

***ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA
PROCESADORA DE FRUTAS (LULO Y MORA) EN EL MUNICIPIO DE
BELÉN DE UMBRÍA RISARALDA***

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR
AL TÍTULO DE TECNÓLOGO INDUSTRIAL**

Director

CARLOS ANDRES BOTERO GIRON

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE TECNOLOGÍAS
PROGRAMA DE TECNOLOGÍA INDUSTRIAL
PEREIRA, NOVIEMBRE 2014**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA
PROCESADORA DE FRUTAS (LULO Y MORA) EN EL MUNICIPIO DE
BELÉN DE UMBRÍA RISARALDA**

PRESENTADO POR:

NIYIRETH HERRERA CARDONA

COD.1088298097

CLAUDIA PATRICIA ISAZA HURTADO

COD: 1087489939

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL
TÍTULO DE TECNÓLOGO INDUSTRIAL**

Director

CARLOS ANDRES BOTERO GIRON

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

FACULTAD DE TECNOLOGÍAS

PROGRAMA DE TECNOLOGÍA INDUSTRIAL

PEREIRA, NOVIEMBRE 2014

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION.....	7
1.MERCADO	
1.1 Investigación de mercados.....	8
1.1.1 Definición de objetivos.....	8
1.1.2 Justificación y antecedentes del proyecto.....	8
1.1.3 Análisis del sector.....	13
1.1.4 Análisis del mercado.....	26
1.1.4.1. Encuesta realizada en municipios del departamento de Risaralda.....	28
1.1.4.2. Mercado Objetivo.....	55
1.1.4.3. Justificación mercado objetivo	55
1.1.4.4. Estimación del mercado potencial.....	56
1.1.4.5. Consumo aparente.....	56
1.3.4 Análisis de la competencia.....	56
1.2 ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	58
1.2.1 Concepto del Producto ó Servicio.....	58
1.2.2 Estrategias de distribución.....	60
1.2.3 Estrategias de Precio.....	60
1.2.4 Estrategias de Promoción.....	61
1.2.5 Estrategias de Comunicación.....	61
1.2.6 Estrategias de Servicio.....	62
1.2.7 Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo.....	62
1.2.8 Estrategias de Aprovisionamiento.....	62
1.3 Proyecciones de Ventas.....	64
1.3.1 Proyección de Ventas y Política de Cartera.....	68

2 .OPERACIÓN

2.1 Operación.....	69
2.1.1 Ficha Técnica del Producto.....	69
2.1.2 Estado de desarrollo.....	70
2.1.3 Descripción del Proceso.....	72
2.1.4 Necesidades y Requerimientos.....	74
2.1.5 Plan de Producción.....	76
2.2 Plan de compras.....	76
2.2.1 Consumos Por Unidad de Producto.....	76
2.3. Costos de producción.....	77
2.3.1 Costo materia prima.....	77
2.4. Infraestructura.....	77
2.4.1 Infraestructura.....	78
2.4.2 Parámetros Técnicos Especiales.....	80

3. ORGANIZACION

3.1 Estrategia Organizacional.....	81
3.1.1 Análisis DOFA.....	81
3.1.2 Organismos de Apoyo.....	82
3.2 Estructura Organizacional.....	82
3.2.1 Estructura organizacional.....	83
3.3 Aspectos Legales.....	84
3.3.1 Constitución Empresa y Aspectos Legales.....	84
3.4 Costos administrativos.....	85
3.4.1 Gastos de Personal.....	85
3.4.2 Gastos de Puesta en Marcha.....	86

3.4.3 Gastos Mensuales de Administración.....	86
4. FINANZAS	
4.1 Ingresos	
4.1.1 Fuentes de Financiación.....	87
4.1.2 Formatos financieros.....	87
4.2 Egresos	93
5. PLAN OPERATIVO	
5.1 Plan Operativo	95
5.1.1 Cronograma de Actividades.....	95
5.2 Metas Sociales.....	97
5.2.1 Metas Sociales del Plan de Negocio.....	97
5.2.2 Plan Nacional de Desarrollo.....	97
5.2.3 Plan Regional de Desarrollo.....	98
5.2.4 Clúster ó Cadena Productiva.....	99
5.2.5 Empleo.....	99
5.2.6 Emprendedores.....	99
6. IMPACTO	
6.1 Impacto Económico, Regional, Social, Ambiental.....	100
7. BIBLIOGRAFIA.....	101

DEDICATORIAS

Agradecerle primero a dios por la oportunidad de estudiar en una de las mejores universidades del país, a mi madre por ser mi apoyo incondicional en todos los campos de mi vida, a mi familia que siempre creyó en mis capacidades y me impulso a ser mejor cada día, a mi hermano por ser mi compañero de lucha. Infinitas gracias a mi compañera Claudia quien emprendió conmigo el camino de la universidad desde primer semestre y se mantuvo ahí siempre como una voz de apoyo no solo en lo académico, sino también en la carrera de la vida. Mil gracias

Niyireth Herrera

Agradezco primero a Dios que me dio la oportunidad de pertenecer a esta institución, a mis padres Cecilia y Hernando que siempre estuvieron apoyándome día y noche para sacar adelante mis estudios y que siempre han estado conmigo en las buenas y en las malas. Gracias a todas aquellas personas que de una manera u otra me apoyaron en este proceso, en especial a mi compañera Niyireth que siempre fue un apoyo muy importante en la carrera.

Claudia Isaza

INTRODUCCION

El presente proyecto pretende mejorar la iniciativa empresarial de los habitantes del municipio de Belén de Umbría del departamento de Risaralda. El desarrollo de este trabajo está orientado a la realización de un estudio de factibilidad de una planta procesadora de fruta. La ejecución del proyecto contribuye a:

Mejor empleo para los campesinos: en el municipio ya que en la actualidad emerge con gran furor la producción de frutas como la mora y el lulo. Los campesinos en este momento le están apostando a la producción de frutas, y con la creación de una planta procesadora los campesinos tiene más oportunidad de producir sus tierras y generar empleo en este tipo de agricultura con los demás habitantes de la región.

Progreso económico: con la siguiente iniciativa se busca el crecimiento y fortalecimiento del municipio, y con esto el incremento de los ingresos que este genera, si la planta procesadora es viable, se fortalece y crece, se aumenta el empleo, los campesinos de la región podrán trabajar en su mismo municipio, esto genera crecimiento y desarrollo municipal. Los campesinos pueden mejorar su calidad de vida y las de sus familias, se podrá invertir más en educación, infraestructura y sustentabilidad.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE FRUTAS (LULO Y MORA) EN EL MUNICIPIO DE BELÉN DE UMBRÍA RISARALDA

1. MERCADO

1.1 Investigación de mercados

1.1.1 Definición de objetivos

- Generar empleo a los habitantes de Belén de Umbría. Empleos directos 8, empleos indirectos 50 o más.
- Generar ingresos tanto a los productores de mora y lulo como a los colaboradores de la planta procesadora.

1.1.2 Justificación y antecedentes del proyecto:

Por medio del presente trabajo se pretende contribuir al desarrollo del municipio de Belén de Umbría, en su aspecto económico y social, con la realización y puesta en marcha de una planta procesadora fruta en el municipio. De esta manera se generara empleo, mejoramiento en la capacidad económica de las personas, lo cual contribuye a la economía local, este proyecto está ligado y va de la mano con proyectos gubernamentales y planes de desarrollo, tanto nacionales, departamentales y municipales. Se busca también que la pulpa de fruta procesada en la planta tenga un sello de calidad lo cual llame la atención del mercado, por lo cual estas pulpas tendrá un valor agregado, la fruta esta cultivada bajo estándares de las diferentes asociaciones del municipio, que buscan sacar fruta con estándares de buenas prácticas agrícolas y producción limpia.

Las empresas procesadoras de pulpas, dulces, jugos, mermeladas y sobre todos aquellas que están orientadas hacia el sector exportador, deben involucrarse directamente en los programas y proyectos departamentales, regionales y nacionales propuestos en el Plan Frutícola Nacional. Productos como mora, maracuyá, mango, lulo, fresa, papaya, naranja, mandarina y tamarindo, que tienen alta participación agroindustrial deben desarrollarse en

una alianza estratégica entre las empresas procesadoras y las asociaciones de productores de las diferentes frutas.¹

Mejor empleo para los campesinos: en el municipio, teniendo en cuenta que en la actualidad emerge con gran furor la producción y consumo de frutas y sus derivados, se evidencia la oportunidad de aprovechamiento del sector.

Tabla 7. Clasificación departamental de acuerdo al consumo de frutas (g*día⁻¹) Colombia- 2005

DEPARTAMENTO	Mediana	Q1: 25%	Q3: 75%	IQR	Moda	Media [∞]	DS [∞]
A. San Andrés, Prov	130,0	80,0	228,0	148,0	57,5	157,9	110,1
Sucre	129,7	62,5	245,0	182,5	80,0	164,8	135,8
Bolívar	128,0	70,0	207,0	137,0	37,5	163,1	117,0
Quindío	116,6	62,5	210,9	148,4	62,5	152,3	124,8
Risaralda	114,0	57,5	201,5	144,0	80,0	151,3	122,3
Bogotá, D.C.	113,0	55,0	202,5	147,5	37,5	152,8	131,4
Boyacá	110,0	60,0	206,2	146,2	80,0	141,3	115,6
Santander	110,0	54,0	211,1	157,1	24,0	157,5	144,2
Cundinamarca	107,8	54,0	219,3	165,3	82,0	147,5	124,1
Córdoba	102,0	47,9	194,8	147,0	102,0	134,0	114,3
Antioquia	101,2	50,7	184,4	133,8	80,0	140,1	128,1
Tolima	100,0	47,9	186,2	138,3	12,0	134,4	118,6
V. Cauca	98,0	48,9	185,1	136,3	12,0	140,4	124,9
Meta	96,5	50,0	182,5	132,5	55,0	128,5	111,4
Chocó	88,3	40,0	184,9	144,9	26,0	133,3	118,4

Sigue

48

PERFIL NACIONAL DE CONSUMO DE FRUTAS Y VERDURAS

Fuente: Perfil nacional de consumo de frutas y verduras:²

Los productores en este momento le están apostando a la producción de frutas, y con la creación de una planta procesadora los productores tiene más oportunidad de producir sus tierras y generar empleo en este tipo de agricultura con los demás habitantes de la región.

Progreso económico: con la siguiente iniciativa se busca el crecimiento y fortalecimiento del municipio, y con esto el incremento de los ingresos que este genera, si la planta procesadora es viable, se fortalece y crece, se aumenta el empleo, los productores de la región podrán trabajar en su mismo municipio, esto genera crecimiento y desarrollo municipal. Los productores pueden

¹ Plan frutícola nacional [en línea] <http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_17_ANEXOS%20PFN%20COLOMBIA.pdf>

² Perfil nacional de consumo de frutas y verduras.[en línea] <http://www.osancolombia.gov.co/doc/Perfil_Nacional_Consumo_FyV_Colombia_2012.pdf>

mejorar su calidad de vida y las de sus familias, se podrá invertir más en educación, infraestructura y sustentabilidad.

Para terminar es pertinente que esta propuesta se desarrolle en conjunto con el plan de desarrollo nacional, departamental y municipal como se muestra a continuación:

Plan de desarrollo nacional 2010-2014 “capítulo III-Crecimiento sostenible y competitividad” El sector agropecuario refleja nuestro deseo y compromiso de aprovechar la riqueza y el enorme potencial del campo colombiano para dar un verdadero salto económico y social en las zonas rurales del país a través de la generación de empleo formal y el desarrollo de emprendimientos exitosos. Considerando el incremento previsto de la demanda mundial de alimentos y las perspectivas de precios altos de commodities para las próximas décadas, sumado a las ventajas comparativas que tiene Colombia en este sector, es indudable que nos encontramos ante una oportunidad que no podemos desaprovechar. El paso siguiente será convertir estas ventajas comparativas del campo colombiano en ventajas competitivas, y de esta manera transitar hacia un sector agropecuario de talla mundial que conduzca a más empleo y menor pobreza para la población rural.³ Esto generará empleos e ingresos, por ende mejorará notablemente la calidad de vida, tanto la de los productores de mora y lulo como la de los colaboradores de la planta procesadora.

Innovación para la prosperidad: Más que desarrollar estrategias para generar innovación en el aparato productivo, se requiere impregnar una cultura de innovación y emprendimiento en todas las esferas del Estado incluyendo, por supuesto, el sector empresarial, las universidades, y la sociedad civil. La innovación constituye el mecanismo óptimo para garantizar la sostenibilidad del crecimiento y la competitividad del país en el largo plazo.⁴

La ley 1014 de 2006 fomento a la cultura del emprendimiento: el gobierno nacional busca con la implementación de esta ley la creación de pequeña, mediana y micro empresa en el país, simplificando tramites, reduciendo costos, aporte de capital semilla y un sin número más de beneficios de fomentar el emprendimiento del pueblo colombiano para la generación de desarrollo, sustentabilidad y sostenibilidad en el país.

Plan de desarrollo departamental: “Implementar a 2500 familias un programa de agricultura básica familiar” “Aumentar a 21.193 toneladas la producción agropecuaria y agroindustrial a fin de facilitar la introducción a los diferentes mercados en el cuatrienio.” Este subprograma busca elevar la competitividad

³ Plan nacional de desarrollo 2010-2014. Juan Manuel Santos [en línea] <<http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=6yjofaugVUQ%3D&tabid=1238>. [junio 29 del 2011]

⁴ Ibit. Pag. 7

del sector agropecuario y es un propósito que exige tomar medidas encaminadas a aprovechar las ventajas comparativas y competitivas del territorio, en este sentido y teniendo en cuenta la oferta ambiental y las posibilidades de competir en los mercados, durante el cuatrienio, se apoyarán prioritariamente los encadenamientos productivos de cafés especiales, plátano, aguacate, cacao, mora y lulo y se hará el acompañamiento a los demás renglones productivos de acuerdo con las necesidades manifestadas por la comunidad. Estímulo al emprendimiento de dos tipos: el de base social y el de alto nivel de tecnología. El primero servirá de suministro de materia prima para el segundo y de generación de bienes de consumo (masivo) para la población, a través de un fondo de inversión empresarial. El segundo, es decir el emprendimiento de alto nivel de tecnología, permitiría el desarrollo de empresas con fuerte aporte de conocimiento lo que significaría en el largo plazo el desarrollo de bienes de capital.⁵

Plan de desarrollo municipal: “DESARROLLO AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAL PARA EL FORTALECIMIENTO REGIONAL”. Generar el desarrollo integral y equitativo de las zonas rurales, garantizar la seguridad alimentaria y el desarrollo de los sectores agropecuario y agroindustrial, en forma sostenible y competitiva. Gestionar la apropiación de tecnología y recursos a los pequeños, medianos y grandes productores generándoles un valor incremental en su sistema productivo. Incrementar el margen de competitividad con el 35% de las líneas o encadenamientos productivos, mediante el fortalecimiento de cada uno de los sectores productivos.⁶

Con la creación de una planta procesadora de frutas (lulo y mora) se mejora en la calidad del producto final (pulpa de fruta) gracias a los conservantes, la pulpa de fruta dura más tiempo antes de iniciar su proceso de descomposición. La calidad de las materias primas, en este caso las frutas para realizar la pulpa depende de los agricultores y de los insumos que estos utilizan para la producción, la planta procesadora realizara procesos de calidad hasta el producto final para el consumidor.

“Desarrollo agropecuario y agroindustrial para el fortalecimiento regional

Objetivos

⁵ Plan de desarrollo de Risaralda 2012-2015 [en línea]<<http://www.risaralda.gov.co/sitio/main/images/stories/2012/Secretarias/Despacho/Documentos/Proyecto-Ordenanza-Plan-de-Desarrollo-2012-2015.pdf> [mayo 22 del 2012]

⁶ Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015, Belén de Umbria.[en línea]< <http://www.belendeumbria-risaralda.gov.co/apc-aa-files/63636332373632303732613365313730/plan-de-desarrollo-2012-2015-diagnostico.pdf> [junio 26 del 2012]

Generar el desarrollo integral y equitativo de las zonas rurales, garantizar la seguridad alimentaria y el desarrollo de los sectores agropecuario y agroindustrial, en forma sostenible y competitiva

Metas:

- Apoyar técnica y financieramente la planta para el procesamiento de plátano, el subsector agroindustrial panelero, planta procesadora de pulpa de fruta y central beneficio ecológico de cafés especiales y la microempresa artesanal.
- Apoyo en la gestión comercial de productos agropecuarios.
- Apoyo técnico y asistencial para las organizaciones defensoras de animales y fauna silvestre
- Capacitar a 480 productores en administración eficiente y sostenibilidad de la finca
- Cofinanciar con los caficultores la adquisición de maquinaria e infraestructura para el beneficio y transformación del café para garantizar la conservación de la calidad, Con practicas ambientalmente amigables.
- Creación de un fondo municipal de garantías para facilitar el acceso a crédito agropecuario con el Banco Agrario.
- Formulación y presentación de 20 proyectos, planes y programas en los sectores productivos municipales (Programas Integrales de Desarrollo Rural con Enfoque Territorial-PIDERT.)
- Poner en funcionamiento el Consejo Municipal de Desarrollo Rural
- Promover en un 100% el crecimiento y sostenibilidad de 8 asociaciones productivas comunitarias
- Reconversión productiva socio ambiental de 1500 ha. sistemas productivos.”⁷

“Las alianzas que existen en el Municipio y mediante las cuales se promueven tanto la producción y comercialización con ofertas exportadoras son: Alianza productiva de Plátano, Mora, Lulo y Caña panelera cada una de estas se realiza a través de las asociaciones productivas (ASMOBEL, ASPLABEL,

⁷ Alcaldía Belén De Umbría. [en línea] <http://www.belendeumbria-risaralda.gov.co/Nuestros_programas.shtml?apc=gcxx-1-&x=3118944> actualizado 11 de Junio de 2012

ASLUBEL, ASOPABEL). En este sentido se cuenta con Plátano, con ampliación de áreas, 105 hectáreas tecnificadas, certificación ante el ICA de 12 fincas, asistencia técnica con buenas prácticas agrícolas. También se trabaja en productos que tienen futuro exportador como mora, lulo, granadilla y caña panelera El Municipio se encuentra incluido en el programa "zona libre de peste porcina sin vacunación" y de igual manera se declaró zona libre de fiebre aftosa con vacunación. Certificaciones hechas a nivel nacional por el ICA. Contamos con 4 líneas de producción con certificación en producción más limpia: Lulo, mora, plátano y cafés especiales (Cuchilla del San Juan)."⁸

1.1.3 Análisis del sector

En Risaralda el sector frutícola ha contribuido, en la última década, a la diversificación y dinamismo de la agricultura, como consecuencia, en gran medida, de la situación cafetera. Este escenario ha favorecido especialmente a los municipios del occidente del departamento como Belén de Umbría, Santuario, Apía y Quinchía, además de Santa Rosa de Cabal.⁹

La pulpa de fruta es un producto natural, utilizado como insumo por la industria alimenticia en la elaboración de jugos, néctares, lácteos, helados, comida para bebés y otros. "Su producción ocupa materia prima seleccionada que, luego de pasar por un proceso térmico que inactiva las enzimas, es tamizada, concentrada y pasteurizada, obteniéndose un producto comercialmente estéril, sin adición de colorantes, saborizantes, perseverantes u otros."¹⁰

El sector de bebidas ha crecido y ha tomado fuerza, eso lo podemos evidenciar con el lanzamiento de nuevas marcas de jugo en el mercado. En Colombia jugos como Ades, HIT, TUTTIFRUTTI, utilizan pulpa de fruta natural para la elaboración de sus jugos.

Realizando alianzas estratégicas con empresas de este tipo, se lograría no solo ofrecer un producto de buena calidad, sino también con un valor agregado.

"Las empresas especializadas en la producción y comercialización de bebidas no alcohólicas, como gaseosas, jugos y tés, se están 'tomando' el país.

⁸Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015, Belén de Umbría.[en línea]< <http://www.belendeumbria-risaralda.gov.co/apc-aa-files/63636332373632303732613365313730/plan-de-desarrollo-2012-2015-diagnostico.pdf>

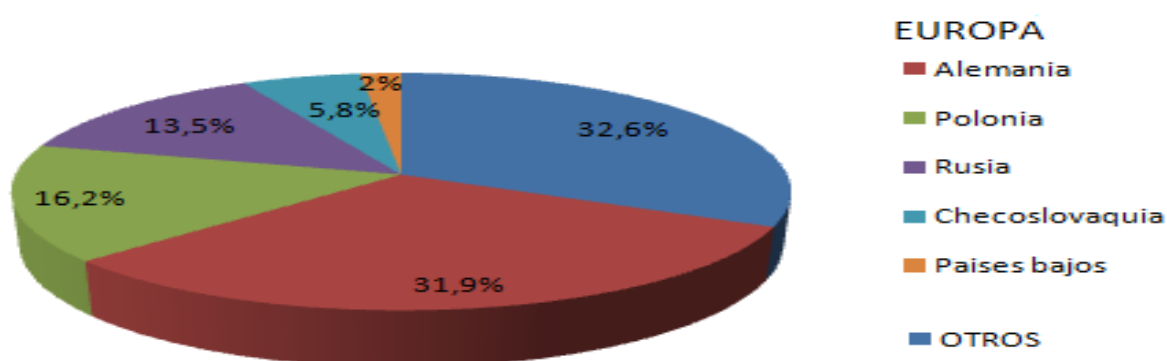
⁹ Plan frutícola nacional. Plan frutícola de Risaralda [en línea] < http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_113_Plan%20NaI%20frur-risaralda.pdf [noviembre 2006]

¹⁰Concagua Foods [en línea] <http://www.aconcaguafoods.cl/productos/linea_pulpas.php?s=productos&s2=linea&s3=pulpa&sub=productos [2013]

Tanto es así que en los últimos cinco años este mercado creció 40 por ciento de acuerdo con Euromonitor, una cifra nada despreciable si se tiene en cuenta que su tamaño llegó a 15,8 billones de pesos al cierre del 2013 (de los cuales 12,5 billones correspondieron a las ventas de jugos y gaseosas).

El jugo también ha hecho lo propio y en el mencionado periodo de tiempo duplicó tanto su tamaño como su participación en la torta, pues pasó de 589.054 millones de pesos y 5 por ciento del mercado, a casi 1,4 billones de pesos y 9 por ciento del total de las ventas. Un caso similar es el de las bebidas energéticas, que multiplicaron sus ventas y pasaron de 349.632 millones de pesos a 592.128 millones de pesos.”¹¹

Mora



Fuente: Elaboración propia de las autoras.

