente: [http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/Perfil%20Canad%C3%A1\\_0.pdf](http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/Perfil%20Canad%C3%A1_0.pdf)

## Navieras

*Ilustración 16 Navieras prestadoras de servicio en Canadá*

### Líneas navieras y consolidadores con oferta de servicios a Canadá



En este punto escogeríamos de naviera a Hapag – Lloyd quien se encargaría de transportar nuestro producto hasta nuestro destino final Canadá.

### Incoterm

El Incoterm que se utilizaría para llevar a cabo este proyecto sería FOB ya que nos permite negociar de la mejor manera con los compradores.

A continuación basándonos en esta información (Businesscol, 2017) describiremos sus características:

#### FOB (Free On Board) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido)

La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido el comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto.

El término FOB 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 necesario
- Empaque y embalaje

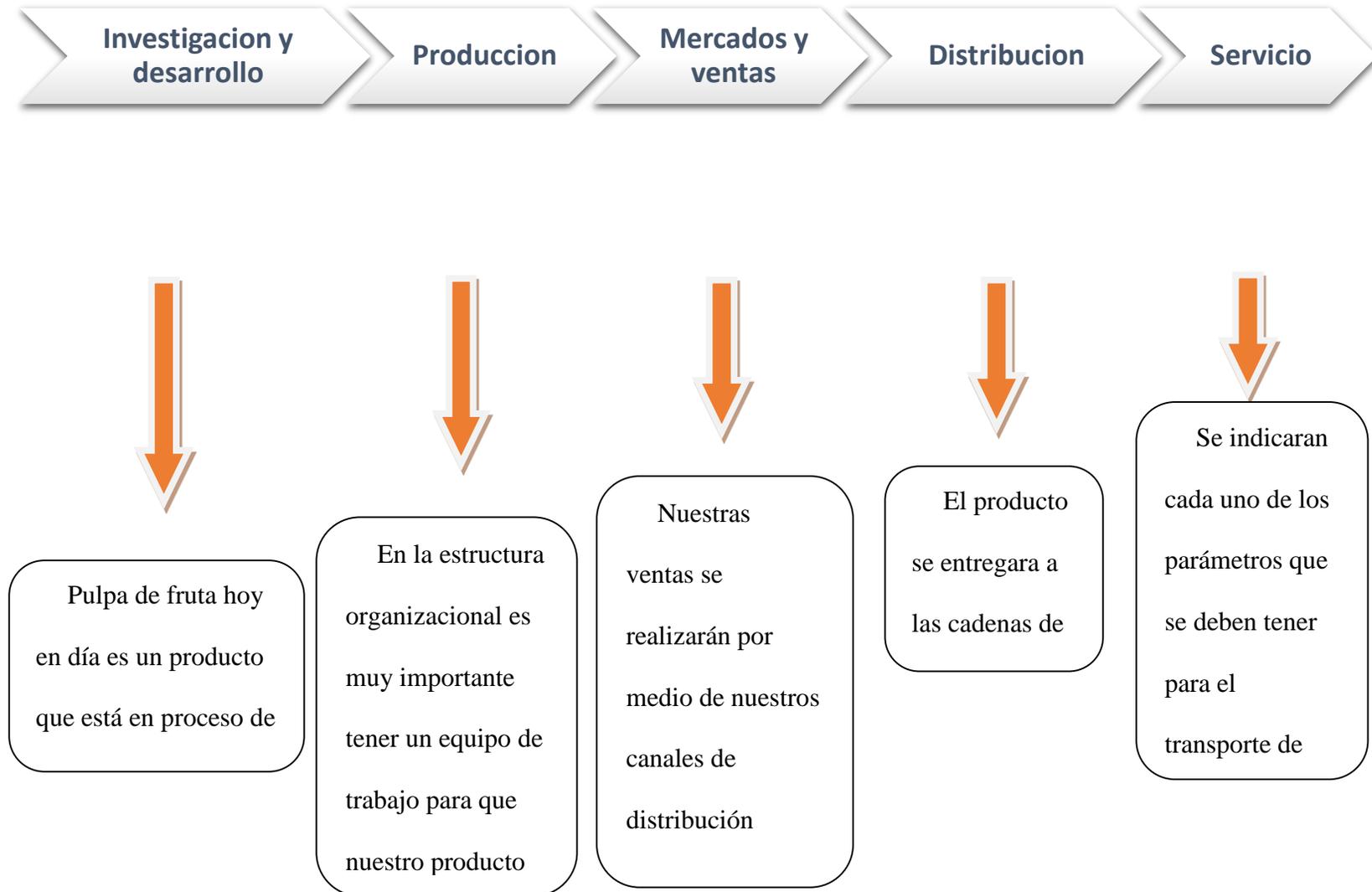
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