“La producción mundial de mora alcanzó las 260.000 toneladas en 1996, según información de la FAO. Europa participa con el 67,4% de la producción mundial, siendo Alemania el principal productor (con el 31,9% del volumen), seguido de Polonia (con el 16,2%), Rusia (con el 13,5%), Checoslovaquia (con el 5,8%) y los Países Bajos (con el 2,0%). Si se toma en cuenta la información del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la participación de Colombia en la producción mundial en 1996 sería del 15,4% (39.989 toneladas).”¹² “En Colombia la producción de mora paso de 17.700 toneladas en 1992 a 48.121 toneladas en 1998, con una tasa de crecimiento del 15,3% anual en este periodo. Los principales departamentos productores son Cundinamarca, Santander, Huila, Antioquia, Valle, Cesar, Tolima, Risaralda y Caldas. El incremento de la producción respondió a un aumento en el área cultivada, que

¹¹ Los colombianos se toman \$12.5 billones en gaseosas y jugos [en línea] <<http://www.portafolio.co/negocios/consumo-gaseosas-y-jugos-colombia>>

[<http://www.portafolio.co/negocios/consumo-gaseosas-y-jugos-colombia>] [Abril 21 del 2014]

¹² Corporación colombiana internacional [en línea] <http://www.cci.org.co/cci_cci_x/Sim/Perfil%20de%20Productos/perfilmora4.html>

paso de 2.585 hectáreas en 1992 a 5.662 hectáreas en 1998, con un crecimiento del 13.2% anual en el mismo período. El crecimiento de los rendimientos, sin embargo, fue de solo el 1,8% anual.

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la producción de mora en Colombia creció de 20.000 toneladas/año en 1992 a 90.000 toneladas/año en 2008; en este mismo periodo de tiempo aumentó el área sembrada en mora de 3.000 hectáreas a 10.500 hectáreas¹³, En el Plan Frutícola Nacional -PFN (2006-2026)-, se planifica para Colombia un incremento del 94,1% en el área cultivada para el 2026, pasando así de 10743 ha en el 2008, a 20631 ha, lo que generaría aproximadamente 6917 empleos directos¹⁴.

“Según las cifras del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, la producción de mora en Colombia ha mostrado un destacado desempeño durante los últimos 15 años, evidenciando un crecimiento anual promedio de 8,2% entre 1993 y el año 2008, período en el que la producción pasó de 25.878 a 93.094 toneladas, respondiendo a un incremento en la demanda de la agroindustria, del consumo de los hogares, del sector institucional, representado por restaurantes, hoteles, colegios, hospitales, etc. y por las exportaciones de pulpa de mora congelada. El crecimiento de la producción responde principalmente a un incremento en el área cosechada que pasó de 3.482 hectáreas en el año 1993 a 10.743 en el año 2008, registrando un crecimiento anual promedio de 7,4%, y a que los rendimientos por hectárea prácticamente se mantuvieron constantes, oscilando entre 7,5 y 9 toneladas por hectárea.”¹⁵

“En Colombia, aproximadamente el 55% de la producción se ofrece en fresco en supermercados y plazas de mercado para el consumo de los hogares en donde se utiliza para preparar bebidas y dulces, mientras que cerca del 10% se vende a la agroindustria para la preparación de jugos, pulpas, mermeladas, conservas, confites y colorantes. Una mínima proporción de la producción se exporta procesada o congelada en razón a la alta perecibilidad que presenta la fruta en fresco, además de las altas pérdidas post cosecha. Para el mercado

¹³ Desarrollo del cultivo de mora en Colombia [en línea] < <http://www.encolombia.com/NoticieroInformativo/CampoyAgroindustria/Desarrollodelcultivodemora.htm>

¹⁴ Universidad nueva granada [en línea] < <http://www.umng.edu.co/www/resources/MORA.pdf>

¹⁵ Situación Actual y Perspectivas del Mercado de la Mora [en línea] <http://www.midas.org.co/newweb/midas/departamentos/agricultores-y-cadenas-de-valor/pdf/Mercado_Situacion_Actual_y_Perspectivas_MORA.pdf [agosto 2009]

institucional se destina cerca del 5% de la fruta y las pérdidas pos cosecha se sitúan alrededor del 30%.”¹⁶.

“Colombia es un importante exportador de frutas y hortalizas. Bogotá y Cundinamarca representaron el 73% y 20% de las exportaciones nacionales de frutas y hortalizas respectivamente.”¹⁷

Los principales destinos de las exportaciones de mora colombiana por bloques comerciales son: Estados Unidos, La Unión Europea, Canadá, CARICOM (la Comunidad del Caribe), Mercosur¹⁸.

Importaciones y exportaciones de fruta en Colombia



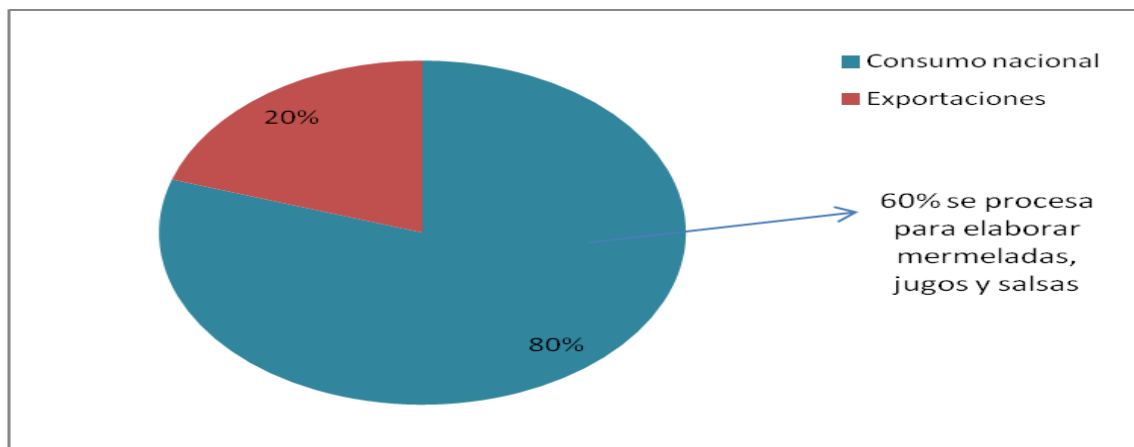
Fuente: invest in Bogotá. Frutas y hortalizas y sus preparados

“La consumen todos los estratos económicos, se exporta y es netamente de agricultura campesina. Estamos hablando de pequeños campesinos que tienen entre 400 y 500 plantas cada uno y que se ubican en zonas agroecológicas que fluctúan entre los 1.800 y los 2.400 metros sobre el nivel del mar.

¹⁶ Ibit.

¹⁷ Frutas y hortalizas y sus preparados. [en línea] <<http://es.investinbogota.org/invierta-en-bogota/en-que-invertir/ciencias-de-la-vida/frutas-y-hortalizas-y-sus-preparados>

¹⁸ Fuente: DANE, DIAN. Cálculos: Corporación Colombia Internacional [en línea] <<http://www.camaralima.org.pe/bismarck/DESCARGAS/AccesoEEUU-UE/GUIAS%20BID/Guia%20practica%20para%20PYMES%20para%20Exportar%20a%20la%20UE.pdf>



Fuente: Elaboración propia de las autoras.

El 80% de su producción es para el consumo nacional. El otro 20%, para exportar, principalmente a la comunidad latina en Estados Unidos y Europa. En Colombia, casi el 60% se procesa para elaborar mermeladas, jugos y salsas. ¹⁹.



INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

Cuadro 95. Área plantada del cultivo de mora y número de unidades productoras, según departamento
22 departamentos
2011

Departamento	Área plantada		Unidades Productoras	
	Hectáreas	Cve	Numero UP	Cve
Total	6.744	14,8	11.893	10,9
Antioquia	760	29,1	948	22,0
Boyacá	387	38,1	1.380	31,3
Cauca	586	52,5	1.135	33,3
Cundinamarca	1.418	26,2	2.677	24,0
Nariño	649	29,5	2.737	22,3
Quindío	84	51,9	105	50,7
Risaralda	463	54,7	364	38,7
Santander	2.049	37,0	1.482	38,1
Otros departamentos	349	41,4	1.066	39,8

Fuente: DANE- ENA 2011

(-) No existen datos

¹⁹ Retos del cultivo de mora [en línea]
<<http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/ndetalle/articulo/retos-del-cultivo-de-mora-variedades-mejoradas-y-acompanamiento-tecnico.html> [junio 27 del 2013]



INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

Cuadro 96. Área en edad productiva, producción y rendimiento del cultivo de mora, según departamento
22 departamentos
2011

Departamento	Área en edad productiva		Producción		Rendimiento	
	Hectáreas	Cve	toneladas	Cve	t/ha	Cve
Total	5.488	16,4	68.461	8,5	12,5	8,5
Antioquia	538	36,3	6.015	15,2	11,2	15,2
Boyacá	282	42,0	4.848	24,0	17,2	24,0
Cauca	519	59,0	1.443	20,6	2,8	20,6
Cundinamarca	1.250	27,8	17.272	6,5	13,8	6,5
Nariño	492	34,4	6.958	15,2	14,1	15,2
Quindío	65	60,4	434	48,6	6,6	48,6
Risaralda	400	58,4	2.137	62,0	5,3	62,0
Santander	1.689	39,4	27.784	7,4	16,4	7,4
Otros departamentos	252	47,7	1.571	26,0	6,2	26,0

Fuente: DANE- ENA 2011

(-) No existen datos

Lulo

La producción de lulo en el país es de 350141 toneladas por año y su mayor productor es el departamento de Huila, también grandes productores son “Cundinamarca, cauca, meta, Valle, Nariño, Antioquia y Tolima”²⁰



INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

Cuadro 91. Área plantada del cultivo de lulo y número de unidades productoras, según departamento
22 departamentos
2011

Departamento	Área plantada		Unidades Productoras	
	Hectáreas	Cve	Numero UP	Cve
Total	5.468	13,8	6.171	10,1
Antioquia	567	74,4	300	33,0
Boyacá	705	34,3	963	27,8
Cundinamarca	529	42,4	788	38,4
Huila	1.161	27,8	945	19,9
Nariño	262	33,7	748	32,0
Norte de Santander	365	44,1	519	33,3
Santander	308	30,7	477	26,9
Tolima	665	47,7	220	42,2
Valle del cauca	453	28,2	634	23,3
Otros departamentos	454	29,5	579	35,7

Fuente: DANE- ENA 2011

(-) No existen datos

²⁰ Universidad de Antioquia · Facultad de Química Farmacéutica [en línea]
<http://huitoto.udea.edu.co/FrutasTropicales/principales_zonas_productoras.html

**Cuadro 92. Área en edad productiva, producción y rendimiento del cultivo de lulo, según departamento
22 departamentos
2011**

Departamento	Área en edad productiva		Producción		Rendimiento	
	Hectáreas	Cve	toneladas	Cve	t/ha	Cve
Total	2.301	23,1	21.232	22,4	9,2	22,4
Antioquia	501	83,5	8.228	14,6	16,4	14,6
Boyacá	425	48,1	4.182	31,0	9,8	31,0
Cundinamarca	169	50,1	2.084	47,0	12,3	47,0
Huila	465	34,3	2.909	37,0	6,3	37,0
Nariño	146	51,0	1.002	50,5	6,9	50,5
Norte de Santander	102	66,1	220	29,9	2,2	29,9
Santander	73	53,2	553	12,4	7,6	12,4
Tolima	251	57,1	294	78,8	1,2	78,8
Valle del cauca	78	45,1	554	56,4	7,1	56,4
Otros departamentos	91	62,6	1.206	11,8	13,3	11,8

Fuente: DANE- ENA 2011

(-) No existen datos

Fuente: DANE

Principales Frutas Consumidas A Nivel Nacional



Gráfico 4. Principales frutas consumidas de acuerdo a la ENSIN 2005
Adaptado de ENSIN, 2005.

Análisis gráfica

Con la anterior gráfica se puede observar como la mora está entre una de las 6 principales frutas consumidas a nivel nacional, también se observa como la participación del consumo del lulo es un poco más mínima, pero igual representativa. Esto es visto como una oportunidad ya que se puede empezar a fomentar el mayor consumo del lulo y la mora en la dietas de las personas.

“El consumo de mora es excelente para el corazón, ya que posee antioxidantes que impiden la producción de grasa en las arterias.

Tiene grandes cantidades de vitamina C y E, por lo que es excelente para prevenir resfriados, tiene más vitamina C que algunos cítricos. También ayuda a cuidar la piel y mantener los dientes sanos.”²¹

“El lulo este fruto posee propiedades diuréticas, lo que ayuda al organismo en cuanto al desecho de toxinas por vía urinaria; incrementa la calidad y cantidad en la formación del cabello y las uñas, además de fortalecer los huesos; también disminuye ligeramente los niveles de colesterol malo en el cuerpo por su contenido ácido”²²

Consumo Nacional en toneladas

²¹ Propiedades, usos y beneficios de la mora [en línea] < <http://suite101.net/article/propiedades-usos-y-beneficios-de-la-mora-a86584#.U734LJR5P1k>

²² Beneficios, Nutrientes Y Propiedades Del Lulo. [en línea] < <http://www.remediocaseronatural.com/comidas-sanas-beneficios-lulo.htm#.U735EJR5P1k>

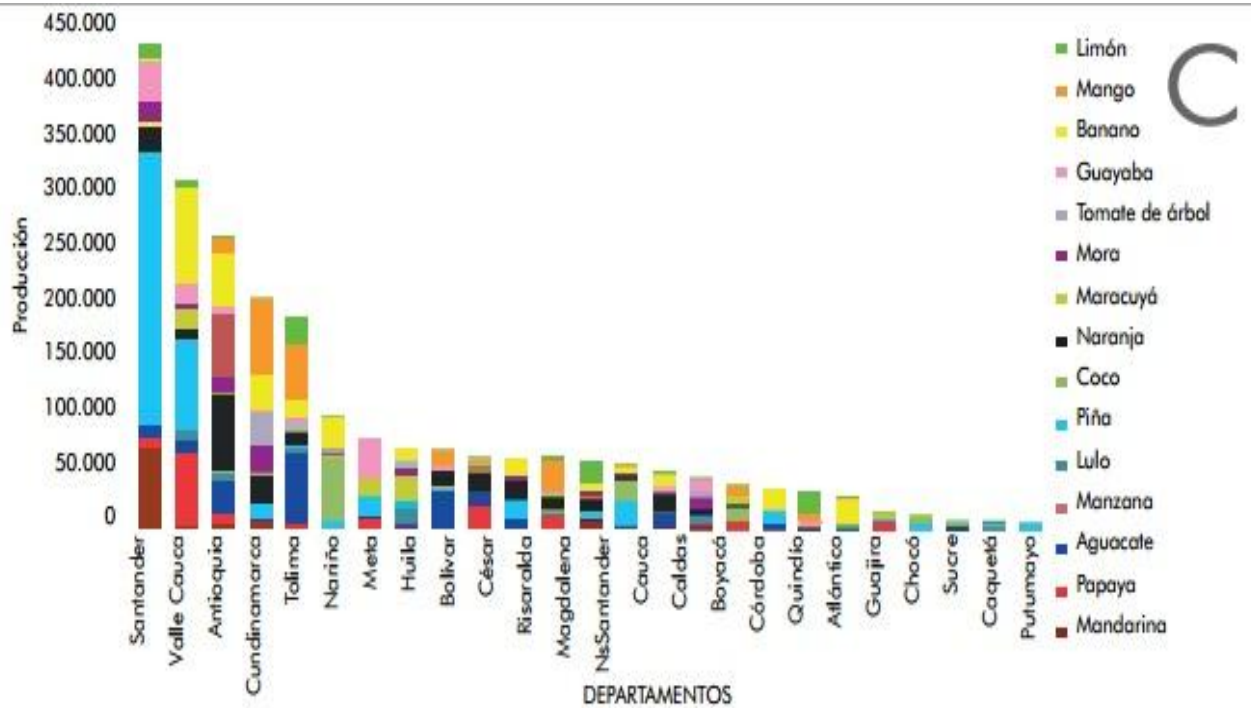


Gráfico 5. A) Producción nacional 2010, B) consumo 2005 y C) lugares de producción departamental 2010, de las frutas más consumidas en Colombia

Fuentes: Agronet, 2012 y ENSIN 2005

Análisis gráfica

En la gráfica se puede observar como a nivel nacional, la mayor producción de frutas está concentrada en la zona de Santander, seguido del Valle del Cauca y Antioquia respectivamente. Risaralda se ha dado más a conocer por su alta producción de café a nivel nacional, pero se observa cómo ha incurrido de manera significativa en la producción de frutas, estando en el puesto número 11 de las regiones productoras de fruta a nivel nacional.

Consumo De Frutas En El Departamento De Risaralda

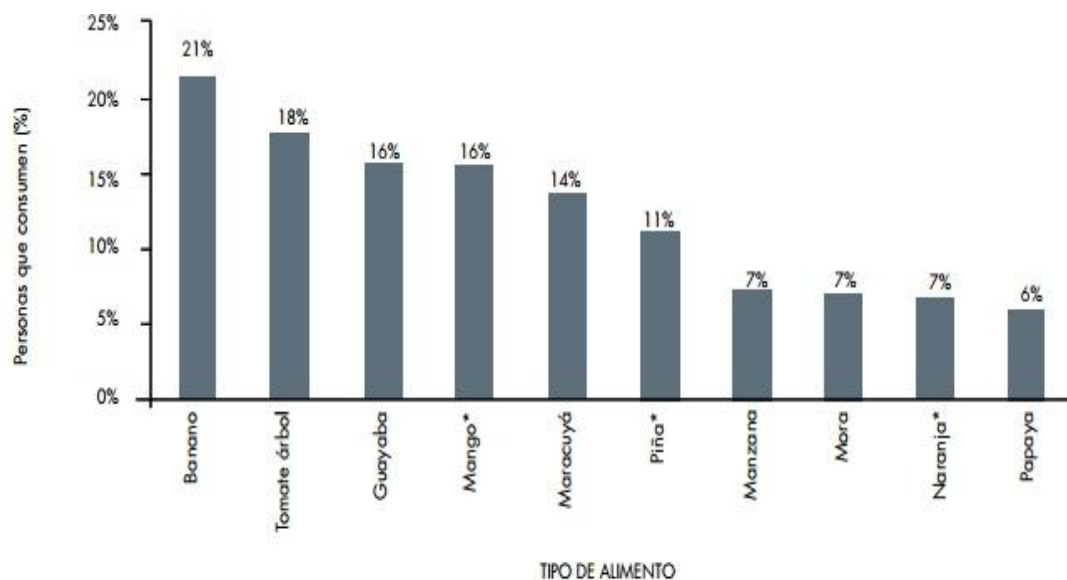


Gráfico 57. Frutas más consumidas en el departamento de Risaralda, 2005
Fuente: base de datos ENSIN, 2005

Análisis gráfica

Se puede observar como la mora y el lulo representa el 7% y 4% respectivamente de la producción del departamento de Risaralda, siendo responsable de esta producción el municipio de Belén De Umbría con 40 toneladas de mora y 60 toneladas de lulo producidas aproximadamente en el mes.

Cultivos En Belén De Umbría

Cuadro N°1.
Area, producción y rendimiento de cultivos en Belén de Umbría

Productos	Area cosechada	Producción	Rendimiento
Café	6.832	10.075	1.47
Plátano	3.723	43.993	11.82
Caña Panelera	169	1.348	8.00
Maíz Tecnificado	180	720	4.00
Naranja	160	4.880	30.50
Aguacate	39	354	8.99
Lulo	40	575	14.38
Mora	26	128	4.90
Otros agrícolas	24	80	3.33
Minería	1.526	1.290	236

Fuente: CARDER

Análisis gráfica

Se puede observar en la gráfica anterior como la producción de lulo y mora están ubicados en los lugares 7 y 8 respectivamente en la tabla de producción del municipio, analizando el contexto la producción de estas dos frutas es significativo si se compite con la producción tradicional de la región, café y plátano, los cultivos por tradición de la región.

La Agroindustria en el Departamento del Risaralda

“En la Visión Risaralda 2017, la agroindustria está considerada como un propósito de desarrollo regional para la producción de alimentos. El alcance de este propósito es que la agroindustria promueva: la capacidad empresarial, la articulación de la producción con las cadenas productivas, la innovación y adaptación tecnológica, la eficiencia e inversión productiva, la organización de la comunidad, el cambio de actitudes, el desarrollo regional, la seguridad alimentaria, la disminución de pérdidas pos cosecha, el aprovechamiento de subproductos; es decir, que se convierta en un factor importante para estabilizar el ingreso del agricultor Risaraldense.”²³

Apuestas productivas estratégicas en el sector agroindustrial de Risaralda (2017)

²³ Transformación y Comercialización del Lulo en el departamento de Risaralda [en línea] <<http://biblioteca.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/10785/1417/4/CDMAE46.pdf> [Pereira 2010]

PRODUCTO	FRUTALES DE CLIMA FRIO MODERADO (MORA Y LULO) Risaralda será el primer departamento proveedor de mora y lulo en fresco, con destino a la Agroindustria de Colombia. Pasará de producir 1923 toneladas de mora por año a producir 6000 y pasar de producir 717 toneladas por año a producir 3000 toneladas.
VENTAJA COMPARATIVA	Productores con vocación, Organización gremial y de productores, Vías primarias y secundarias aceptables, Producción limpia, Facilidad en la consecución de insumos, Instituciones dan apoyo y asesoría a productores, Disponibilidad de tecnología, Centros de acopio acondicionados con cuartos fríos y Disponibilidad de empaques adecuados para el transporte.
VENTAJA COMPETITIVA	Oferta Agroambiental en las zonas productoras actuales para el buen desarrollo de los cultivos. Optimas condiciones organolépticas de la Mora y el Lulo. Alianzas con las Agroindustrias más importantes del país. Alianzas con comercializadoras internacionales.
CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA	Las Agroindustrias establecidas en el Valle del Cauca, Caldas, Antioquia y Risaralda y Comercializadoras Internacionales de Pereira, Bogotá y Medellín.
EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS	Empleos Directos: 1500. Empleos Indirectos: 300.
IMPACTOS ESPERADOS	Potencial de crecimiento: 20% anual
INGRESOS O DIVISAS	\$ 8000 millones del mercado nacional

Fuente: Universidad Católica Popular Del Risaralda. Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas. Transformación y Comercialización del Lulo en el departamento de Risaralda. Andrés Felipe Rueda Hurtado, Laura Vanessa, Calvo Loaiza, Julián Alberto Isaza Henao. 2010.

“La promoción de los cultivos de lulo y mora hace parte de la consolidación de la cadena frutícola de Risaralda. La Apuesta es coherente con las

oportunidades de crecimiento que ofrecen los mercados local, regional y nacional, conformadas principalmente por las agroindustrias establecidas en el Valle del Cauca, Caldas, Antioquia y Risaralda, así como por las comercializadoras Internacionales de Pereira, Bogotá y Medellín.

La posibilidad de ofrecer frutas cultivadas bajo esquemas de producción limpia es una oportunidad para diferenciar los productos de la región y para ganar espacios en nichos especializados de los mercados mundiales. Lo anterior requiere definir un plan exportador en donde se identifiquen claramente cuáles son las oportunidades en el mercado internacional. De otra parte, la planificación de la producción debe estar soportada en el aseguramiento del acceso a factores productivos como tierra, agua, recursos genéticos de calidad y en un proceso permanente de investigación e innovación tecnológica enfocado hacia el aumento continuo de la calidad y la productividad.”²⁴

Algunos de los resultados que se pueden evidenciar en el plan de desarrollo de Risaralda para el año 2012 son:

“Convocatoria de asistencia técnica del Ministerio de Agricultura”: Se Cofinanció dicho proyecto para beneficiar 7 municipios (Pueblo Rico, Mistrató, Balboa, la Celia, Santuario, Belén de Umbría y Apia), con 662 productores, cuyo valor total ascendió a \$ 229.250.000, de los cuales el Departamento aportó \$ 20.000.000.”²⁵

Las frutas, un prometedor sector para ‘sacarle jugo’ a los TLC

“Nuestro país es privilegiado por tener condiciones climáticas adecuadas para todo tipo de cultivo y una gran diversidad de suelos con amplia oferta ambiental, lo que nos pone en ventaja frente a otros países en el tema de la producción de frutas tropicales, asunto que hay que aprovechar frente a los TLC”²⁶

“Unas 280 mil hectáreas están destinadas a los cultivos frutales en Colombia. La calidad de estos y las condiciones climáticas, hacen que el país tenga una gran oportunidad en este sector.

²⁴ Ibid.

²⁵ Informe de avance plan de desarrollo Risaralda 2012 pdf “RISARALDA: UNIDA, INCLUYENTE Y CON RESULTADOS” 2012 – 2015 de Evaluación Plan de Desarrollo. Vigencia 2012. GOBERNACIÓN DE RISARALDA

²⁶ Las frutas, un prometedor sector para ‘sacarle jugo’ a los TLC. [en línea] < <http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/ndetalle/article/las-frutas-un-prometedor-sector-para-sacarle-jugo-a-los-tlc.html> [junio 3 del 2013]

Según el Plan Frutícola Nacional (PFN), su consumo mundial registra una tendencia en ascenso que se puede explicar, además de los cambios en los ingresos y las estructuras poblacionales, gracias a la creciente valoración social y científica de las propiedades nutricionales y funcionales de las frutas.

Durante las últimas cuatro décadas la superficie sembrada en frutas en Colombia ha tenido una dinámica de constante crecimiento, consiguiendo así, aumentar su participación tanto la dedicada a cultivos no transables como en el total del sector de la agricultura sin café. Así, mientras en 1970 la intervención del área frutícola en los no transables era del 1,6 %, en el 2005 esta era del 12,6 %²⁷

En la actualidad las tecnologías utilizadas para la transformación de la fruta a pulpa están en una escala media, se utiliza maquinaria de tecnología sofisticada sin dejar de lado la mano de obra de hombre, las plantas procesadoras actuales manejan procesos semiautomáticos, los cuales facilitan ciertas labores del proceso.

1.1.4 Análisis del mercado

“Actualmente los productos frutícolas de Colombia presentan una gran ventaja competitiva ya que están incluidos en la Agenda de productividad y competitividad de la región, especialmente todos los procesos de mejoramiento en la post cosecha, relacionados con la cadena de la elaboración de jugos de fruta, actividad industrial que a nivel país se concentra especialmente en los departamentos de Antioquia, Cundinamarca y Valle.

Los cambios en las políticas agropecuarias Colombianas responden a la integración e interacción comercial con otros países, exigiéndole al sector económico el direccionamiento hacia la calidad y competitividad en los mercados internos, influenciados por la apertura económica y la expectativa de ingreso de nuevos productos gracias a los tratados de libre comercio y en los mercados externos que buscan la entrada de productos innovadores y atractivos para el público consumidor. La tendencia actual del mercado mundial de bebidas favorece la comercialización de los jugos de frutas, principalmente los que innovan con aromas y sabores, y en especial los de frutas tropicales, La exportación anual de frutas y pulpa de fruta en Colombia pasó de US 23.528.000 en 2003 a 60.080.000 en el 2009.²⁸

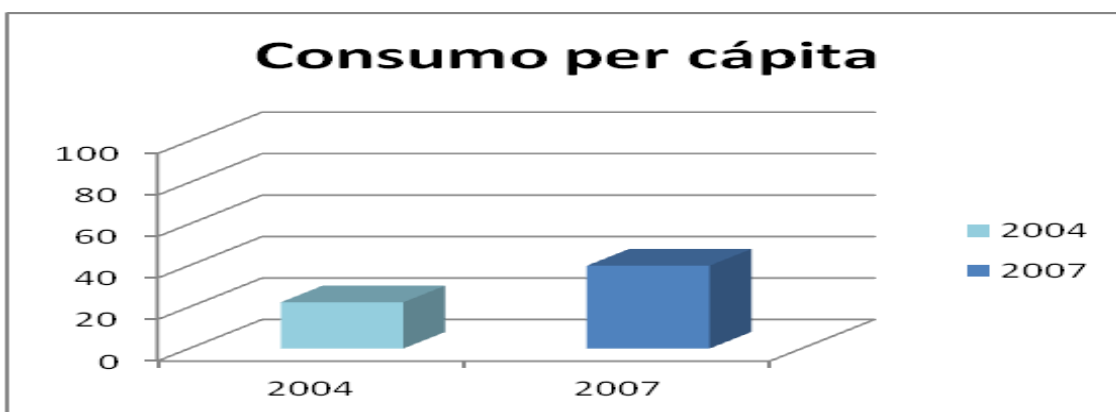
²⁷ Ibit.

²⁸+ Que Sabor pulpa de fruta [en línea] <

http://aplicaciones.ceipa.edu.co/biblioteca/biblio_digital/virtualteca/monografias/que_sabor_pulpa_de_fruta.pdf [2010]

“La agricultura en Colombia se ha caracterizado por los monocultivos especializados por regiones, café en el centro del país, banano en Urabá y Magdalena, arroz en los Llanos y la Costa Atlántica, flores en la Sabana de Bogotá y el Oriente Antioqueño, entre otros en contraste con las frutas tropicales que se caracterizan por demandar pisos biotérmicos específicos y que venían siendo cultivadas por tradición por pequeños agricultores sin tecnificación incluidas como forma alternativa de generación de ingresos. Ha sido la demanda en el mercado interno y el reconocimiento en los países desarrollados del potencial de estos “nuevos sabores”, lo que ha impulsado proyectos productivos a mayor escala.

Existen en Colombia experiencias exitosas de producción de fruta como la del aguacate, cultivo este donde se paso de 114.000 toneladas en 1996 a 185.800 toneladas en el 2005 convirtiéndonos en el 4º productor a nivel mundial, gracias a proyectos de capacitación y asociación de productores en el Valle del Cauca, Tolima, Santander, Cesar, Bolívar y Antioquia, apenas en octubre de 2009 se reportan las primeras exportaciones. El mango, cuyos cultivos pasaron de 8.175 hectáreas en 1995 a 10.909 en 1999, la producción aumento de 96.681,2 toneladas en 1999 a 168.634 en el 2003; el consumo per cápita en Kg. por hab/año en Colombia paso del 2.54 en 1995 a 3.53 en el 2004



El consumo per cápita en Kg. por hab/año de frutas frescas en Colombia paso del 22.34 en 2004 a 40.00 en el 2007, con tasa de crecimiento del 79%”²⁹

“Según un estudio efectuado por el departamento técnico de la Asociación Hortifrutícola de Colombia, Asohofrucol, el consumo promedio per cápita año de frutas en Colombia llega a los 40 kilos para 2007, cuando la Organización Mundial de la Salud, OMS, recomienda 120 kilos. Es decir, que estamos por debajo de la meta propuesta un 200%

²⁹ + Que Sabor pulpa de fruta [en línea] <

http://aplicaciones.ceipa.edu.co/biblioteca/biblio_digital/virtualteca/monografias/que_sabor_pulpa_de_fruta.pdf [2010]

El estudio de Asohofrucol concluye que entre 2005 y 2007 sólo se tuvo un aumento de 3 kilos, pues el consumo per cápita se ubicó en 37 kilos, lo que significa unos 100 gramos diarios”³⁰.

“Una de las prioridades en las políticas del sector agrícola es la integración vertical de la producción, agregando valor desde el productor y mejorando el manejo en la pos cosecha. El mejoramiento desde el productor conlleva necesariamente a la investigación y el desarrollo de tecnologías relacionadas con la elaboración de inventarios de recursos, caracterización y el mejoramiento genético, la fitosanidad y la regularización en la producción lo que exige una mejor interacción entre la academia y el sector productor.

El mejoramiento del manejo post cosecha implica la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías que faciliten la conservación y el transporte de la fruta, con el fin de garantizar el suministro regular de la misma, así como el aprovechamiento de la pulpa para su posterior uso en el mercado nacional e internacional.

El procesamiento de la pulpa de fruta que incluye lavado y selección, molienda y tratamiento térmico, tamizado y refinado, concentración y envasado, soluciona al consumidor final el problema de la selección, lavado, descorchado, despepitado, licuado y colado dependiendo de la fruta, sumando el ahorro en el desperdicio generado por cada kilo de fruta que deberá ser desechado y convertido en residuo.”³¹

1.1.4.1. Encuesta realizada en tres municipios del departamento de Risaralda

Para la realización de la encuesta se utilizó una metodología de preguntas y respuestas que arrojaran la información suficiente para determinar que tan factible es la creación de una planta procesadora de fruta en el municipio de Belén de Umbría, los supermercados encuestados fueron tenidos en cuenta gracias a sus características, debían estar ubicados en las zonas principales de los municipios, ser reconocidos como unos de los mejores.

³⁰ Colombia produce pero no consume fruta [en línea] <<http://www.vanguardia.com/historico/3252-en-colombia-se-produce-pero-no-se-consume-fruta> [agosto 7 del 2008]

³¹ + Que Sabor pulpa de fruta [en línea] <http://aplicaciones.ceipa.edu.co/biblioteca/biblio_digital/virtualteca/monografias/que_sabor_pulpa_de_fruta.pdf [2010]

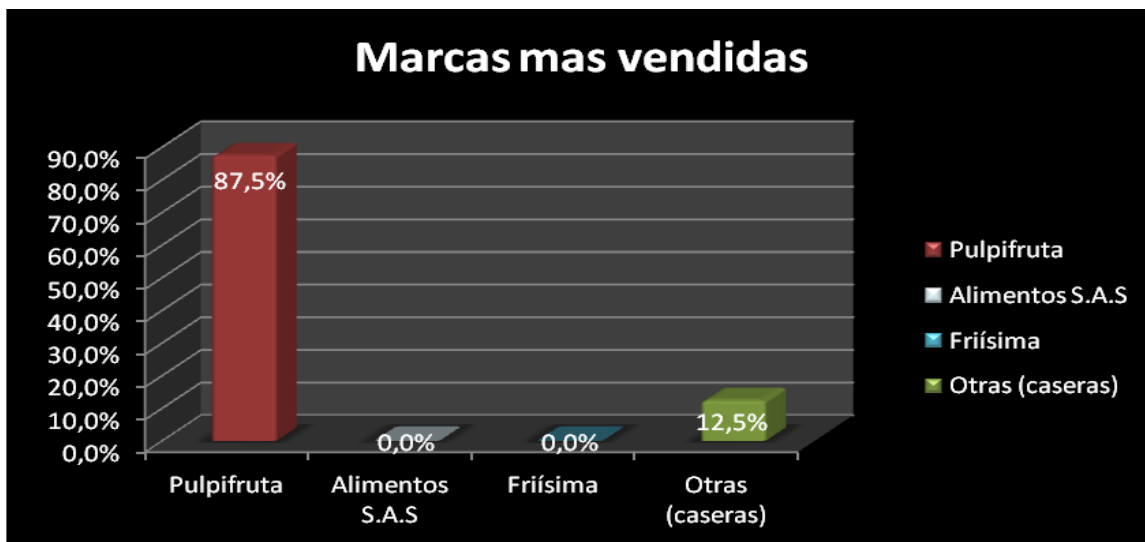
SUPERMERCADO	MUNICIPIO	ENCARGADO
MERCA PLAZA	Belén de Umbría	<i>FERNANDO PEREZ</i>
MERCA AHORRO	Belén de Umbría	<i>MARIA GOMEZ</i>
UNO A	Belén de Umbría	<i>ORLANDO URAN</i>
EL TRIUNFO	Belén de Umbría	<i>ORLANDO URAN</i>
CENTRAL	Belén de Umbría	<i>ALCIVIADES PUERTA</i>
AUTO SERVICIO MERCA TORRES	Mistrató	<i>DIEGO TORRES</i>
EL GANDERO	Mistrató	<i>LORENA CADAVID</i>
EL CUCUTEÑO	La Virginia	<i>FELIPE POSADA</i>

Fuente: creación propia de las autoras

Encuestas de mercado

1. Marca más vendida de pulpa de fruta en el supermercado:

supermercado	Municipio	Pulpifrut a	Alimento s S.A.S	Friísima	Otras
Merca plaza	Belén de Umbría	x			
Mercahorro	Belén de Umbría	x			
UNO A	Belén de Umbría	x			
El triunfo	Belén de Umbría	x			
Central	Belén de Umbría	x			
Merca Torres	Mistrató	x			
El ganadero	Mistrató	x			
El cucuteño	la Virginia				X



Fuente: creación propia de las autoras.

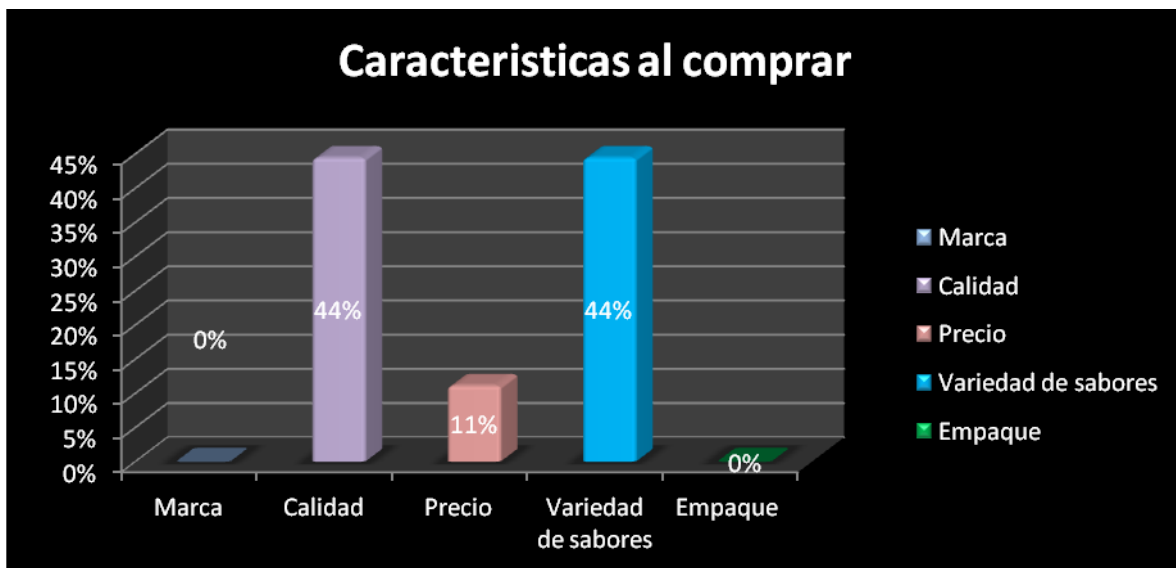
Análisis resultados

Según la información suministrada por los supermercados entrevistados que manejan en gran porcentaje una marca de pulpa en especial, pulpifruta es la pulpa de fruta más vendida en un 87,5% y en un 12,5% manejan las pulpas congeladas caseras esto es visto como una oportunidad de incluir la pulpa de fruta natural al mercado local. Podemos concluir que tenemos una gran oportunidad de competir con la marca Pulpifruta, esto debido a que es una pulpa tratada y no es tan natural y pura como lo es Frutibel.

2. Al momento de comprar pulpa de fruta que es lo que primero tiene en cuenta:

supermercado	Municipio	Marca	Calidad	Precio	Variedad de sabores	Empaque
Merca plaza	Belén de Umbría		x			
Mercahorro	Belén de Umbría		x			
UNO A	Belén de Umbría				x	
El triunfo	Belén de Umbría				x	
Central	Belén de Umbría				x	
Merca Torres	Mistrató		x			
El ganadero	Mistrató		x	x		

El cucuteño	la Virginia				x	
-------------	-------------	--	--	--	---	--



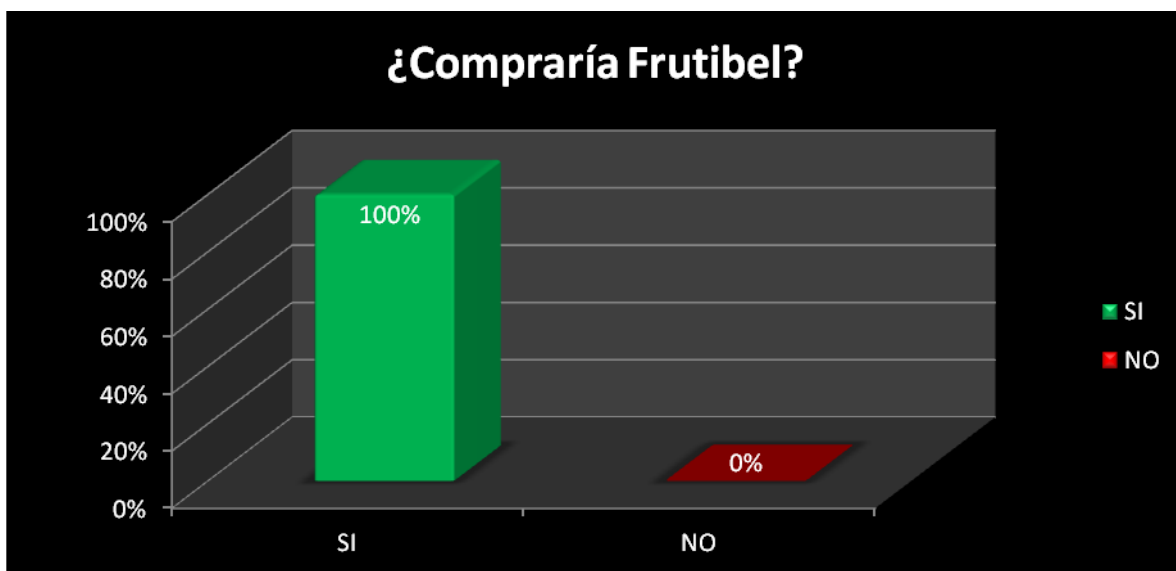
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

Se puede observar como la principal característica tenida en cuenta a la hora de escoger la pulpa de fruta a vender en los supermercados es la calidad y la variedad de sabores con un 44% cada uno, seguida de precio con un 11%, podemos concluir que podemos competir con estas características ya que la calidad es un factor fundamental en la marca.

3. Estaría dispuesto a comprar pulpa de fruta FRUTIBEL.

supermercado	municipio	SI	NO
Merca plaza	Belén de Umbría	x	
Mercahorro	Belén de Umbría	x	
UNO A	Belén de Umbría	x	
El triunfo	Belén de Umbría	x	
Central	Belén de Umbría	x	
Merca Torres	Mistrató	x	
El ganadero	Mistrató	x	
El cucuteño	la Virginia	x	



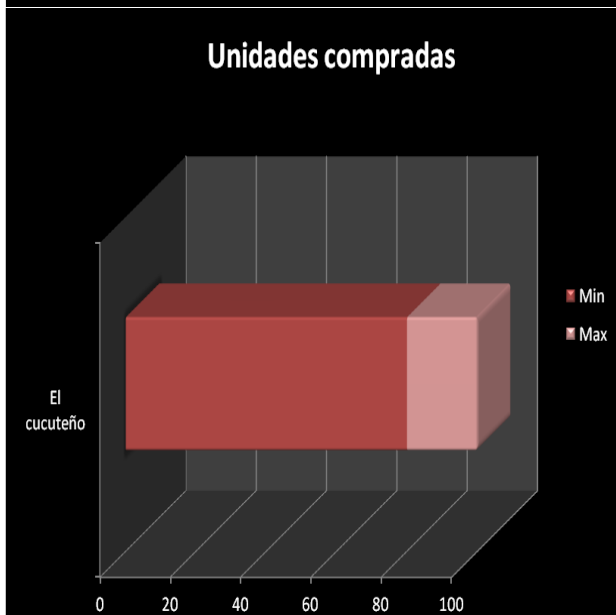
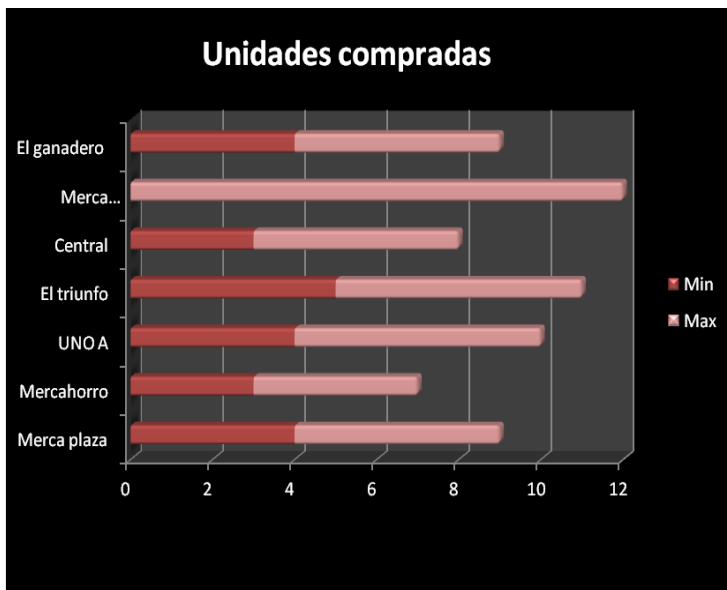
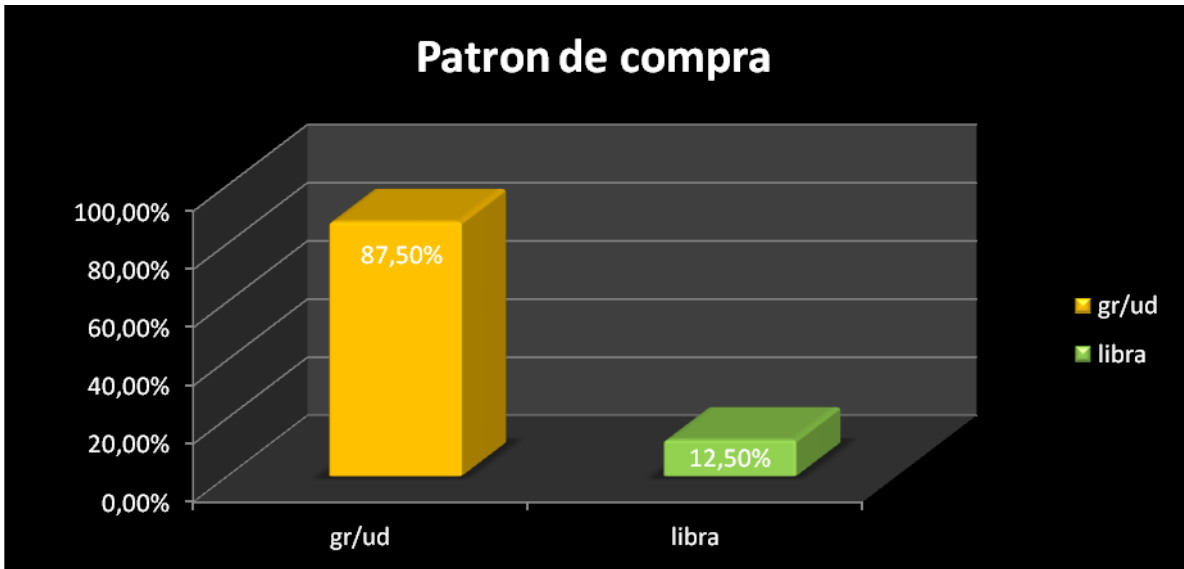
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

Teniendo en cuenta la información obtenida podemos ver como la intención de compra de pulpa de fruta FRUTIBEL, ya que esta es natural y procesada, además de ser un producto 100% de la región. Esto nos demuestra la gran acogida que tendría nuestro producto por sus características.