#### Obligaciones del Comprador

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

- Demoras

Cadena de Valor



**Exportadores desde Colombia, Empresas que pueden representar con las exportaciones a Canadá.**

Las principales empresas exportadoras de frutas en Colombia que nos representarían con las exportaciones a Canadá son:

- OCATI S.A
- NOVACAMPO S.A
- CI. CARIBBEAN EXOTICS
- CI. ANDES EXPORT COMPANY S.A
- C.I VERDEFRESH E.U
- C.I FRUTIEREYES
- F L P COLOMBIA S.A.S.
- C.I ANDINO FRUIT LTDA
- COLOMBIA PARADISE SAS
- SANTANA FRUITS S.A.S.
- COUNTRY FRUITS COLOMBIA LTDA.
- C.I. FRUTIERREZ S.A.
- FRUTEXPO S.C.I. LTDA.

Fuente: <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/estudio-frutas-exoticas-colombia-completo.pdf>

**Empresas exportadoras de pulpa de frutas de Colombia**

COMPANIA INTERNACIONAL AGROFRUT S A

PULPAS FRUTAS DEL CAMPO S.A.S

PULPAS Y FRUTAS DEL CAMPO LTDA

PULPA DE FRUTA TROPICAL E. U

PULPAS Y FRUTAS MERLOW S.A.S.

PULPAS Y FRUTAS MERLOW S.A.

Fuente: <http://empresite.economistaamerica.co/Actividad/PULPA-DE-FRUTA/>

Tabla 0-10 Exportaciones de frutas de Colombia

Area/Partners of Destination And Commodities Exported		January - December Cumulative To Date Values in Thousands of dollars									
Partner	Product	2011	2012	2013	2014	2015	Jan - Nov 2015	Jan - Nov 2016	Period/Period % Change (Value)		
<input type="checkbox"/>	Colombia 1 +	Fruit, Processed	126	264	779	1,640	3,073	2,736	3,239	18	
	Grand Total		126	264	779	1,640	3,073	2,736	3,239	18	

**Notes:**  
 1. Data Source: U.S. Census Bureau Trade Data  
 2. Product Group : FAS (Agricultural)

Fuente <https://apps.fas.usda.gov/gats/default.aspx>

Como podemos ver Colombia ha venido creciendo en las exportaciones de frutas procesadas aunque Colombia no exporta en gran cantidad por esta razón es muy importante aprovechar esta oportunidad para incursionar en este País, a impulsar este tipo de productos y generar alianzas para ingresar el producto al mercado final.

***Requisitos para exportar un producto desde Colombia hasta Canadá.***

Para nuestra exportación de la pulpa de níspero es necesario tener en cuenta los siguientes requisitos:

- ✓ Pro-Colombia lo orienta en la evaluación del potencial exportador de su empresa y en la definición del plan de internacionalización.
- ✓ Registre su empresa como exportadora en el Registro Único Tributario (RUT).

La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o del otorgamiento del visto bueno, deberá entonces el exportador tramitar ante la autoridad correspondiente y obtener con anterioridad a la exportación los vistos buenos o requisitos especiales que de conformidad con las normas vigentes (circular 077 Mincomex) requiera su producto para ser exportado. ([Proexport, 2014](#)).

Por medio del cual la entidad encargada de la expedición de los vistos buenos es el **INVIMA** que se especializa en: Glándulas y Órganos de Origen Humano, productos farmacéuticos y de cosmetología, productos alimenticios.

## **Análisis financiero**

Proyección financiera general del proyecto

### **Criterios de proyección.**

- IPC= Índice de precio del consumidor = 4,1% este indicador lo tomamos ya que nos permite saber cuánto es el crecimiento anual de consumidor lo cual nos permite promediar el porcentaje para la proyección de años futuros.
- Crecimiento del Salario Mínimo Legal vigente = 7% nos permite establecer una relación entre la gasto de personal tanto administrativo como operativo para proyectar los próximos 5 años.
- Tasas de Interés = 1,4495% este indicador lo utilizamos ya que las tasas de colocación en bancos comerciales fue establecida en la página oficial del Banco de la Republica de octubre del 2017.
- Crecimiento del sector de transformación de frutas en Canadá que sería el 7,8%

### **Instrumentos de financiación.**

Nuestro proyecto pulpa de Níspero se financiara en su totalidad en el cual nuestro crédito será \$60.000.000 con una tasa de interés del  $1,4495\% * 12 = 17,3940$  en donde se empezara y se mantendrá una cuota de \$ 1.503.895 a un plazo de 5 años que equivalen a 60 cuotas. Al año se pagaran intereses que dan un total de \$9.799.391.