4. En qué cantidad compra pulpa de mora?

supermercado	municipio	Unidad gr	Libra	Kilo	Otros	cuantas	
						Min	Max
Merca plaza	Belén de Umbría	x				4	5
Mercahorro	Belén de Umbría	x				3	4
UNO A	Belén de Umbría	x				4	6
El triunfo	Belén de Umbría	x				5	6
Central	Belén de Umbría	x				3	5
Merca Torres	Mistrató	x					12
El ganadero	Mistrató	x				4	5
El cucuteño	la Virginia		x			80	100



Fuente: creación propia de las autoras

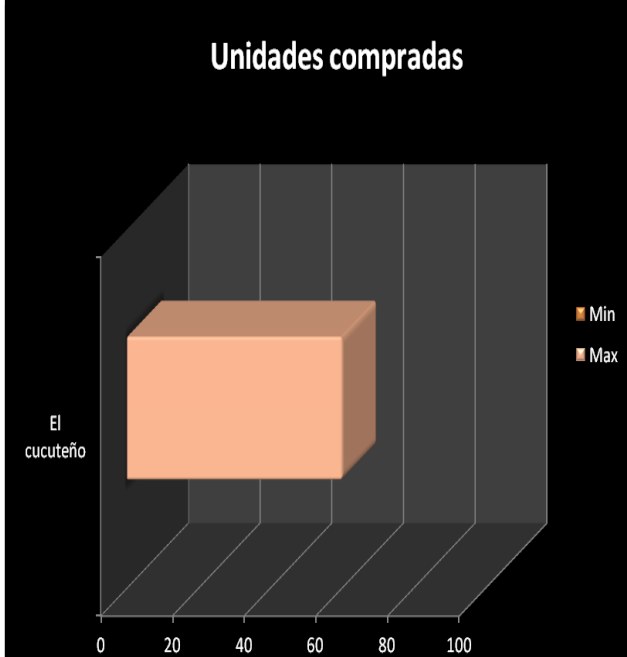
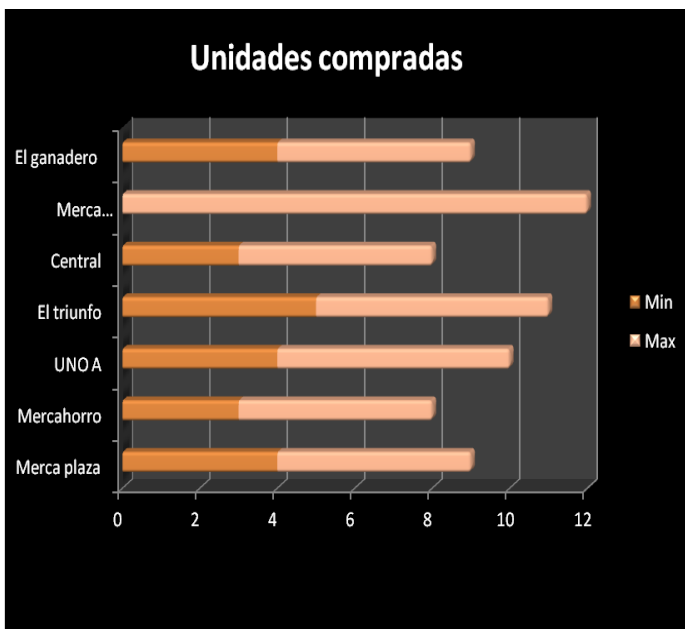
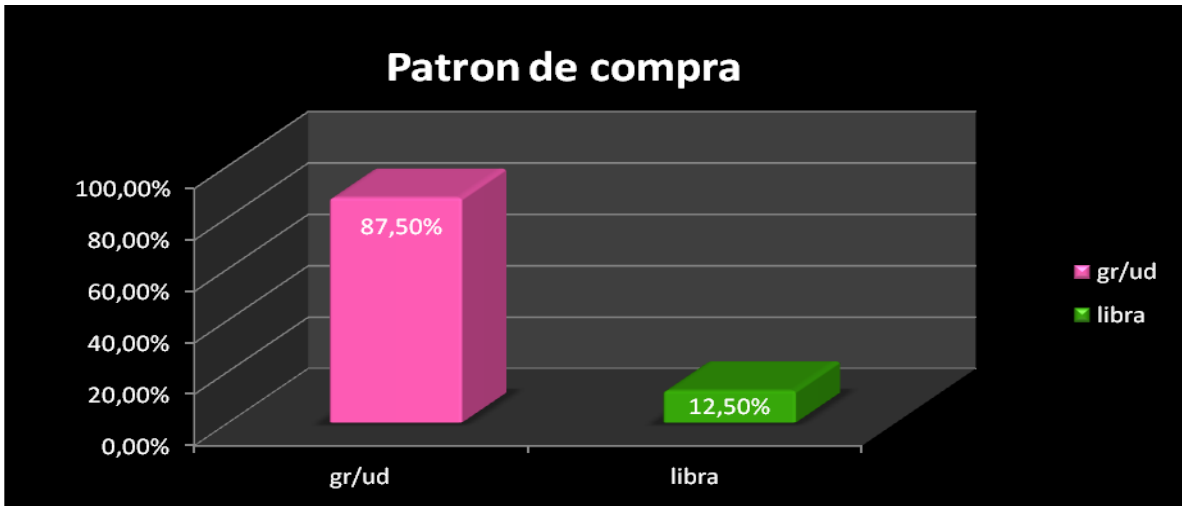
Análisis resultados

podemos observar como cada supermercado varia la compra de pulpa de fruta teniendo en cuenta la rotación de la misma, las cantidades compradas no son muy grandes, pero esto puede ser utilizado a favor de FRUTIBEL al mostrar la calidad del producto frente a la competencia y lograr un posicionamiento en el mercado.

También podemos ver como el supermercado el cucuteños nos muestra una gran variable en sus compras, ya que el tamaño de este es mayor a los supermercados de los otro municipios, es decir sus ventas son mayores.

5. En qué cantidad compra pulpa de lulo?

supermercado	municipio	Unidad gr	Libra	Kilo	Otros	cuantas	
						Min	Max
Merca plaza	Belén de Umbría	x				4	5
Mercahorro	Belén de Umbría	x				3	5
UNO A	Belén de Umbría	x				4	6
El triunfo	Belén de Umbría	x				5	6
Central	Belén de Umbría	x				3	5
Merca Torres	Mistrató	x					12
El ganadero	Mistrató	x				4	5
El cucuteño	la Virginia		x				60



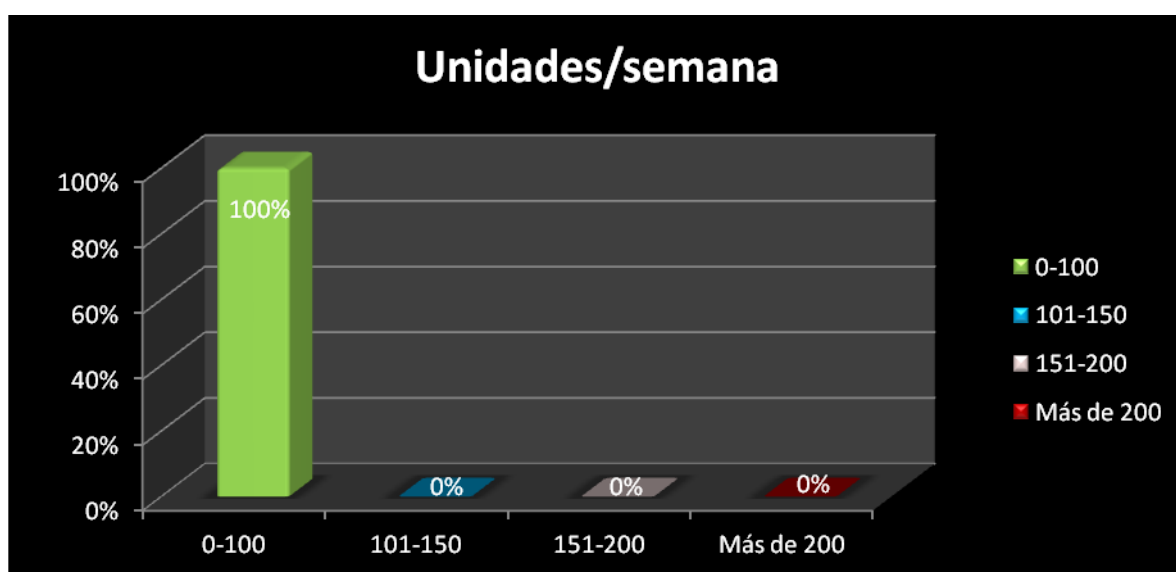
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

Se puede decir lo mismo de las preguntas 4 y 5 las variable en cada caso es que se vende más pulpa de mora que de lulo. Lo que denominamos unidades están dadas en gramos.

6. Cuantas unidades compra por semana?

supermercado	municipio	0-100	101-150	151-200	Más de 200
Merca plaza	Belén de Umbría	x			
Mercahorro	Belén de Umbría	x			
UNO A	Belén de Umbría	x			
El triunfo	Belén de Umbría	x			
Central	Belén de Umbría	x			
Merca Torres	Mistrató	x			
El ganadero	Mistrató	x			
El cucuteño	la Virginia	x			



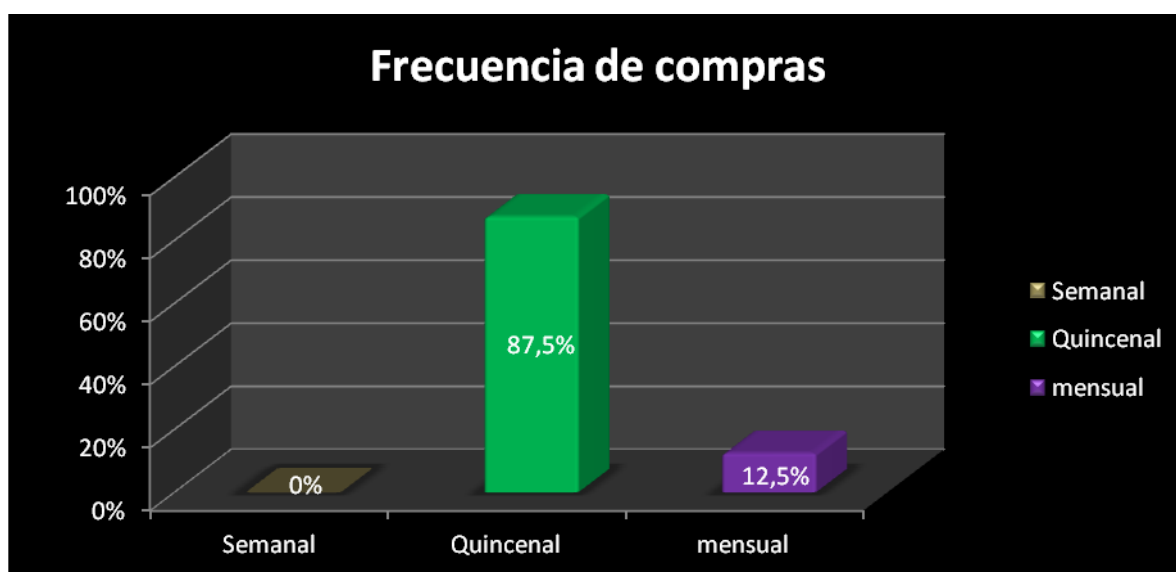
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

Podemos ver como la cantidad comprada de pulpa de fruta no supera las 100 unidades a la semana, esto puede estar dado por la falta de estrategias de ventas por parte de los supermercados hacia los consumidores finales, también se observa una oportunidad, si FRUTIBEL implementa estrategias de ventas en supermercados y consumidores finales la posibilidad se posicionarse en el mercado es evidente.

7. Cada cuanto realiza las compras?

supermercado	municipio	Semanal	Quincenal	Mensual
Merca plaza	Belén de Umbría		x	
Mercahorro	Belén de Umbría		x	
UNO A	Belén de Umbría		x	
El triunfo	Belén de Umbría		x	
Central	Belén de Umbría		x	
Merca Torres	Mistrató		x	
El ganadero	Mistrató		x	
El cucuteño	la Virginia	x		



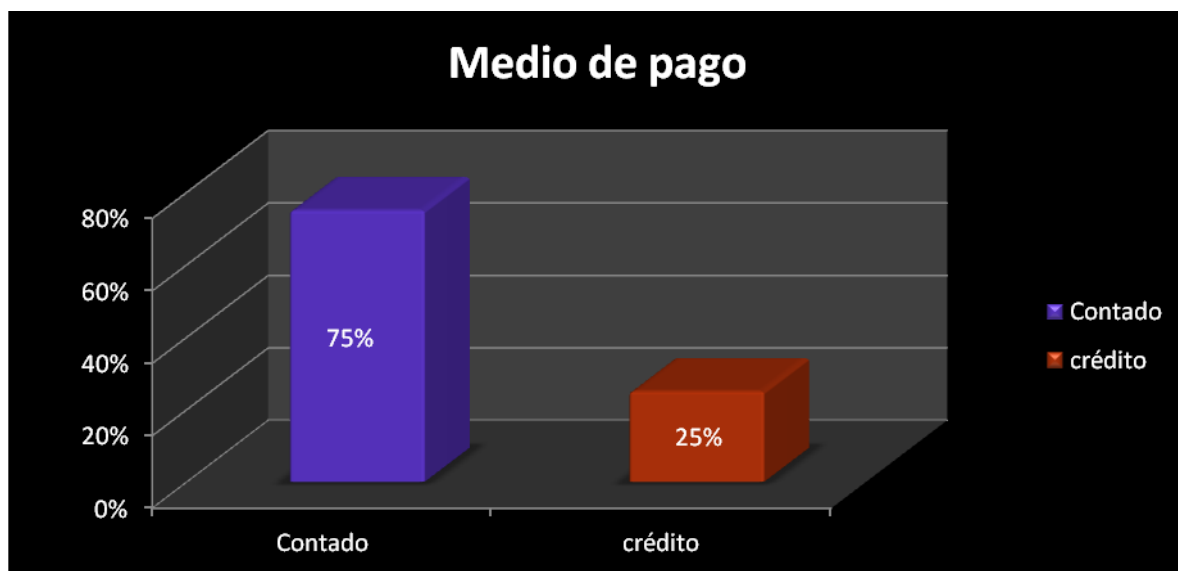
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

Los supermercados de belén de umbría y Mistrató realizan sus compras cada 15 días, esto está dado y que los mercaderistas de la marca pulpifruta pasa solo 2 veces al mes a tomar pedidos. Para el caso del supermercado el cucuteño los pedidos se hacen cada semana debido a las fuertes ventas y la naturaleza del producto.

8. Con que medio de pago realiza la compra?

supermercado	municipio	Contado	crédito
Merca plaza	Belén de Umbría	x	
Mercahorro	Belén de Umbría	x	
UNO A	Belén de Umbría	x	
El triunfo	Belén de Umbría	x	
Central	Belén de Umbría		x
Merca Torres	Mistrató	x	
El ganadero	Mistrató		x
El cucuteño	la Virginia	x	



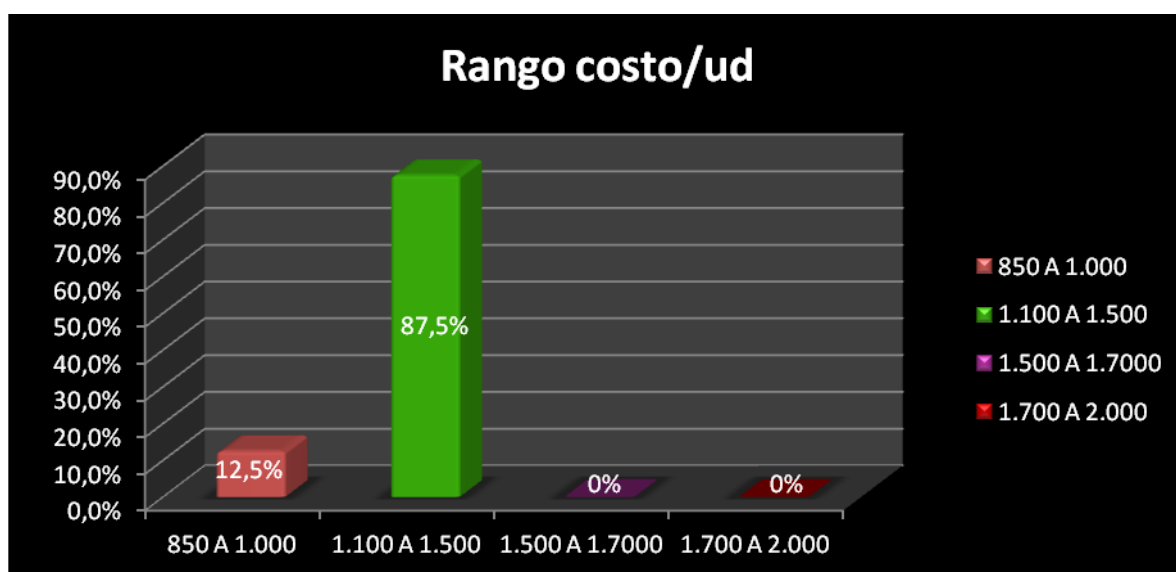
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

Se observa como el pago de contado es el más utilizado por los supermercados, pero también algunos utilizan el sistema de crédito, esto muestra como FRUTIBEL debe manejar los dos sistemas para prestarles a los supermercados mayor comodidad a la hora de realizar sus pagos

9. En que rango se encuentra el costo por unidad del producto?

supermercado	municipio	850 A 1.000	1.100 A 1.500	1.500 A 1.7000	1.700 A 2.000
Merca plaza	Belén de Umbría		X		
Mercahorro	Belén de Umbría		X		
UNO A	Belén de Umbría		X		
El triunfo	Belén de Umbría		X		
Central	Belén de Umbría		X		
Merca Torres	Mistrató		X		
El ganadero	Mistrató		X		
El cucuteño	la Virginia	x			



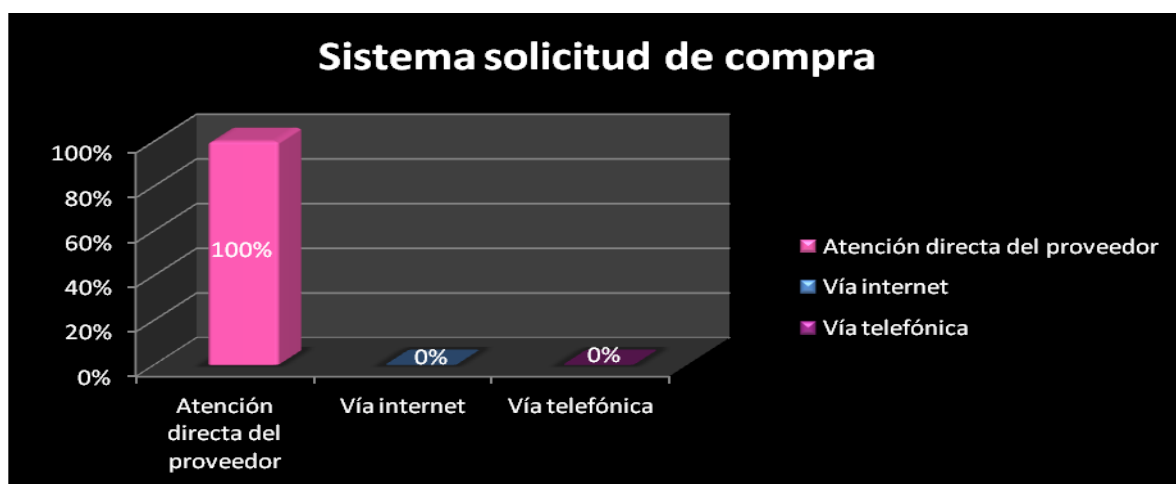
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

El mayor rango de compra de la pulpa de fruta oscila entre 1.100 y 1.500 pesos, solo el supermercado el cucuteño tiene un precio de compra menor dado que las cantidades que compra son mayores que las de los otros supermercados. Según estos resultados tendríamos que satisfacer las necesidades y los requerimientos de los clientes, para poder permitirnos entrar a su cadena de proveedores.

10. Cuál es el sistema de solicitud de compra que utiliza para adquirir esta clase de productos?

supermercado	municipio	Atención directa del proveedor	Vía internet	Vía telefónica
Merca plaza	Belén de Umbría	x		
Mercahorro	Belén de Umbría	x		
UNO A	Belén de Umbría	x		
El triunfo	Belén de Umbría	x		
Central	Belén de Umbría	x		
Merca Torres	Mistrató	x		
El ganadero	Mistrató	x		
El cucuteño	la Virginia	x		



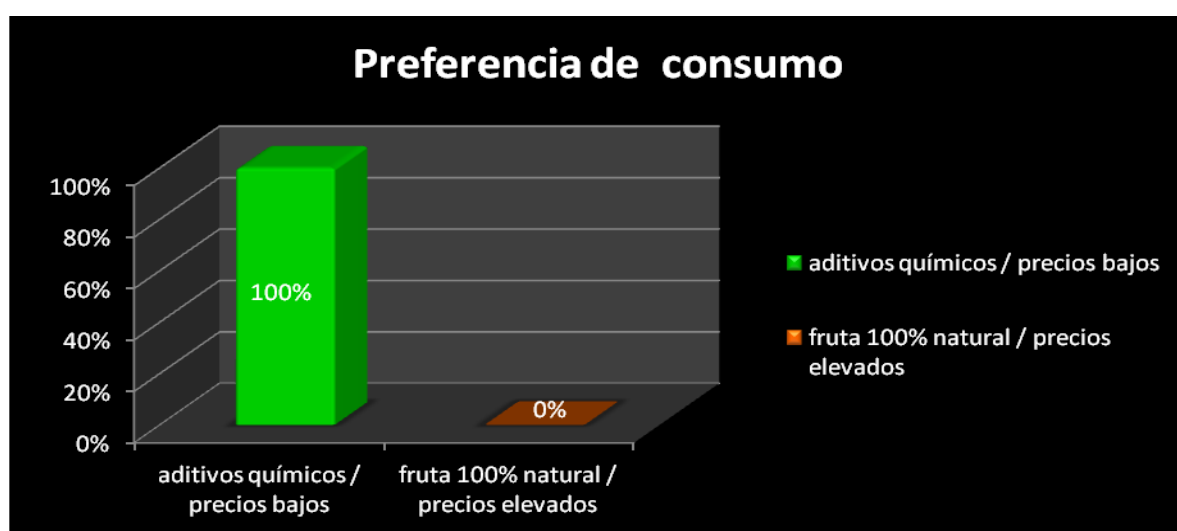
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

En todos los casos el medio utilizado para la realización de los pedidos es la atención directa con el proveedor los cual nos iniciada que es muy importante la atención personalizada y que debemos contar con el apoyo de personas calificadas para atraer nuevos clientes.

11. Marque con una "x" según su preferencia como consumidor las siguientes opciones:

supermercado	municipio	¿Compraría pulpa de fruta con aditivos químicos a precios bajos?	¿Compraría pulpa de fruta 100% natural a precios más elevados que el anterior?
Merca plaza	Belén de Umbría		X
Mercahorro	Belén de Umbría		X
UNO A	Belén de Umbría		X
El triunfo	Belén de Umbría		X
Central	Belén de Umbría		X
Merca Torres	Mistrató		X
El ganadero	Mistrató		X
El cucuteño	la Virginia		X



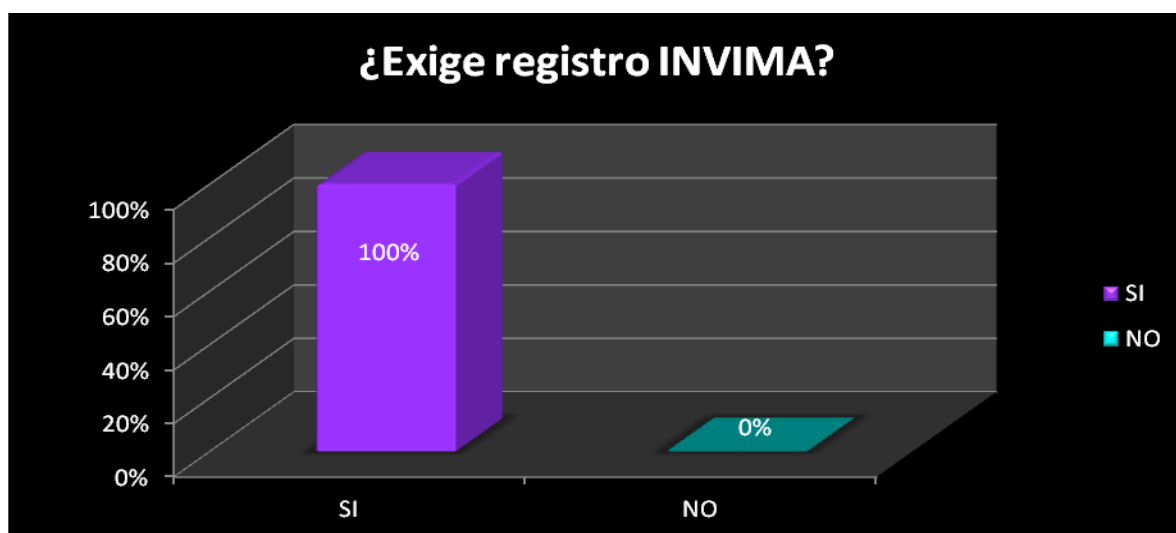
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

La idea de compara pulpa de fruta natural y aun precio un poco más elevado es aceptada con agrado por los supermercados estudiados, esto nos indica el alto nivel de aceptación de la idea de negocio FRUTIBEL.

12. Exige registro invima?

supermercado	municipio	SI	NO
Merca plaza	Belén de Umbría	x	
Mercahorro	Belén de Umbría	x	
UNO A	Belén de Umbría	x	
El triunfo	Belén de Umbría	x	
Central	Belén de Umbría	x	
Merca Torres	Mistrató	x	
El ganadero	Mistrató	x	
El cucuteño	la Virginia	x	



Fuente: creación propia de las autoras

Análisis de resultados

Todos los supermercados exigen registro invima, lo cual les garantiza que el producto que ofrecen es apto para el consumo humano y no generara

problemas de salud a sus consumidores. Esto nos muestra un requisito indispensable con el que debe contar la pulpa de fruta FRUTIBEL.

Conclusión encuestas

Con lo anterior se puede conocer el estado actual para el año 2014 en tanto a la venta de pulpa de fruta en los 3 municipios del departamento de Risaralda, también nos muestra la oportunidad de negocio que representa la creación y puesta en marcha de una planta procesadora de frutas en el municipio de Belén de Umbría.

Con la anterior encuesta Podemos ver requisito exigidos por los clientes, necesidades a resolver para elevar y fortalecer las ventas, también como la idea FRUTIBEL es aceptada con gusto por parte de los supermercados.

Encuesta realizada en 4 supermercados del municipio de Pereira

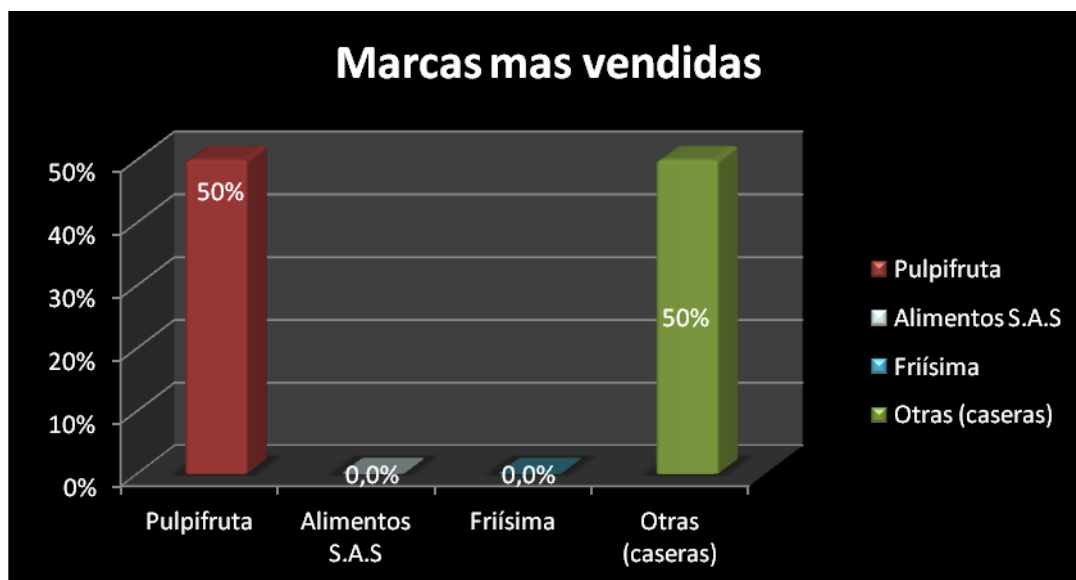
Con el fin de contar con un mercado más amplio se utilizo un muestreo aleatorio simple del cual de escogieron 5 supermercados del municipio de Pereira en el cual se aplicaron las mismas encuestas que en los municipios De Belén De Umbría, Mistrató Y La Virginia con el fin de tener un panorama más amplio sobre el consumo de pulpa de fruta en los municipios de Risaralda.

SUPERMERCADO	MUNICIPIO	ENCARGADO
VIEJO PARÍS	Pereira	<i>Nadia A Segura</i>
MERCAMAS	Dosquebradas	<i>Orlando Marín</i>
EL CAFETAL	Pereira	<i>Robinson Jurado</i>
OLIMPICA	Pereira	<i>Martha López</i>

Fuente: creación propia de las autoras

1. Marca más vendida de pulpa de fruta en el supermercado:

supermercado	municipio	Pulpifruta	Alimentos S.A.S	Frutisima	Otras
El Viejo Paris	Pereira	x			x
Mercamas	Dosquebradas	x			x
El Cafetal	Pereira	x			x
Olímpica	Pereira	x			x



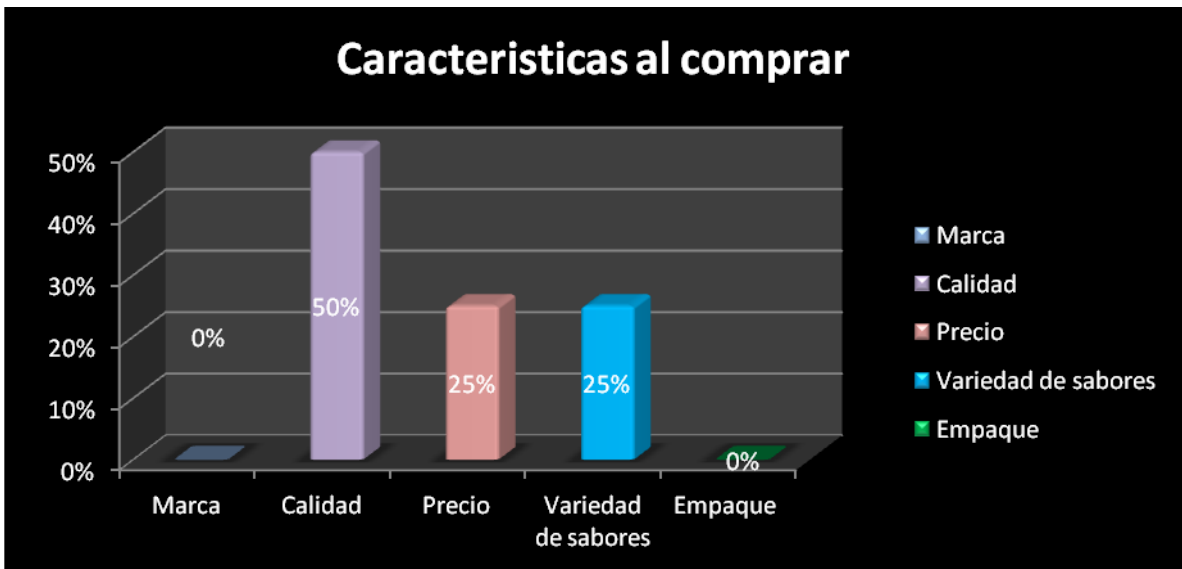
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

Se observa como los en la ciudad de Pereira las pulpas más consumidas son Pulpifruta y las caseras, según los supermercados encuestados son las que más se vende, lo cual es una gran ventaja para la penetración del mercado con una nueva marca.

2. Al momento de comprar pulpa de fruta que es lo que primero tiene en cuenta:

supermercado	municipio	Marca	Calidad	Precio	Variedad de sabores	Empaque
El Viejo Paris	Pereira		x	x	x	
Mercamas	Dosquebradas		x			
El Cafetal	Pereira		x		x	
Olímpica	Pereira		x	x		



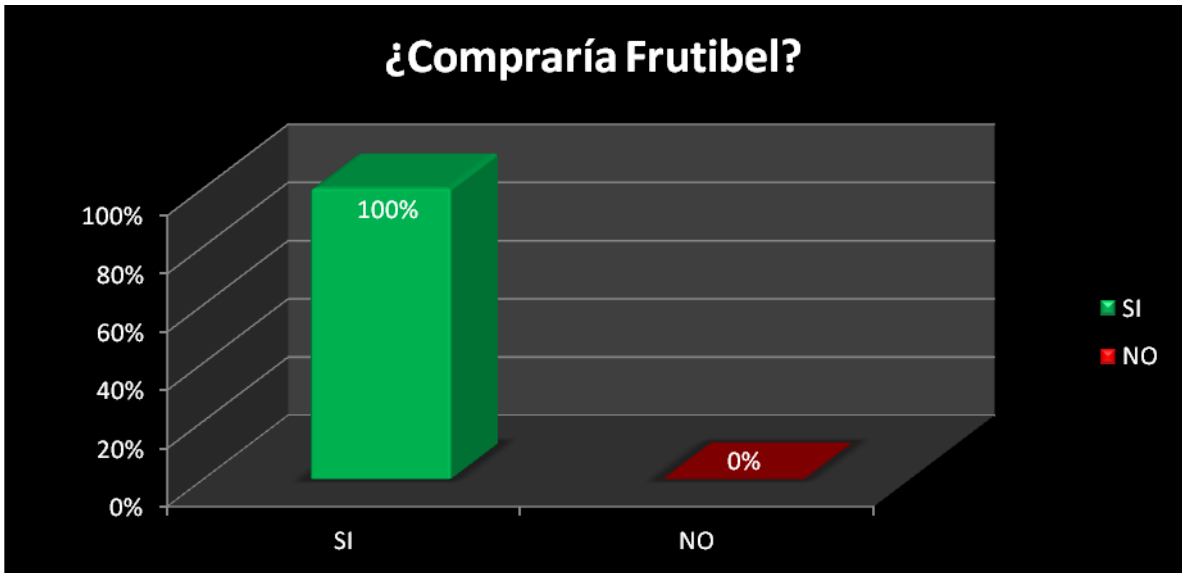
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

Se evidencia que en Pereira los supermercados lo primero que tiene en cuenta a la hora de comprar pulpa de fruta es la calidad, según los supermercados encuestados el 100% de los supermercados prefiere la calidad como característica principal, seguida de la variedad de sabores con un 25% y el precio en un 25%, esto es una gran oportunidad puesto que la esencia de Frutibel es la calidad, se tendría que enfocar en crear estrategias para la segunda característica más importante que es variedad de sabores, pues Frutibel maneja principalmente mora y lulo.

3. Estaría dispuesto a comprar pulpa de fruta FRUTIBEL.

supermercado	municipio	SI	NO
El Viejo Paris	Pereira	x	
Mercamas	Dosquebradas	x	
El Cafetal	Pereira	x	
Olímpica	Pereira	x	



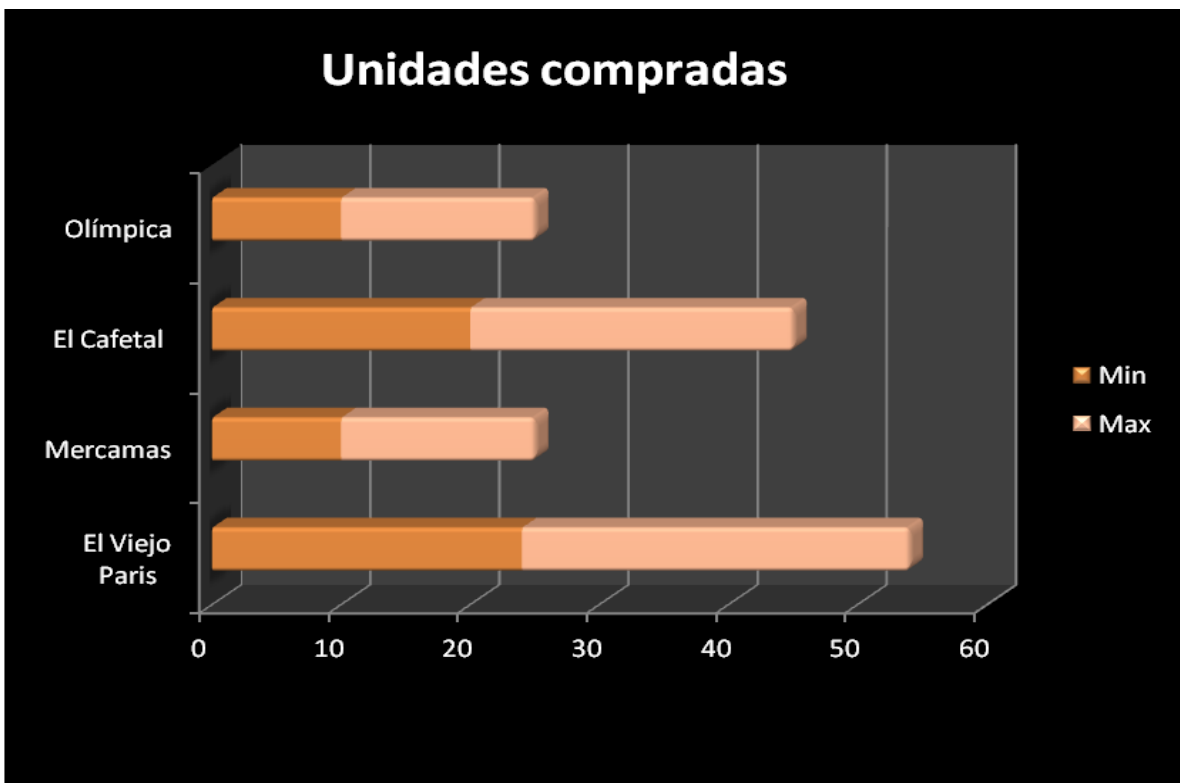
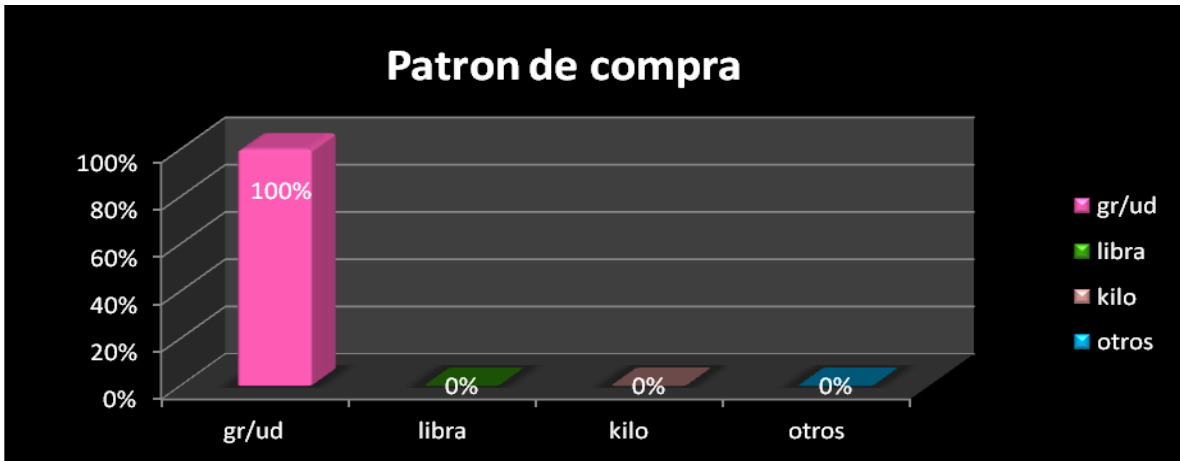
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

Se evidencia un nivel de aceptación favorable en Pereira para el lanzamiento de una nueva marca de pulpa de fruta y más cuando está enfocada en la calidad y es procesada en la región.

4. En qué cantidad compra pulpa de mora?

supermercado	municipio	Unidad	Libra	Kilo	Otros	cuantas	
						Min	Max
El Viejo Paris	Pereira	x				24	30
Mercamas	Dosquebradas	x				10	15
El Cafetal	Pereira	x				20	25
Olímpica	Pereira	x				10	15



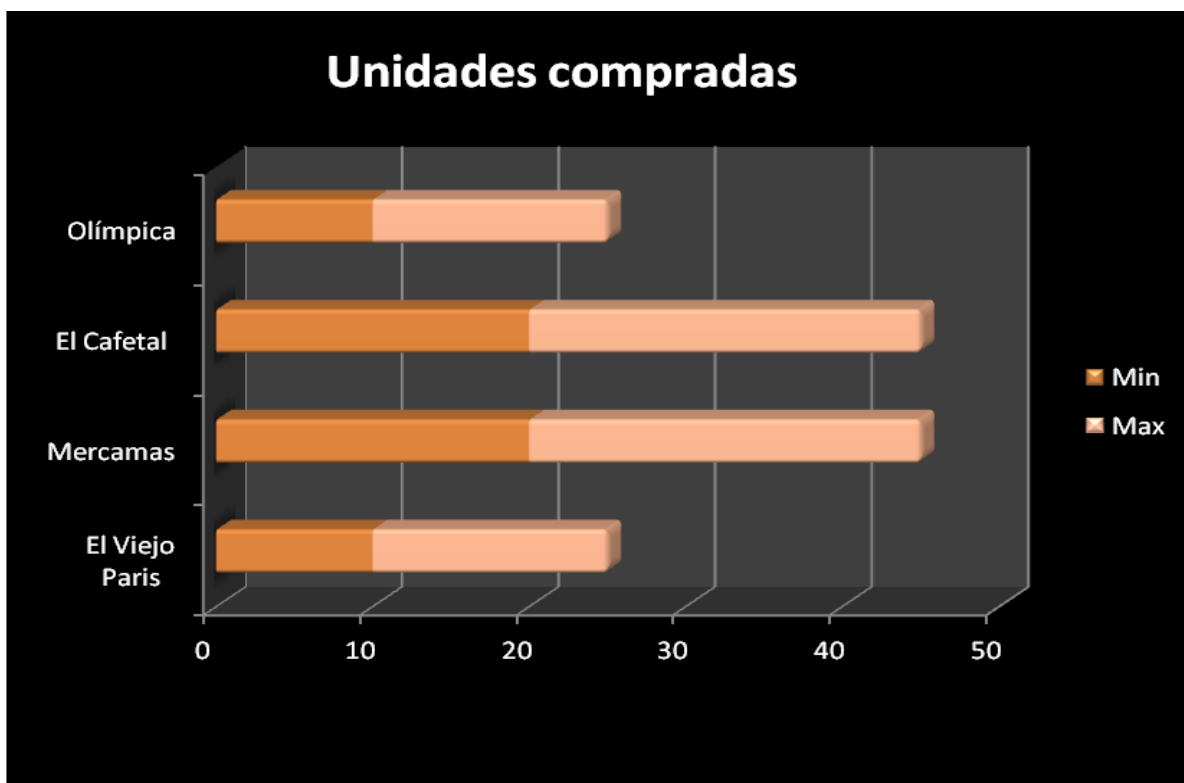
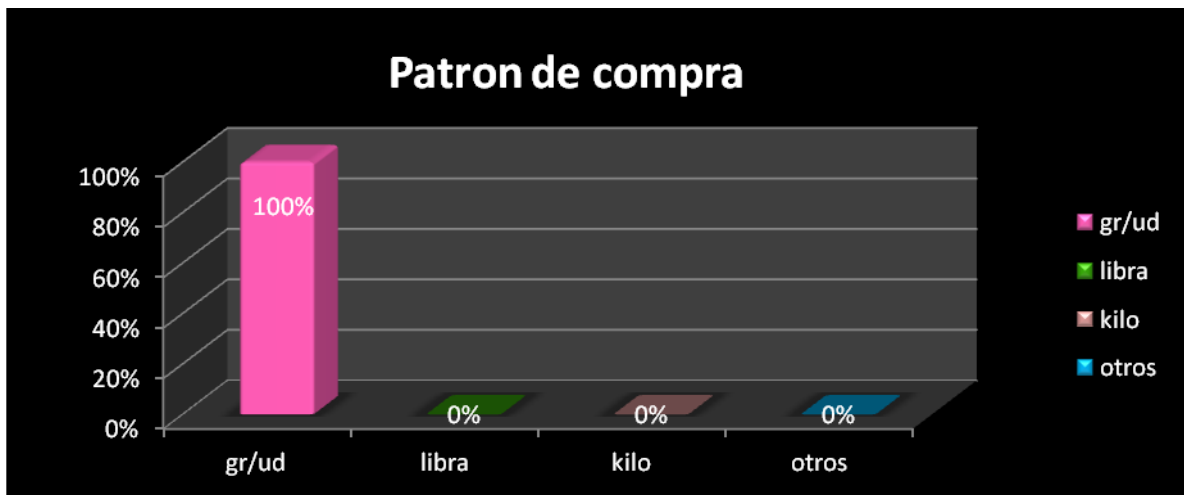
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis de resultados

Se observa como en Pereira el consumo de pulpa de fruta es mucho mayor que en los otros municipios, esto es muy importante ya que muestra el consumo aparente y da una luz sobre el consumo de jugos naturales en la región y en especial el consumo de mora.