### **Evaluación de la viabilidad financiera.**

Nuestro proyecto nos mostró una Tasa Interna de Retorno (TIR) del: 18,57% este porcentaje del flujo de efectivo neto es muy representativo para sostenernos en el mercado lo cual es un proyecto que genera rentabilidad, donde es posible endeudarse para financiar el proyecto, sin que genere pérdidas.

El valor actual neto (VAN) es 2.474.581 esto nos indica que el proyecto genero riqueza más allá del retorno del capital invertido en el proyecto; un rendimiento mínimo esperado.

**Costos.**

Nuestros costos están divididos en 3 secciones

Gastos de administración : estos costos los promediamos por medio del IPC, y en cuanto a la publicidad el IPC+ 1% , en el gasto de personal en esta sección seria solo el gerente de la empresa este se promedió de 6 meses con el crecimiento del salario mínimo legal vigente que es el 7%. Los otros gastos se estimaron con el 4,1% que corresponde al IPC.

*Tabla 0-11 Gastos de administración*

	2018	2019	2020	2021	2022
GASTOS ADMINISTRACION					
SERVICIOS PUBLICOS (para fabricación)	300.000	312.300	325.104	338.434	352.309
ARRIENDO FABRICA	7.200.000	7.495.200	7.802.503	8.122.406	8.455.424
PUBLICIDAD	2.000.000	2.082.001	2.167.364	2.256.227	2.348.733
PERSONAL	12.000.000	12.840.000	13.738.800	14.700.516	15.729.552
ENSERES ( Computador, escritorio, telefono)	1.200.000	1.249.200	1.300.417	1.353.734	1.409.237
PAPELERIA	600.000	624.600	650.209	676.867	704.619
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	23.300.000	24.603.301	25.984.397	27.448.184	28.999.875

Fuente: elaborada por las autoras

**Gastos de Operación**

En los gastos de personal se relacionaron 5 trabajadores y lo estimamos en los primeros 6 meses por el salario mínimo legal vigente. Los demás gastos se les aplico el IPC para los años siguientes.

*Tabla 0-12 Gastos de operación*

	2018	2019	2020	2021	2022
GASTOS OPERACIÓN					
MAQUINARIA	13.000.000	13.533.000	14.087.853	14.665.455	15.266.739
TRANSPORTE	2.300.000	2.394.300	2.492.466	2.594.657	2.701.038
EMPAQUE	1.000.000	1.041.000	1.083.681	1.128.112	1.174.365
EMBALAJE	800.400	833.216	867.378	902.941	939.961
ETIQUETA	500.000	520.500	541.841	564.056	587.182
DOCUMENTACION	500.000	520.500	541.841	564.056	587.182
BANCARIOS	100.000	104.100	108.368	112.811	117.436
PERSONAL	22.131.510	23.680.716	25.338.366	27.112.051	29.009.895
TOTAL GASTOS OPERACIÓN	40.331.910	42.627.332	45.061.793	47.644.140	50.383.799

Fuente: elaborado por las autoras

Costos materia prima

En esta otra sección solo se estableció los costos de los nísperos para la elaboración de la pulpa de níspero.

Tabla 0-13 Costos materia prima

	2018	2019	2020	2021	2022
COSTOS	15.000.000	16.773.813	19.567.290	23.014.945	23.958.558

Fuente: elaborado por las autoras

Establecimos los ingresos por medio de \$10.000 unidades a \$9.000 Que nos dio un total de \$90.000.000.

Tabla 0-14 Ingresos

INGRESOS	2018	2019	2020	2021	2022
INGRESOS	90.000.000	104.220.000	125.897.760	153.343.472	165.304.262

Fuente: elaborado por las autoras

**Punto de equilibrio.**

El punto de equilibrio lo estimamos de acuerdo al primer año que se da el inicial de operaciones el 2018, tenemos una estructura sólida de nuestros costos fijos que no van a variar independientemente de las unidades producidas.

A continuación Encontramos la tabla de costos, con su respectiva naturaleza y la distribución porcentual de cada uno.