5. En qué cantidad compra pulpa de lulo?

supermercado	municipio	Unidad	Libra	Kilo	Otros	cuantas	
						Min	Max
El Viejo Paris	Pereira	x				10	15
Mercamas	Dosquebradas	x				20	25
El Cafetal	Pereira	x				20	25
Olímpica	Pereira	x				10	15



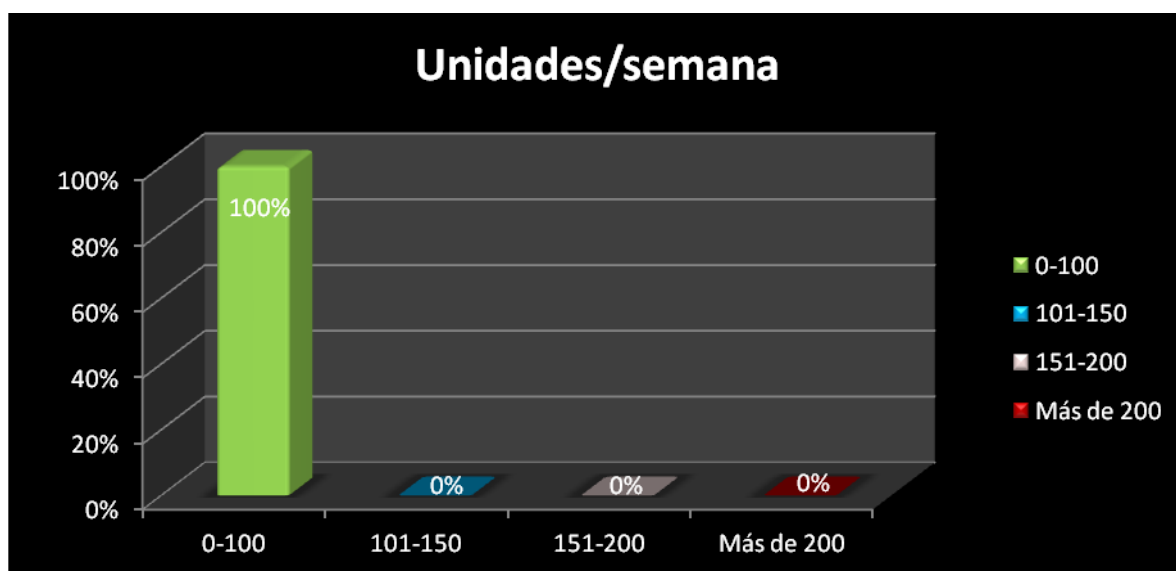
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis de resultados

Se observa como en Pereira el consumo de pulpa de fruta es mucho mayor que en los otros municipios, esto es muy importante ya que muestra el consumo aparente y da una luz sobre el consumo de jugos naturales en la región y en especial el consumo de lulo.

6. Cuantas unidades compra por semana?

supermercado	municipio	0-100	101-150	151-200	Más de 200
El Viejo Paris	Pereira	x			
Mercamás	Dosquebradas	x			
El Cafetal	Pereira	x			
Olímpica	Pereira	x			



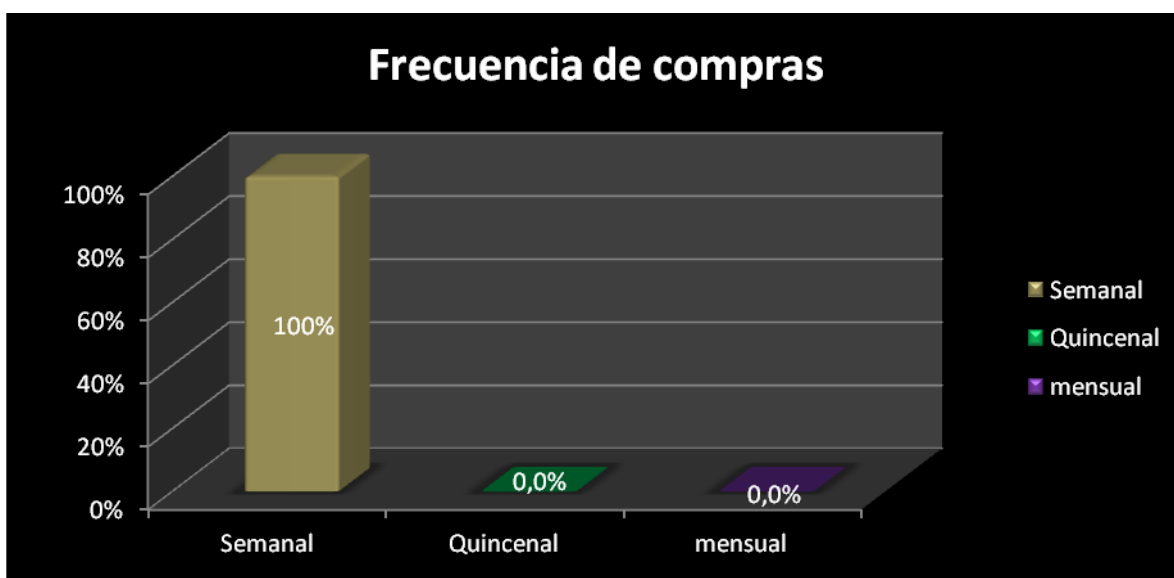
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

Observado los datos anteriores se evidencia que el consumo por semana de pulpa de fruta en cada supermercado encuestado es igual o inferior a 100 unidades, esto muestra su nivel de ventas, y su posible capacidad de mercadeo.

7. Cada cuanto realiza las compras?

supermercado	municipio	Semanal	Quincenal	mensual
El Viejo Paris	Pereira	x		
Mercamas	Dosquebradas	x		
El Cafetal	Pereira	x		
Olímpica	Pereira	x		



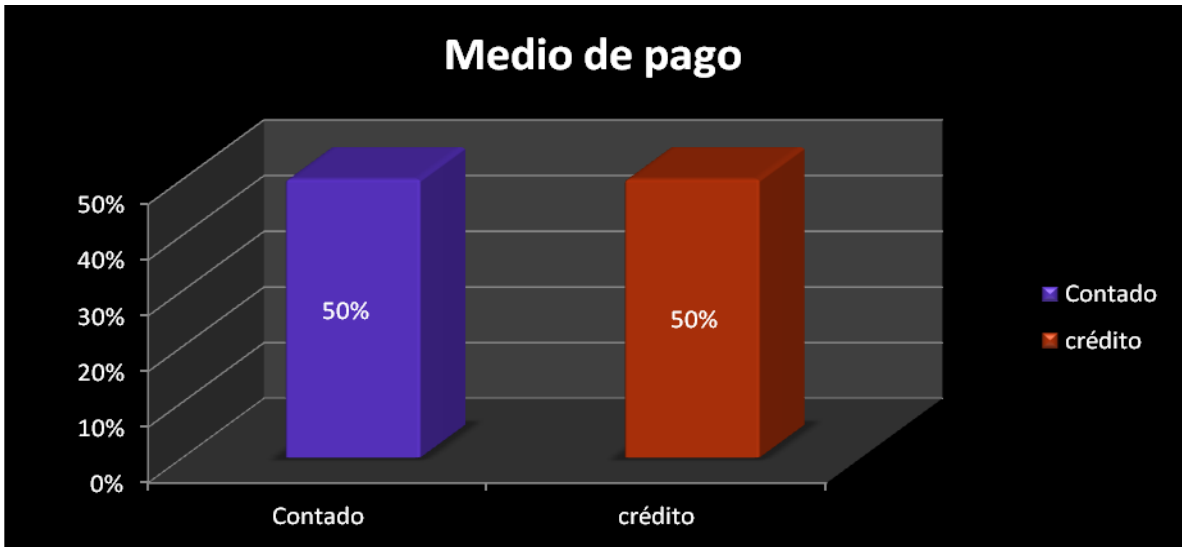
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis de resultados

En estos 5 supermercados coinciden con el tiempo de realización de compra, esto debe estar sujeto a que Pereira cuenta con una población mayor a la de los otros municipios y su consumo es mayor cada semana.

8. Con que medio de pago realiza la compra?

supermercado	municipio	Contado	crédito
El Viejo Paris	Pereira	x	x
Mercamas	Dosquebradas	x	x
El Cafetal	Pereira	x	x
Olímpica	Pereira	x	x



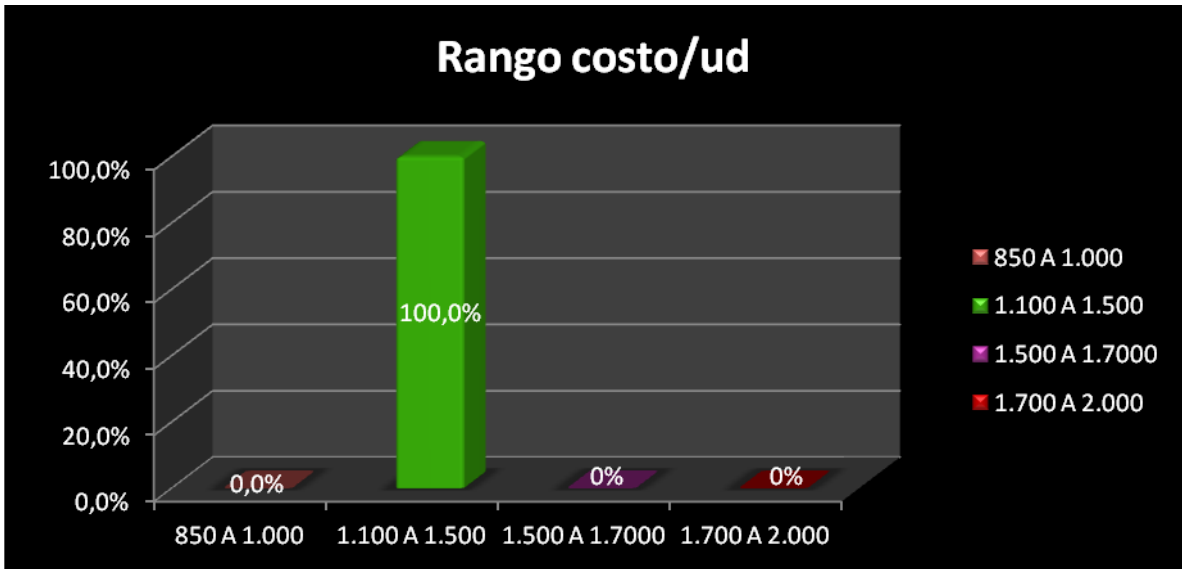
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis de resultados

Es claro teniendo en cuenta esta encuesta y la de los municipios anteriores que el cliente maneja dos tipos de pago a su favor, lo que conlleva a crear estrategias de pago que le convenga tanto al vendedor como al comprador.

9. En que rango se encuentra el costo por unidad del producto?

supermercado	municipio	850 A 1.000	1.100 A 1.500	1.500 A 1.7000	1.700 A 2.000
El Viejo Paris	Pereira		x		
Mercamas	Dosquebradas		x		
El Cafetal	Pereira		x		
Olímpica	Pereira		x		



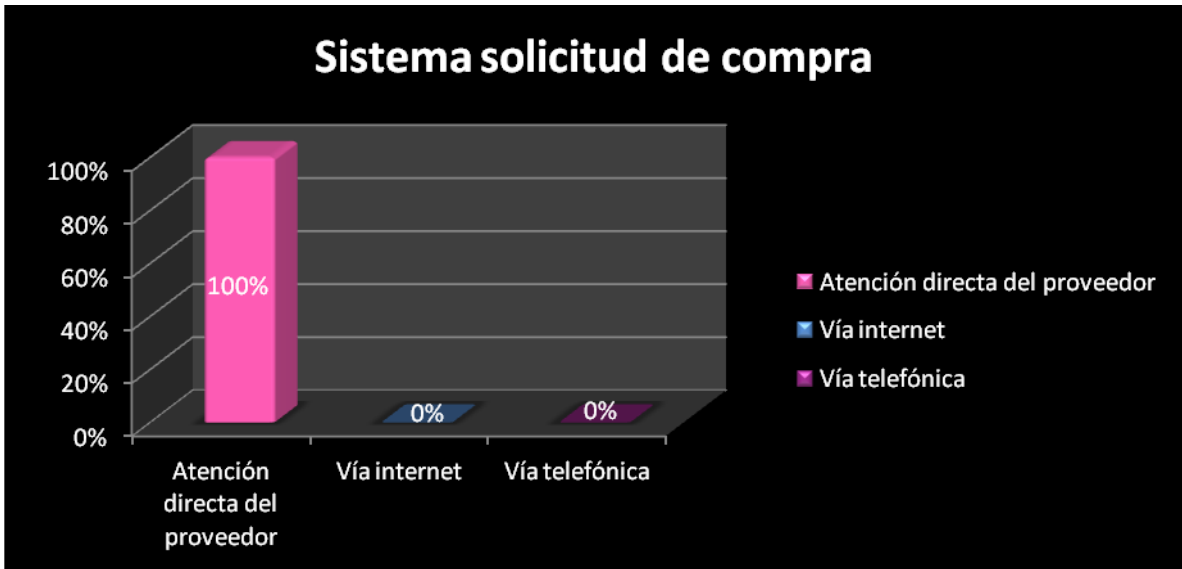
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

El rango de compra a proveedores del producto es igual en cada uno de los supermercados de Pereira, esto permite estandarizar precios.

10. Cuál es el sistema de solicitud de compra que utiliza para adquirir esta clase de productos?

supermercado	municipio	Atención directa del proveedor	Vía internet	Vía telefónica
El Viejo Paris	Pereira	x		
Mercamas	Dosquebradas	x		
El Cafetal	Pereira	x		
Olimpica	Pereira	x		



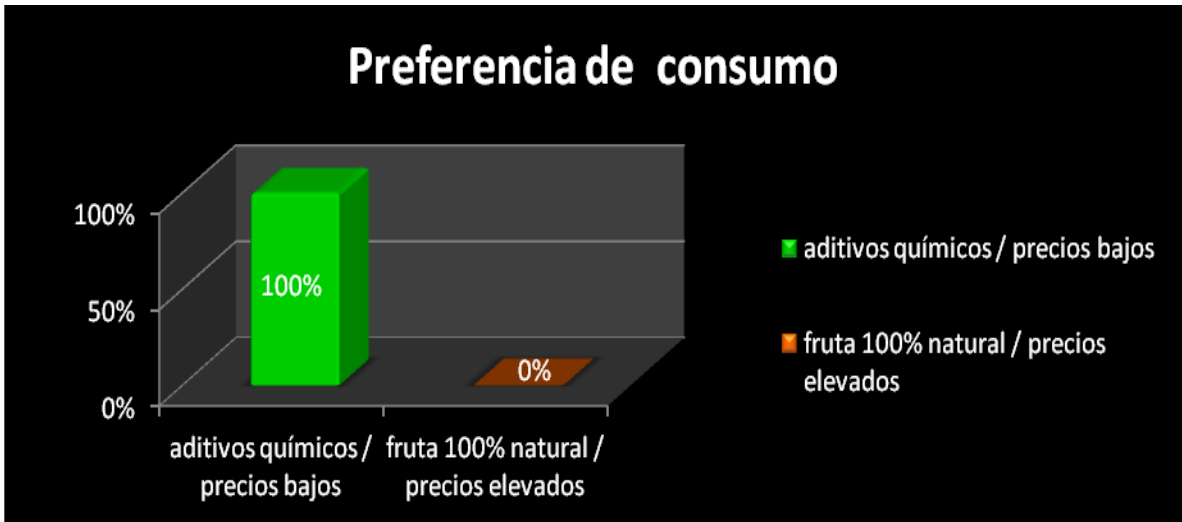
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

Se evidencia como la atención directa del proveedor es la forma más usada por los clientes de adquirir el producto, es muestra la importancia de tener este medio de solicitud de compra.

11. Marque con una "x" según su preferencia como consumidor las siguientes opciones:

supermercado	municipio	¿Compraría pulpa de fruta con aditivos químicos a precios bajos?	¿Compraría pulpa de fruta 100% natural a precios más elevados que el anterior?
El Viejo Paris	Pereira		X
Mercamas	Dosquebradas		X
El Cafetal	Pereira		X
Olímpica	Pereira		X



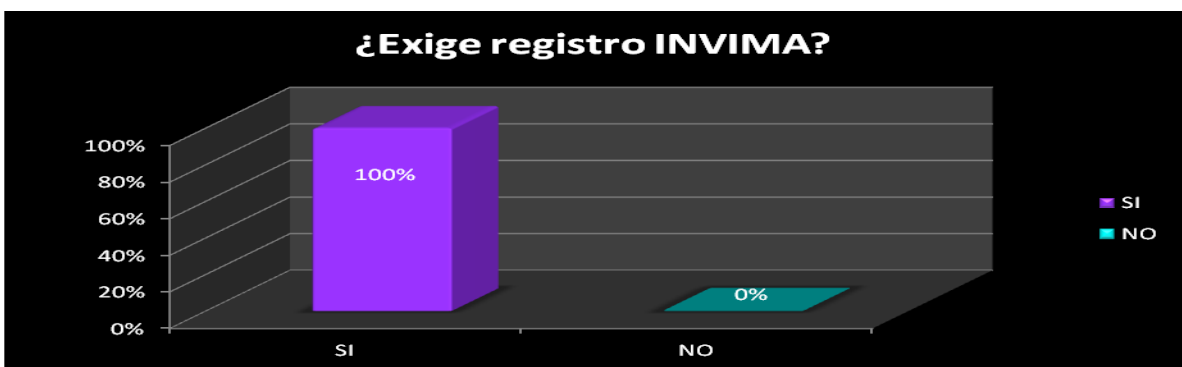
Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

La idea de compra pulpa de fruta natural y aun precio un poco más elevado es aceptada con agrado por los supermercados estudiados tanto en Pereira como en los otros municipios estudiados del departamento de Risaralda, esto nos indica el alto nivel de aceptación de la idea de negocio FRUTIBEL.

12. Exige registro invima?

supermercado	municipio	SI	NO
El Viejo Paris	Pereira	x	
Mercamas	Dosquebradas	x	
El Cafetal	Pereira	x	
Olímpica	Pereira	x	



Fuente: creación propia de las autoras

Análisis resultados

Es claro la necesidad de contar con registro invima, lo cual le garantiza al cliente la calidad del producto que está adquiriendo, esta necesidad es evidente para Pereira y los demás municipios, Belén De Umbría, Mistrató y la Virginia.

Análisis General Encuestas

Se observa como la idea de negocio para creación de una planta procesadora de fruta es viable desde el punto de vista comercial, las encuestas muestran como los distintos supermercados (canales principales de distribución) aceptarían tener dentro de sus proveedores de pulpa de fruta a FRUTIBEL, las encuestas anteriores nos dan una luz de las necesidades específicas de cada supermercado, que cantidad de pulpa compra, que presentación es la más requerida entre otras.

1.1.4.2. Mercado Objetivo

Este producto va dirigido especialmente a las amas de casa de los estratos medio, medio-bajo, bajo y de todas las edades, encargadas de realizar las compras para los hogares y que siempre están pensando en el bienestar de sus familiares, brindándoles productos 100% naturales y de gran calidad.

1.1.4.3. Justificación mercado objetivo

Se evidencia el consumo de pulpa de frutas (mora y lulo) en los hogares del municipio de belén de umbría, Pereira y municipios aledaños, las principales consumidoras de pulpa de fruta son las mujer encargadas del hogar, estas siempre buscando dar a sus familiar alimentos saludables y nutritivos, como lo son los jugos de fruta natural, ya que estos son mas salúdales que las gaseosas o refrescos en polvo.

“el consumidor colombiano representa en forma enfática una positiva actitud de aceptación y agrado frente al consumo de jugos de fruta naturales, esta evidente actitud de desprende del concepto natural, el cual refleja características de frescura, apetitosidad, provocativa, nutritiva, vital y pura fruta”³²

Ese producto tiene inicialmente como consumidor final las familiar de los municipios del departamento de Risaralda, estas son familiar de estrato

³² formular y evaluar la factibilidad del montaje de una empresa dedicada a la producción de pulpa de frutas exóticas. Jonathan cañas, judy Pérez, Freddy herrera. corporación universitaria minuto de dios [en línea] <http://es.slideshare.net/evaproyectos/amazon-fruits-final#>

socioeconómico medio, las cuales consumen jugos de fruta natural en su dieta cotidiana, este producto puede ser consumidos por personas de 2 años de edad en adelante, sin límite de edad.

1.1.4.4. Estimación del mercado potencial

Personas del casco urbano y rural de los municipios de Belén De Umbría, Mistrató, La Virginia Y Pereira los cuales consuman jugos naturales, la población aproximada de estos municipios puede sumar unos 515.668 habitantes.

1.1.4.5. Consumo aparente

“En Colombia, el consumo per cápita de frutas es de 32 kilogramos por persona al año, 69 kilogramos por debajo de la recomendación del ICBF. El 75% del consumo corresponde al sector urbano y el 25% al sector rural, durante la década 1993-2002 el consumo per cápita en Colombia creció a una tasa de apenas el 1,1%.”³³

1.3.4 Análisis de la competencia

- Pulpifruta
- Alimentos SAS S.A.
- Frutisima
- Otras pulpas (caseras)

Análisis de empresas competidoras

EMPRESA PRODUCTORA DE PULPA DE FRUTA	PRODUCTOS
Pulpifruta	"De las mejores frutas": una bebida deliciosa y muy nutritiva con la variedad preferida por las amas de casa para preparar refrescantes jugos. ³⁴
Alimentos SAS S.A.	28 años en el mercado colombiano de alimentos procesados, con cubrimiento a nivel Nacional en todas sus líneas, que comprenden principalmente derivados de frutas,

³³ Ibit.

³⁴ Pulpifruta [en línea] <<http://www.quala.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=28&conID=39>

	como pulpas, frutas congeladas individualmente (enteras y trozos) y jugos. ³⁵
Frutisima Ltda.	Nuestra labor desde Mayo de 1989 es dedicada al procesamiento y obtención de Pulpa de Fruta Natural, sin adición de azúcar, saborizantes, colorantes ni preservativos. ³⁶
OTROS	Se refiere a las pulpas de frutas que venden en las tiendas de Barrio.

Fuente: creación propia de las autoras

Hay muchas empresas procesadoras de frutas en Colombia, algunas más comunes que otras debido a su trayectoria y posicionamiento en el mercado, como es el caso de Pulpifruta que es de la multinacional Quala, esta empresa constituida desde 1980 ha entregado a los colombianos grandes soluciones alimenticias, una de ellas es pulpifruta, la cual se vende a nivel nacional. Esta sería la competencia directa en cuanto a posicionamiento, mas no en el procesamiento natural de la fruta sin ningún tipo de saborizantes, colorantes ni preservativos. Este sería el caso de Alimentos SAS S.A. y Frutisima Ltda.

Relación de agremiaciones existentes

“**Asohofrucol** es una organización gremial agro-empresarial, orientada a satisfacer las necesidades de los productores de frutas, hortalizas, plantas aromáticas, especias y medicinales del país, a través de la representación y asesoría en la producción, el procesamiento, la comercialización y la promoción del consumo sano de las mismas, para lo cual ejecuta, planes, programas y proyectos con recursos propios y externos, con personal competente, buscando la satisfacción de las partes interesadas, el cumplimiento de los requisitos, y la mejora continua de la eficacia del Sistema de Gestión de Calidad.³⁷

PRODUCTOS SUSTITUTOS: Los productos que pueden llegar a competir con la Pulpa de Fruta, a causa de variaciones en precios, calidad, presentación, gusto de los consumidores, publicidad etc.; son las frutas frescas, pulpas de frutas conservadas por adición de preservativos químicos, los jugos envasados

³⁵ Quienes somos. Alimentos SAS. [en línea] <<http://www.pulpas-de-frutas.com/quienes-somos-fruit-pulp-alimentosprocesados-exoticas.htm>

³⁶ Frutisima limitada. [en línea] <<http://www.frutisima.co/>

³⁷ Sistema de gestión de calidad asofrucol. Política de calidad [en línea] <<http://www.asohofrucol.com.co/>

o néctares y otras frutas procesadas (frutas en almíbar, fruta deshidratada, etc.).

PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS: “El consumo directo de las Pulpas de Frutas como sustituto de las frutas frescas no está relacionado directamente a ningún tipo de producto complementario. Su utilización en la preparación y consumo como jugo de frutas puede ser aislada (refresco) o relacionarse a productos complementarios como acompañante de las comidas (sobremesa)³⁸ .

1.2 ESTRATEGIAS DE MERCADO

1.2.1 Concepto del Producto ó Servicio

Pulpa de fruta FRUTIBEL, es un producto 99% fruta natural hecho con frutas de la región, utilizado para hacer jugos; nuestros cultivos están ubicados en el departamento de Risaralda, municipio de Belén de Umbría, producto realizado con fruta tipo exportación, con conservantes que ayudan a la duración de producto. El consumo de pulpa de fruta natural aporta vitaminas, proteínas y nutrientes al cuerpo humano, la mora contiene (Tiamina, Riboflavina, Niacina ácido pantoténico, Vitamina B, Ácido fólico, Vitamina C, Vitamina E, Vitamina K, calcio, Hierro, Magnesio, Manganeso, Fósforo, Potasio, Sodio y Zinc). El lulo contiene (Carbohidratos, Fibra, Calcio, Hierro, Fósforo, Vitamina C)

Descripción básica

- **CUALIDADES:** Pulpa de fruta, no concentrada, no fermentada, empacada y sellada al vacío, en su propio jugo, conservando sus características nutricionales, sin adición de agua y/o azúcares.
- **APARIENCIA:** Fresca y tradicional, Uniforme, libre de materiales extraños y partículas oscuras propias de la fruta.
- **COLOR:** Intenso y homogéneo, semejante al de la fruta de la cual se ha extraído el producto, con un color característico de la fruta fresca.

³⁸ Tropical Fruits [en línea] <<http://www.slideshare.net/guest67b3b67/exposicion-de-tropical-fruits-2652100>

- **AROMA:** Característico e intenso de fruta madura y sana. Libre de olores extraños.
- **SABOR:** Característico de la fruta madura y sana. Libre de cualquier sabor extraño, amargo, astringente o fermentado.

Propiedades Fisicoquímicas:

- **PERECEDERO:** La pulpa después de pasar por su proceso de empaque al vacío, si aun no ha sido destapado, tiene un periodo de caducidad de 6 y 8 meses ³⁹ después de abierta debe consumirse en el menor tiempo posible.
- **ESTADO:** Líquido, sólido.

CALIDAD: Productos comestibles, prácticos y de fácil preparación, con un mayor tiempo de durabilidad y con el sabor natural de la fruta sin adición de ningún químico, aplicando normas como BPA (Buenas Prácticas Agrícolas), BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) y la ISO 22000 (Norma de Seguridad Alimentaria). Lo que nos garantizara la comercialización de productos de buena calidad

EMPAQUE: Pulpa de fruta empacada al vacío, en bolsa de cloruro de polivinil o polivinilo de cloruro (PVC) Poli vinil cloruro calidad atóxica:

a) Empaque primario

Opción 1: bolsa plástica por 250 gr

Opción 2: bolsa plástica por 500 gr

b) Empaque secundario:

Bolsa plástica por 6 unidades

PESO UNITARIO:

Opción 1: 250 gr/Ud.

Opción 2: 500 gr/Ud.

³⁹ Pulpa De Fruta Deleytte. Palfrut S.A [en línea] <<http://www.palfrut.com/productos.php#pulpa>

EMBALAJE: El producto debe manejarse en un congelador industrial con temperatura de 1 a 6 ° C con humedad relativa que oscila entre 90 y 95%. Con canastillas de protección

1.2.2 Estrategias de distribución

Estrategias de comercialización.

Los canales de la distribución de las frutas procesadas son canales indirectos, ya que para llegar a consumidor final se realizara por medio de intermediario, este intermediario es un intermediario mayorista, en este caso son los supermercados tanto los regionales como los nacionales, en los cuales estarán disponibles los productos para el consumidor final.

Se contara con una distribución intensiva, con el fin de tener el mayor número de puntos de venta posible, tanto en los pequeños supermercados como en los hipermercados.

Para la distribución es necesario contar con vehículos adecuados para el transporte de estos productos, ya que estos necesitan una adecuada temperatura para su conservación.

Estrategias de Pull “jalón o aspiración”

Este tipo de estrategia consiste en orientar a los intermediarios con el fin de promocionar más la marca, tener un espacio visible y de fácil acceso para el consumidor final e incitarlos para que compren más.

1.2.3 Estrategias de Precio

Análisis competitivo de precios

Precios en Belén de Umbría y Mistrató

NOMBRE	Gramos	Precio de compra	Precio de venta
Pulpifruta	250	1.100	1.450

Precio en la Virginia

NOMBRE	Gramos	Precio de compra	Precio de venta
Otros	500	900	1.300

Cada municipio tiene establecido según sus criterios, sus políticas de precios.

Precio de lanzamiento		
NOMBRE	Gramos	Precio de venta
Frutibel	250	\$1.100
Frutibel	500	\$1.700

variación de precio 250 gr	
Max	Min
1100	1000
variación de precio 500 gr	
Max	Min
1700	1600

1.2.4 Estrategias de Promoción

Para promocionar el producto se utilizará estrategias como degustaciones en los puntos de ventas, la utilización de redes sociales para dar a conocer el producto

1.2.5 Estrategias de Comunicación.

- **Estrategias comparativas.** Tratan de mostrar las ventajas de la marca frente a la competencia. La estrategia inicial de difundir el producto esta basado en la realización de un comercial, el cual será transmitido inicialmente en los canales locales de los municipios cercanos a Belén de Umbría, y en mismo municipio, la utilización de este medio está basado en que al ser un producto de la región, deben, empezar a darlo a conocer a las personas directamente implicadas en el proceso de cultivo de las frutas. También se piensa en una cuña en las emisoras locales.
- **Impulsadora:** “El Impulso de Ventas, es la actividad que consiste en dar a conocer y vender un producto de acuerdo con sus características, bondades y beneficios, logrando con esto que el consumidor pueda conocer el verdadero valor del mismo, disipando cualquier duda que este pueda tener en su primera adquisición, creando de esta manera un impacto a favor de la marca que se patrocina. Consorcio Promoting, para prestar este servicio, se encarga de la

colocación del personal previamente entrenado (según características del servicio: degustación, demostración y/o impulso) en el punto de venta.”⁴⁰

1.2.6 Estrategias de Servicio

Estrategia resolverlo todo: La empresa contará con un área de relaciones con los clientes y con los proveedores, la cual permitirá una comunicación directa. Esta área contará con el servicio al cliente, el cual permitirá la atención tanto de los proveedores como los clientes para las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, esto con el fin de mejorar los servicios en caso de alguna falencia.

1.2.7 Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo

Se tiene planificado un presupuesto de 2.000.000, distribuido de la siguiente manera:

Clasificación	Medio	Ponderación	Presupuesto
Medio básico	Televisión	20%	400.000
Medio secundario	Radio	40%	800.000
Medio de apoyo	impulsadora	40%	800.000

1.2.8 Estrategias de Aprovisionamiento

ASMOBEL⁴¹ nuestro proveedor de mora con capacidad de abastecimiento de 4.000 Kg/Semanales, se encargan de hacer entrega del pedido directamente a la empresa a través de transporte conocido como “TURBO” en Timbos de 25Kg, la cual ayudaría a mantener el frío hasta la entrega, el precio de venta de esta asociación oscila entre \$1700 a \$1800/ kilo, dependiendo de la ubicación de nuestra empresa, ya que el costo de transporte debe ir amortizado en este precio, dejando claro que este precio es estándar para cualquier cliente, sin importar la cantidad de compra, manejan política de cartera de 15 días para pagar el respectivo pedido.

⁴⁰Promoting. Calidad de servicio. Impulso de ventas. [en línea]
<http://www.promoting.com.ve/detalle_publicaciones.asp?id=148&co_clasif_pub=9

⁴¹ Adrian. ASMOBEL

ASLUBEL⁴² nuestro proveedor de lulo tiene una capacidad de abastecimiento de 8 toneladas/semanales, la entrega sería directamente a la empresa a través de transporte conocido como turbo, en canastillas de 25Kg, el precio de venta oscila entre \$1750 y \$1800/kilo, precio es estándar sin depender de la cantidad de compra, ni volúmenes, su política de cartera de 8 días para pagar el respectivo pedido.

⁴² Fernando .ASLUBEL

1.3 Proyecciones de Ventas

VENTAS PROYECTADAS

Pulpa de mora

Unidades de 250 g

Política de producción y ventas Incremento del 5% cada mes en el 1er año, 10% en el 2do año con respecto al mismo mes y 15% en el 3er año

Precio de venta	\$	1.100	1er año
	\$	1.265	2do año
	\$	1.485	3er año

Mes	año 1 unidades	incremento 10%	año 2 unidades	incremento 15%	año 3 unidades	incremento 25%
1	84	8	152	23	301	75
2	88	9	161	24	325	81
3	93	9	171	26	351	88
4	97	10	180	27	378	94
5	102	10	191	29	406	102
6	107	11	201	30	436	109
7	113	11	213	32	468	117
8	118	12	224	34	502	125
9	124	12	237	36	538	134
10	131	13	250	37	575	144
11	137	14	264	40	615	154
12	144	14	278	42	656	164
total Uds.	1340		2521		5550	

Pulpa de lulo

Unidades de 250 g

Política de producción y ventas Incremento del 5% cada mes en el 1er año, 10% en el 2do año con respecto al mismo mes y 15% en el 3er año

Precio de venta	\$	1.100	1er año
	\$	1.265	2do año
	\$	1.485	3er año

Mes	año 1 unidades	incremento 10%	año 2 unidades	incremento 15%	año 3 unidades	incremento 25%
1	98	10	169	25	324	81
2	103	10	180	27	351	88

3	108	11	191	29	380	95
4	113	11	202	30	410	103
5	119	12	214	32	442	111
6	125	13	226	34	476	119
7	131	13	239	36	512	128
8	138	14	253	38	550	137
9	145	14	268	40	590	148
10	152	15	283	42	633	158
11	160	16	299	45	677	169
12	168	17	316	47	725	181
total unidades	1560		2839		6071	

Pulpa de mora

Unidades de 500 g

Política de producción y ventas Incremento del 5% cada mes en el 1er año, 10% en el 2do año con respecto al mismo mes y 15% en el 3er año

Precio de venta	\$ 1.700	1er año
	\$ 1.995	2do año
	\$ 2.295	3er año

Mes	año 1 unidades	incremento 10%	año 2 unidades	incremento 15%	año 3 unidades	incremento 25%
1	800	80	1383	207	2647	662
2	840	84	1467	220	2867	717
3	882	88	1555	233	3100	775
4	926	93	1648	247	3348	837
5	972	97	1745	262	3609	902
6	1021	102	1847	277	3887	972
7	1072	107	1954	293	4180	1045
8	1126	113	2067	310	4490	1122
9	1182	118	2185	328	4818	1204
10	1241	124	2309	346	5164	1291
11	1303	130	2440	366	5530	1382
12	1368	137	2576	386	5916	1479
total unidades	12734		23178		49556	

Pulpa de lulo**Unidades de 500 g**

Política de producción y ventas Incremento del 5% cada mes en el 1er año, 10% en el 2do año con respecto al mismo mes y 15% en el 3er año

Precio de venta	\$ 1.700	1er año
	\$ 1.995	2do año
	\$ 2.295	3er año

Mes	año 1 unidades	incremento 10%	año 2 unidades	incremento 15%	año 3 unidades	incremento 25%
1	620	62	1072	161	2052	513
2	651	65	1137	171	2222	556
3	684	68	1205	181	2403	601
4	718	72	1277	192	2594	649
5	754	75	1353	203	2797	699
6	791	79	1432	215	3012	753
7	831	83	1515	227	3239	810
8	872	87	1602	240	3480	870
9	916	92	1694	254	3734	933
10	962	96	1790	268	4002	1001
11	1010	101	1891	284	4286	1071
12	1060	106	1997	300	4585	1146
total unidades	9869		17963		38406	

Fuente: creación propia de las autoras

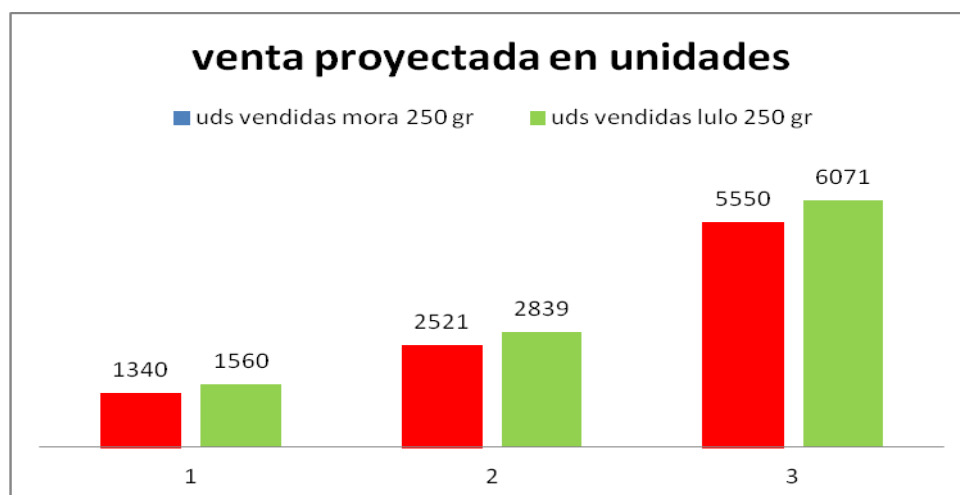
Resumen ingresos-unidades a vender

	peso	año 1	año 2	año 3
Uds. vendidas mora	250 gr	1340	2521	5550
Uds. vendidas lulo	250 gr	1560	2839	6071
total unidades 250 g		2900	5361	11621

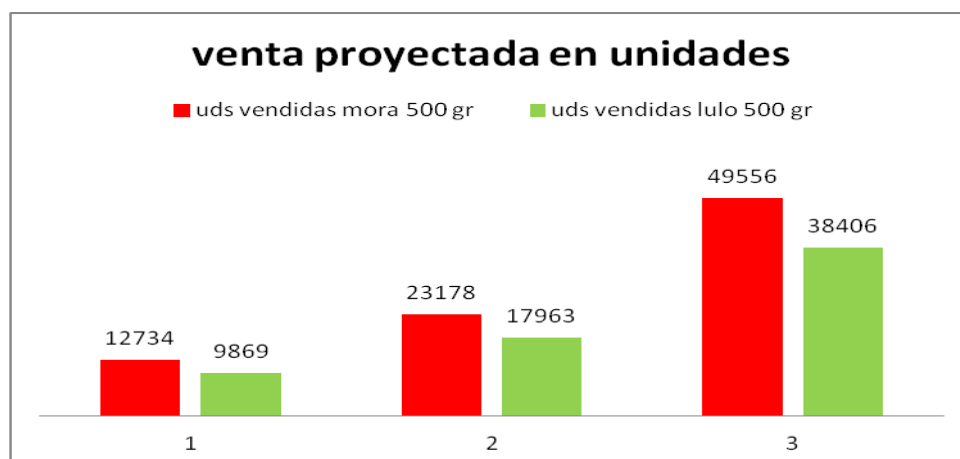
	peso	año 1	año 2	año 3
Uds. vendidas mora	500 gr	12734	23178	49556
Uds. vendidas lulo	500 gr	9869	17963	38406
total unidades 500 g		22602	41141	87962
total unidades		25502	46502	99583

TOTAL INGRESOS	\$ 43.353.400,00	\$ 90.679.005,58	\$ 229.039.843,73
-----------------------	-------------------------	-------------------------	--------------------------

Unidades 250gr



Unidades 500gr



Análisis ingresos-unidades a vender

Con los anteriores datos se observa el futuro comportamiento de la demanda de pulpa de fruta FRUTIBEL, estos datos están sujetos a las encuestas de mercado realizadas anteriormente.

con la información recaudada anteriormente se puede ver como para el primer año de funcionamiento de la plata se planea tener un ingreso de **43.353.400** derivados de la venta de **25502** unidades de pulpa en sus diferentes presentaciones, para el segundo año se esperan ventas por el valor de **90.679.005** derivados de la venta de **46502** unidades de pulpa, y para el año numero 3 se espera que las ventas tengan un aumento del 10% a comparación con el primer años, lo que da un total de ventas por valor de **229.039.843** obtenidos de la ventas de **99583** unidades de pulpa, estas proyecciones se realizan basadas en la intención de compra evidenciada en las

encuestas de mercado realizadas en diferentes municipios del departamento de Risaralda incluyendo Pereira.

1.3.1 Proyección de Ventas y Política de Cartera

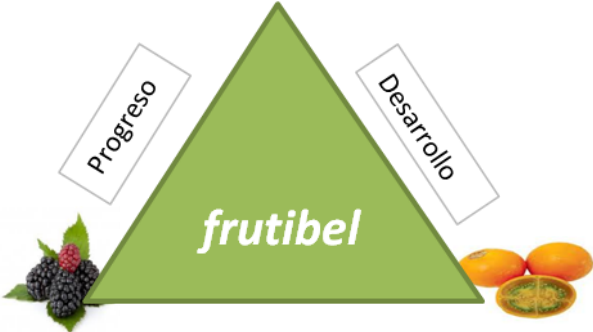
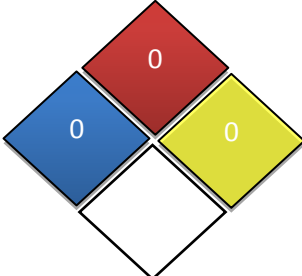
Después de realizar los análisis correspondientes al caso la empresa FRUTIBEL definió su política de cartera de la siguiente manera:

1. Crédito hasta \$150.000 pesos diferidas en 2 cuotas, a 30 y 45 días sin recargos.
2. Si llegara el caso de pasarse los 45 días, habrá un interés de mora de 1,5%.
3. Pasado 75 días del no pago, se cancela la cuenta del cliente, lo cual indica que no se le venderá más producto y se procederá a realizar cobro jurídico.
4. Ventas de contado mayor a \$1.000.000 pesos, se les da 1,5% de descuento.

2 .OPERACIÓN

2.1 Operación

2.1.1 Ficha Técnica del Producto

PULPA DE FRUTA	
	
PROPIEDADES FISICOQUIMICAS	DESCRIPCION
Perecedero	Si
Estado	Solido
Empaque	Bolsa plástica
Índices: tiene mínimos riesgos para la salud, su inflamabilidad es mínima, es mínimamente reactivo, no tienen ninguna clase de riesgo especial.	

PULPA DE FRUTA	
INCIDENCIA DE LA CARACTERIZACION	DESCRIPCION
Temperatura y humedad	Deben de estar en congeladores con temperatura de 1 a 6 °C con humedad relativa que oscila entre 90 y 95%.
Asepsia	La desinfección de cuarto frio es a base de yodo y/o hipoclorito.
Requerimientos fitosanitarios	El producto debe estar lejos de sustancias que puedan transferirle aromas o sabores tales como productos de aseo y/o belleza, para evitar que el producto tenga contacto directo con el suelo, es necesario utilizar las

	canastillas con su respectiva estiba.
Tiempos	PEPS
Normas	Ley 9 de 1979, decreto 3075 DE 1997 Resolución 2400 de 1979 ministerio de trabajo y seguridad social
Transporte	Refrigerado

2.1.2 Estado de desarrollo

“Entre los estudios realizados vale la pena mencionar el trabajo realizado por Henry Alberto Duque y Guillermo Taborda Jiménez, estudiantes de la Universidad Nacional De Colombia con sede en Manizales, Caldas. Estos jóvenes identificaron una oportunidad al detectar que la comercialización de las frutas en dicha región se generaba sin ningún tipo de valor agregado, lo cual le mostraba una desventaja competitiva frente a otras formas de comercialización de dichas frutas por parte de los campesinos y personas de la región.”⁴³

Caso similar al que sucede en el municipio de Belén De umbría. Colombia es un país rico en frutas, cada día crece más la capacidad de producción y la calidad, y la mayoría de las plantas procesadoras son de origen extranjero, en Colombia se cuenta con tecnología necesaria para hacer de una estas plantas competitivas en el mercado y productivas, generando desarrollo regional, empleo, mejor calidad de vida de las productores y trabajadores.

En Belén de Umbría se produce frutas como mora, lulo, granadilla, algunos cítricos, entre otros, de los cuales la mora y el lulo tiene asociación (ASMOBEL Y ASLUBEL respectivamente).

En total, 22 toneladas semanales de lulo y mora producidos en Belén de Umbría y Santa Rosa de Cabal, son vendidos a las empresas POSTOBÓN S. A. y CASA LUKER, gracias al apoyo de la Gobernación de Risaralda, a través de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario.⁴⁴ Este tipo de ventas generan ingresos al municipio, pero soy muy inferiores a lo que el municipio puede recibir si se venden estas frutas con un valor agregado y a una diversidad de clientes de los diferentes municipios del departamento, municipios aledaños (La Virginia, Mistrató, Pueblo Rico entre Otros).

Estas frutas conforman dos renglones productivos que hacen parte de la apuesta exportadora del Departamento, para lo cual, la presente administración ha invertido más de 1.110 millones 500 mil pesos en el fomento a estos

⁴³ <http://www.bdigital.unal.edu.co/1065/1/henryalbertoduquecardenas.2004.pdf>

⁴⁴ <http://www.risaralda.gov.co/sitio/agropecuario/index.php/noticias?start=18>

cultivos, de los cuales la Gobernación ha aportado aproximadamente 219 millones de pesos, el Ministerio de Agricultura 373 millones y el resto con aportes de productores, municipios y otras instituciones.⁴⁵

Los productos que atiende este centro de producción agrícola son: 1. Cadena Productiva de Lulo Atendida por el doctor Ramón Horacio Muñoz López, es una cadena conformada por 120 productores, 53 de ellos pertenecen a la Asociación de Productores de Lulo de Belén de Umbría ASLUBEL, quienes comercializan 20 toneladas de lulo variedad La Selva. Los agricultores independientes comercializan 15 toneladas quincenales.⁴⁶

Cadena productiva de mora: Atendida por el doctor Carlos Mario Quintero Arenas, quien apoya a la Asociación de Moras de Belén de Umbría, ASMOBEL con la participación de 50 asociados y un área cultivada de 225 ha., un manejo administrativo que ofrece a sus asociados créditos gracias a un fondo rotatorio.

En el municipio se producen 12.000 kilogramos semanales de lulo variedad selva a \$1.400 pesos el kilo, este se vende en fresco, es decir, la fruta entera sin valor agregado, la variedad lulo castilla se vende a \$1.600 pesos el kilo, de esta variedad se venden 15.000 kilogramos sin tuna. La mora se vende a POSTOBON a \$1.300 pesos el kilo se vende en fresca o despitonada. (Quitar el pequeño tallo que tiene la mora), estas se venden sin valor agregado a POSTOBON.⁴⁷ CASA LUKER paga a los agricultores \$1.350 pesos por kilogramo de lulo. Estos costos de venta son bajos ya que el valor agregado es muy poco o nulo, en el municipio hay también vendedores independientes de estas frutas, pero es más para el consumo local.