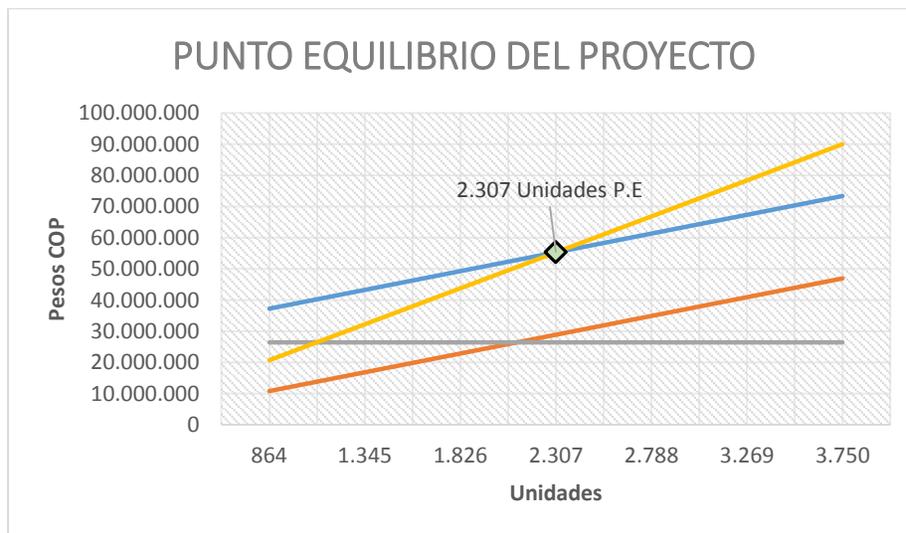
Tabla 0-15 Distribución costos

DISTRIBUCION COSTOS DEL PROYECTO (1 AÑO VALORES EN PESOS COLOMBIANOS COP)			
DESCRIPCION DEL COSTO	VALOR 2018	% COSTOS	CLASIFICACION
SERVICIOS PUBLICOS (para fabricación)	300.000	0,34%	VARIABLE
ARRIENDO FABRICA	7.200.000	8,14%	FIJO
PUBLICIDAD	2.000.000	2,26%	VARIABLE
PERSONAL	12.000.000	13,57%	VARIABLE
ENSERES ( Computador, escritorio, telefono)	1.200.000	1,36%	FIJO
PAPELERIA	600.000	0,68%	FIJO
MAQUINARIA	13.000.000	14,70%	FIJO
TRANSPORTE	2.300.000	2,60%	VARIABLE
EMPAQUE	1.000.000	1,13%	VARIABLE
EMBALAJE	800.400	0,91%	VARIABLE
ETIQUETA	500.000	0,57%	VARIABLE
DOCUMENTACION	500.000	0,57%	VARIABLE
BANCARIOS	100.000	0,11%	FIJO
PERSONAL	22.131.510	25,03%	VARIABLE
GASTOS FINANCIEROS	9.799.391	11,08%	FIJO
INSUMOS (PULPA)	15.000.000	16,96%	VARIABLE
<b>TOTALES</b>	<b>88.431.301</b>		

Fuente: elaborado por las autoras

Aquí en esta grafica podemos ver los ingresos, costos de fijos y variables en diferentes niveles de ventas de unidades.

Ilustración 17 Punto equilibrio



Fuente: elaborado por las autoras

El punto de equilibrio de nuestro negocio se da cuando se venden 2.307 unidades.

**Conclusiones.**

Tal como se ha venido mostrando en este proyecto vemos que es muy viable realizar la exportación de la Pulpa de níspero al mercado Canadiense ya que es un mercado amplio y muestra expectativas a nuevas ideas de negocios

Esta idea de negocio nos permite concluir que está diseñada en implementar una estrategia empresarial de innovación ya que apunta a un segmento especializado el cual se está desarrollando mucho según las tendencias mundiales que es el cuidado de la salud; este producto es muy aconsejable en determinadas enfermedades como la diabetes, Afecciones hepáticas, intestinales, renales, respiratorias, Sobrepeso.

Según nuestras actividades La publicidad es muy importante dentro de la comercialización de este proyecto ya que por medio de esta nuestra idea se da a conocer al público, las promociones y las degustaciones le dan un punto más a favor ya que el cliente mostrara o no atracción sobre esta.

Lo más importante en estos momentos es lograr un nivel de conocimiento del producto y penetración del mercado debido a que dentro de este nicho no tenemos una competencia directa, para llegar al consumidor final

### **Recomendaciones**

➤ Al ser la pulpa de níspero un producto nuevo en el mercado objetivo se recomienda realizar unas alianzas estratégicas con nuestros principales segmentos al cual llegaremos al mercado para que den a conocer nuestro producto al consumidor final cumpliendo con los objetivos propuestos para ver efectiva la factibilidad del proyecto.

➤ Con base a los distintos escenarios que hemos observado en Canadá recomendamos implementar el siguiente proyecto ya que se podría generar una mayor rentabilidad y mayor penetración en el mercado por ser un producto atractivo.

## Bibliografía

- bussinesscol . (2017). *Incoterm*. Obtenido de  
<http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
- Cabezas, S. (Noviembre de 2013). *Scribd*. Obtenido de  
<https://es.scribd.com/doc/113794459/Perfil-del-Consumidor-Canadiense>
- Canada news. (18 de 04 de 2013). *Canada*. Obtenido de  
<http://canada906.webnode.mx/news/economia>
- Cell, J. (2 de Abril de 2008). *Exotics Fruits*. Obtenido de  
<http://exoticsfruits.blogspot.com.co/2008/04/estudio-de-mercado-canad-frutas-exticas.html>
- Chacón, M. (Julio de 2010). *Servicios procomer*. Obtenido de  
[http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/IC-IM-10-2010\\_Oportunidades\\_en\\_el\\_mercado\\_de\\_Canada\\_pina\\_mango\\_papaya\\_tomate\\_chiles\\_salsas](http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/IC-IM-10-2010_Oportunidades_en_el_mercado_de_Canada_pina_mango_papaya_tomate_chiles_salsas)
- Chacón, M. (Julio de 2010). *Servicios Procomer*. Obtenido de  
[http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/IC-IM-10-2010\\_Oportunidades\\_en\\_el\\_mercado\\_de\\_Canada\\_pina\\_mango\\_papaya\\_tomate\\_chiles\\_salsas](http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/IC-IM-10-2010_Oportunidades_en_el_mercado_de_Canada_pina_mango_papaya_tomate_chiles_salsas)
- Colombia Trade. (22 de 07 de 2011). *Perfil de logística desde colombia hacia Canadá*.  
Obtenido de  
[http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/Perfil%20Canad%C3%A1\\_0.pdf](http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/Perfil%20Canad%C3%A1_0.pdf)
- Datos macro. (2016). *Expansión* . Obtenido de  
<https://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/canada>
- Ferrer, M. (septiembre de 22 de 2015). *Características de las pulpas*. Obtenido de  
<https://prezi.com/socweinr3lb/pulpa-de-fruta/>

Fundación eroski. (26 de Junio de 2013). *Eroski Consumer GUIA PRACTICA DE FRUTAS* .  
Obtenido de <http://frutas.consumer.es/nispero/origen-y-variedades>

IBF INTERCAMBI. (Diciembre de 2014). *Informe sectorial* . Obtenido de  
[http://www.impulsoexterior.com/COMEX/servlet/MuestraArchivo?id\\_=2\\_9657](http://www.impulsoexterior.com/COMEX/servlet/MuestraArchivo?id_=2_9657)

Indexmundi. (2014). *Indexmundi*. Obtenido de  
[http://www.indexmundi.com/es/canada/poblacion\\_perfil.html](http://www.indexmundi.com/es/canada/poblacion_perfil.html)

Irigoyen, J. N. (Enero de 2005). *GUIA TECNICA DEL CULTIVO DEL NISPERO*. Obtenido  
de Sistema de inteligencia de mercado Miniterio de agricultura y ganaderia:  
<http://simag.mag.gob.sv/uploads/pdf/2013819141235.pdf>

Procolombia . (Agosto de 2011). *Procolombia ABC del TLC Canadá*. Obtenido de  
<http://www.procolombia.co/noticias/abc-del-tlc-con-canada>

Procolombia. (2012). *Exportar a Canadá desde Colombia* . Obtenido de  
[http://www.procolombia.co/sites/default/files/colombia\\_ingredientes\\_naturales\\_para\\_la\\_industria\\_alimenticia\\_2012\\_0.pdf](http://www.procolombia.co/sites/default/files/colombia_ingredientes_naturales_para_la_industria_alimenticia_2012_0.pdf)

Proexport. (2014). *Tramites y documentos para exportar Bienes* . Obtenido de  
<https://www.cccbuga.org.co/sites/default/files/descargas/2014/Herramientas%20para%20exportar%20Proexport/Presentacion%20PROEXPORT%20COLOMBIA%20-%20BUGA.pdf>

Proexport Colombia . (2013). *Proexport Colombia*. Obtenido de  
<http://www.colombiatrade.com.co/canada-frutas-frescas>

TFO. (2012). *Exportar a Canadá dese Colombia Ingredientes Naturales alimenticia*.  
Colombia.