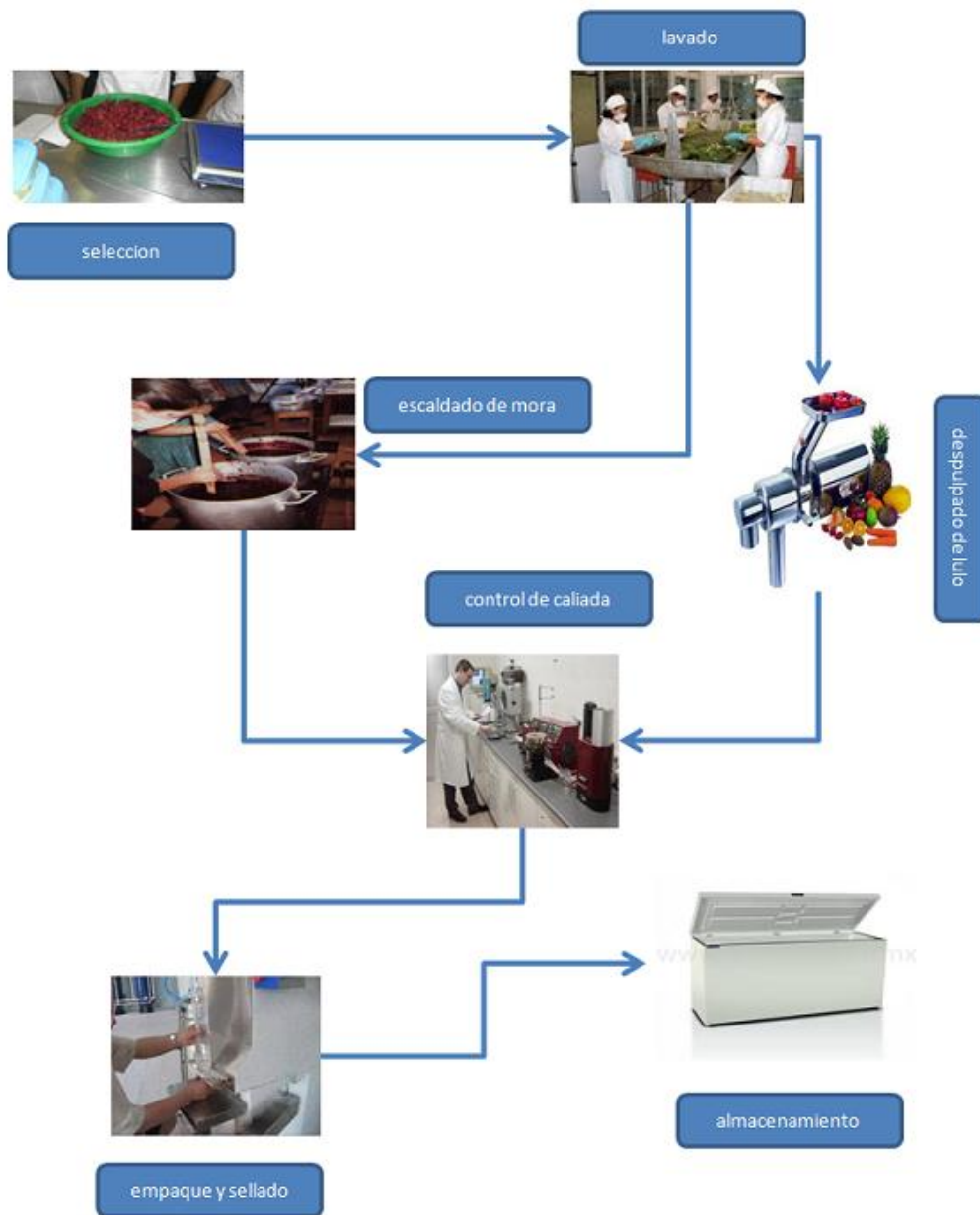
⁴⁵ <http://www.risaralda.gov.co/sitio/agropecuario/index.php/noticias?start=18>

⁴⁶ <http://belendeumbria-risaralda.gov.co/mapa.shtml?apc=M111--&x=3116848>

⁴⁷ Fuente: alcaldía municipal de Belén de Umbría, oficina de la UMATA.

2.1.3 Descripción del Proceso

PROCESO PRODUCTIVO



Recibo de 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.

Selección:

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.

Lavado:

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.

La fruta deberá ser lavada con agua limpia y potable

Escaldado solo para la mora:

Tratamiento térmico cortó que se puede aplicar a las frutas con el fin de ablandar los tejidos y aumentar los rendimientos durante la obtención de pulpas; además disminuye la contaminación superficial de las frutas que pueden afectar las características de color, sabor, aroma y apariencia de las pulpas durante la congelación y la descongelación.

Despulpado para el lulo:

Operación de separación en la que entra al equipo la fruta entera (mora, fresa, guayaba) en trozos o la masa pulpa semilla separada de la cascara para separar la pulpa de las partes no comestibles.

Se extrae la parte comestible de la fruta, se presenta una separación de la pulpa de aquellos residuos sólidos como cáscaras y semillas

Control De La Calidad:

Durante todo el proceso los operarios devén estar atentos a la cálida e idoneidad del producto sin embargo El operario recoge una muestra del lote en producción cada 2 horas, el cual rotula, de acuerdo a la orden de producción, y este se le llevara a el encargado de control de calidad, a la misma vez este verificara si el producto esta aceptable para su posterior distribución.

Empaque y embalaje:

El producto es vertido a un tanque, el cual tiene una válvula manual que permite la dosificación de la pulpa. El producto es empacado en bolsas de polietileno, selladas correctamente sin exceso de aire; las cuales estarán impresas con el sabor y la fecha de vencimiento indicadas.

Almacenamiento:

El producto es conservado en cuartos fríos a temperatura de congelación entre $-10\text{ }^{\circ}\text{C}$ y $-20\text{ }^{\circ}\text{C}$. Las canastillas son marcadas teniendo en cuenta el sabor, la fecha de elaboración, el número de lote y la referencia (presentación)⁴⁸

2.1.4 Necesidades y Requerimientos

Tecnología requerida:

Maquina	Capacidad	Uso	Precio
Despulpadora	200 k por hora	Por una boquilla sale cascara y semillas, por otra pulpa de fruta	5.000.000
Empacadora semiautomática	300 k por hora	Se introduce la pulpa de fruta y la bolsa, va empacando según cantidades necesarias	15.000.000
Empacadora manual	100 k por hora	Se tiene como plan B en caso de falta de suministro eléctrico	3.000.000
Fogón industrial	Para escaldar la mora	S debe elevar la temperatura de la mora a 80° c	150.000
Recipiente industrial	10 k	Recipiente para escaldado de la mora	100.000
Furgón o chanita	600 k por viaje	Medio de transporte	25.000.000
Mesas en acero inoxidable	3 m de largo x 1 de alto	Para manipulación de pulpa ya empacada.	1.500.000
Cuatro frio	5 Toneladas	De congela materia prima y producto terminado	6.000.000
Bascula		Controlar el peso del producto	100.000

⁴⁸ Pulpa de frutas. Proceso de frutas. Astrid carolina [en línea] <<http://procesodefutas.blogspot.com>>

termómetro		Medir temperatura de la mora en proceso de escaldado.	100.000
Canastillas	20 k por unidad	Transporte de materia prima y producto terminado	300.000
total	Producción total planta	La maquinaria requerida será contratada, por lo cual solo se pagara el 14.062.500 por su uso anual	14.062.500

REQUERIMIENTOS DE INSTALACIONES:

AREA DE RECIBIMIENTO MATERIA PRIMA	110 m ²
AREA DE LAVADO Y CLASIFICACION	18 m ²
AREA DE PROCESAMIENTO	120 m ²
AREA DE ALMACENAMIENTO	30 m ²
AREA DE SANITARIOS	24 m ²
AREA DE VESTUARIO	24 m ²
AREA DE CIRCULACION Y CORREDORES	16 m ²
AREA DE TOTAL	318 m ²
COSTO APROXIMADO DEL ARRENDAMIENTO	500.000

2.1.5 Plan de Producción

PLAN DE PRODUCCION

Producción pulpa de mora 250gr

Producción pulpa de lulo 250 gr

Producción pulpa de mora 500gr

Producción pulpa de lulo 500gr

	peso	año 1	año 2	año 3
Uds. vendidas mora	250 gr	1340	2521	5550
Uds. vendidas lulo	250 gr	1560	2839	6071
total unidades 250 g		2900	5361	11621

	peso	año 1	año 2	año 3
Uds. vendidas mora	500 gr	12734	23178	49556
Uds. vendidas lulo	500 gr	9869	17963	38406
total unidades 500 g		22602	41141	87962
total unidades		25502	46502	99583

2.2 Plan de compras

2.2.1 Consumos Por Unidad de Producto

Para la producción de una unidad de pulpa de fruta de lulo o mora requerimos de:

- **Desinfectante:** para la fruta.

Valor: 25 pesos por unidad

- **Fruta:** (materia prima principal)

Modo de compra: a proveedores (asociaciones de Belén de Umbría, ASLUBEL y ASMOBEL)

- Empaque plástico rotulado

Valor: 60 pesos unidad

- Conservante natural

Valor: 0,14 pesos unidad

2.3. Costos de producción

2.3.1 Costo materia prima

Llegando a un acuerdo comercial con las asociaciones interesadas en este caso ASLUBEL Y ASMOBEL, se acuerdan los siguientes precios:

Libra mora	Libra lulo
437	425

2.4. Infraestructura

2.4.1 Infraestructura

Maquina	Uso	Precio
Costos de infraestructura	Adecuación inicial planta	500.000/mes Costo de arrendamiento
Costos de equipos de oficina, aseo y papelería	Realización de procesos con mayor eficiencia, para la obtención de mejores resultados productivo.	3.000.000

Distribución en planta



Distribución en planta de una planta procesadora de frutas

Distribución en planta de una planta procesadora de frutas				
Fecha	Escala:	Nombre:	Presentado a:	Hoja n°
		Niyireth Herrera		1
	1:100	Claudia Isaza		N° hojas
				1

CONVENCIONES



Sanitario



Orinales



Lavamanos



Vigilante



Planta de tratamiento de agua



Zona de residuos sólidos



Baño y vestier damas



Baño y vestier caballeros



Prohibido el paso al área de producción a personal no autorizado



Extintor multipropósito



Salida de emergencia



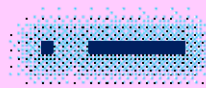
Gabinete de incendio



Uso de elementos de protección personal



Punto de encuentro en caso de emergencia



Tubería de agua



Red de electricidad

- 1 Recepción materia prima
- 2 selección
- 3 lavado
- 4 escaldado de mora
- 5 despulpado del lulo
- 6 control de calidad
- 7 empaque y embalaje
- 8 almacenamiento

2.4.2 Parámetros Técnicos Especiales

Los parámetros técnicos especiales para este caso son establecidos por la resolución 2400 de 1979, donde se establecen las disposiciones de vivienda, higiene y seguridad de los establecimientos de trabajo, sean estos oficinas o plantas de producción, esta resolución enseña cómo crear un espacio óptimo de trabajo dependiendo de la naturaleza de la empresa.

3. ORGANIZACION

3.1 Estrategia Organizacional

3.1.1 Análisis DOFA

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Producto perecedero, por lo tanto requiere cuidados específicos para evitar la contaminación y deterioro del producto. • La infraestructura vial ajustada a los cambios climáticos generan problemas para la distribución del producto. • Mercados difíciles, por posiciones culturales hacia el consumo de pulpa de frutas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Producción constante de mora y lulo gracias a la diversidad climática con la que cuenta el municipio de Belén de Umbría. • Capacitación constante sobre los procesos, para evitar pérdidas de producto y materia prima. • Tendencia mundial al consumo de pulpas y jugo naturales.
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Producto natural, sin químicos dañinos para el ser humano. • Crecimiento y desarrollo para el municipio. • Garantizar la mayor y más fácil comercialización de las frutas (materia prima) para las asociaciones del municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Plagas y enfermedades que afectan los cultivos de materias primas. • Bloqueos y daños en las vías. • Desabastecimiento del suministro eléctrico. • Posicionamiento ante la competencia. • Bajo consumo • TLC porque la competencia sería mucho mayor, además de esto se estaría compitiendo con multinacionales y con tecnología de punta

3.1.2 Organismos de Apoyo

UNIVERSIDAD TECNOLOGIA DE PEREIRA

A través de sus proyectos de emprendimiento y desarrollo

CARDER

“Administrar el medio ambiente y los recursos naturales renovables en el Departamento de Risaralda y propender por su desarrollo sostenible, de conformidad con las disposiciones legales y las políticas del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.”⁴⁹

FONDO EMPRENDER

“Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar iniciativas empresariales”⁵⁰

BANCO AGRARIO

Crédito agropecuario, préstamos para la etapa de proceso productivo, transformación de materia prima y comercialización.

3.2 Estructura Organizacional

3.2.1 Estructura organizacional



⁴⁹ <http://www.carder.gov.co/web/es/objetivos-y-funciones>

⁵⁰ http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/F/Fondo_Emprender/Fondo_Emprender.ASP

- La junta directiva está compuesta por los socios de Asmobel, Aslubel y de inversionistas que inyecten capital al proyecto.
- El administrador será el encargado de las relaciones de proveedores y clientes.
- El área de investigación y desarrollo será la encargada de realizar la investigación en la ciencia y la tecnología que puedan ser aplicados a producto y que genere un valor agregado.
- El área de talento humano será la encargada del bienestar de los trabajadores.
- La secretaria será un apoyo del administrador, contara con capacidades contables y financieras que permitan el buen funcionamiento administrativo.
- Los operarios se encargaran de desarrollo el proceso productivo de la pulpa, desde la recepción de la materia prima como de la entrega del producto terminado.
- El supervisor será el encargado de vigilar el buen funcionamiento de los procesos productivos al igual que el buen manejo de los recursos de la empresa.

Misión: FRUTIBEL es una empresa dedicada a la producción y comercialización de pulpa de fruta (mora y lulo) que genera desarrollo social y económico en el municipio de Belén de Umbría

Visión: FRUTIBEL quiere ser reconocida a nivel nacional como una de principales procesadoras de frutas el país, para el 2017 quiere abastecer el 40% del país con su pulpa de fruta e incurrir en el mundo de las exportaciones.

Valores: FRUTIBEL desea promover entre sus empleados, socios y proveedores, valores como el respeto, la honestidad, la transparencia, la responsabilidad, la fiabilidad, la confianza, que contribuyan al crecimiento personal y profesional de todos los colaboradores.

3.3 Aspectos Legales

3.3.1 Constitución Empresa y Aspectos Legales

Para la creación e empresa de debe tener en cuenta lo siguiente:

- Verificar el nombre o razón social: En la cámara de comercio se debe buscar si existe una empresa con el nombre de “FRUTIBEL”, este nombre solo lo puede tener una empresa.
- Adquirir el formulario de matrícula mercantil: Esta es una instancia legal que deben efectuar todas las personas naturales, sociedades comerciales y civiles, empresas unipersonales, establecimientos de comercio, sucursales o agencias, sucursales de sociedades extranjeras y empresas asociativas de trabajo que ejerzan actividades comerciales

Para la matrícula mercantil se necesita:

- Formulario o preinscripción en el registro único tributario RUT.
- Escritura pública de constitución de la sociedad

Original y fotocopia del documento de identidad de la persona natural o del representante legal.

Después de realizar la matrícula mercantil y la asignación del Nit, el asesor del Centro de Atención Empresarial (CAE), asigna el código de industria y comercio igualmente informa sobre las tarifas a cancelar según la actividad comercial, estas tarifas se deberán liquidar bimestral o anualmente.⁵¹

Tipo de empresa: sociedad anónima

“Se constituye mediante escritura pública entre mínimo cinco accionistas quienes responden hasta por el monto o aporte de capital respectivo que han suministrado para la sociedad. Se debe definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y que lo hayan expresado en su documento de fundación o estatutos. La administración de ésta sociedad se desarrolla con la asamblea general de accionistas quienes definen el revisor fiscal y la junta directiva, quien a su vez define al gerente, quien es la persona que asume la representación legal de la sociedad. El capital se representa en acciones de

⁵¹ Cámara de comercio de Pereira

igual valor que son títulos negociables, todo ello es el capital autorizado y se debe aclarar cuánto de esto es capital suscrito y cuánto capital pagado. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas pero seguido de las palabras "Sociedad Anónima" o su abreviatura "S.A."⁵²

Registro invima

“Invima es el instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos es una institución oficial de vigilancia y control de carácter técnico científico que trabaja para la protección de la salud individual y colectiva de los colombianos mediante la aplicación de las normas sanitarias.”⁵³

3.4 Costos administrativos

3.4.1 Gastos de Personal

PRESUPUESTO NOMINA

SMMV:	\$ 616.000
-------	------------

Horario		
Turno 1	6:00 am - 02:45 pm	45 min de alimentación
Turno 2	01:15 pm - 10:00 pm	

Cargo	Salario	pago x día
Administrador	\$ 1.232.000	\$ 41.067
Investigación y desarrollo	\$ 900.000	\$ 30.000
Talento humano	\$ 616.000	\$ 20.533
Secretaria	\$ 924.000	\$ 30.800
Operario 1	\$ 616.000	\$ 20.533
Operario 2	\$ 616.000	\$ 20.533
Operario 3	\$ 616.000	\$ 20.533
Supervisor	\$ 616.000	\$ 20.533

⁵² Centro de atención empresarial. [en línea]

<<http://www.crearempresa.com.co/Consultas/ConsultasTipoEmpresa.aspx>

⁵³ Cámara de comercio. Permiso sanitario alimento [en línea]

<http://www.camaradorada.org.co/index.php/es/articulos-de-interes/137-pasos-para-obtener-el-permiso-sanitario-alimentos>

3.4.2 Gastos de Puesta en Marcha

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	
Matricula mercantil	872.000
Registro invima	2.200.000
certificados manipulación de alimentos	60.000
Gastos notaria	200.000

3.4.3 Gastos Mensuales de Administración

CIF MENSUAL	
DETALLES	COSTO
Energía Eléctrica	300.000
Agua Potable	300.000
Arrendamiento	500.000
Mano de Obra Indirecta	2.464.000
Dotación Industrial y Utensilios	600.000
Mantenimiento	200.000
Transporte	200.000
TOTAL	3.264.000

4. FINANZAS

4.1 Ingresos


4.1.1 Fuentes de Financiación

Este proyecto tiene la posibilidad de ser financiado por el fondo emprender el cual es una organización que facilita recursos económicos y acompañamiento necesario para que el proyecto pueda ser ejecutado, también la alcaldía del municipio de Belén de Umbría podría participar de esta iniciativa con apoyos económicos, al ser un municipio con ubicación estratégica y capacidad de emprendimiento ideal para la planta procesadora de frutas.

4.1.2 Formatos Financieros

Proyecciones

FRUTIBEL S.A <i>procesadora de pulpa de fruta (mora y lulo)</i>

			
0	1	2	3
2014	2015	2016	2017

Variables Macroeconómicas	
Inflación	%
Devaluación	%
PAGG	%
IPP	%
Crecimiento PIB	%
DTF T.A.	%
Ventas, Costos y Gastos	
Precio Por Producto	
Frutibel 250 gr	\$ / unid.
Frutibel 500 gr	\$ / unid.
Unidades Vendidas por Producto	
Frutibel 250g	unid.
Frutibel 500 g	unid.
Total Ventas	
Precio Promedio	\$
Cantidad Vendida	Unid.
Ventas	\$
Rebajas en Ventas	
Rebaja	% ventas
Pronto pago	\$
Costos Unitarios Materia Prima	
Costo Materia Prima Frutibel 250 gr	\$ / unid.
Costo Materia Prima Frutibel 500 gr	\$ / unid.

3,09%	2,95%	2,82%
-0,44%	-2,45%	-4,23%
3,09%	2,95%	2,82%
3,40%	3,40%	3,40%
4,63%	4,58%	4,56%
5,35%	5,04%	4,93%

1.100	1.265	1.485
1.700	1.955	2.295

2.900	5361	11621
22.602	41.141	87.962

1.700,0	1.950,0	2.300,0
25.502	46.502	99.583
43.353.943	90.679.006	229.039.844

1,5%	1,5%	1,5%
650.309	1.360.185	3.435.598

335	345	355
645	664	683

Costos Unitarios Mano de Obra					
Costo Mano de Obra Frutibel 250 gr	\$ / unid.		236	243	250
Costo Mano de Obra Frutibel 500 gr	\$ / unid.		236	243	250
Costos Variables Unitarios					
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.		609,9	627,4	644,6
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.		236,0	243,0	249,8
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.		845,9	870,3	894,4
Otros Costos de Fabricación					
Otros Costos de Fabricación	\$		8.000.000	8.400.000	8.820.000
Costos Producción Inventariables					
Materia Prima	\$		15.553.567	29.174.467	64.191.668
Mano de Obra	\$		6.018.547	11.298.232	24.877.066
Materia Prima y M.O.	\$		21.572.114	40.472.699	89.068.734
Depreciación	\$				
Agotamiento	\$		0	0	0
Total	\$		21.572.114	40.472.699	89.068.734
Margen Bruto	\$		50,24%	55,37%	61,11%
Gastos Operacionales					
Gastos de Ventas	\$		9.392.000	9.669.064	9.941.732
Gastos Administración	\$		16.224.000	16.702.608	17.173.622
Total Gastos	\$		25.616.000	26.371.672	27.115.353
Capital de Trabajo					
Cuentas por cobrar					
Rotación Cartera Clientes	días		8	8	8
Cartera Clientes	\$	0	963.421	2.015.089	5.089.774
Cartera Clientes (Var.)	\$		-963.421	-1.051.668	-3.074.685
Provisión Cuentas por Cobrar	%		0%	0%	0%
Provisión Cuentas por Cobrar	\$		-	-	-
Provisión Período	\$		-	-	-
Inventarios					
Invent. Prod. Final Rotación	días costo		1	1	1
Invent. Prod. Final	\$	0	59.923	112.424	247.413
Invent. Prod. Final Variación	\$		-59.923	-52.502	-134.989
Invent. Prod. en Proceso Rotación	días		0	0	0
Invent. Prod. Proceso	\$	0	0	0	0
Invent. Prod. Proceso Variación	\$		0	0	0
Invent. Materia Prima Rotación	días compras		0	0	0
Invent. Materia Prima	\$	0	0	0	0
Invent. Materia Prima Variación	\$		0	0	0
Total Inventario	\$		59.923	112.424	247.413
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar					
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	\$	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar (Var.)	\$		0	0	0
Gastos Anticipados					
Gastos Anticipados	\$	0	0	0	0
Acreedores Gastos Anticipados(Var.)	\$		0	0	0
Cuentas por Pagar					
Cuentas por Pagar Proveedores	días		0	0	0

Cuentas por Pagar Proveedores	\$	0	0	0	0
Cuentas por Pagar Proveedores (Var.)	\$		0	0	0
Acreeedores Varios	\$		0	0	0
Acreeedores Varios (Var.)	\$		0	0	0
Otros Pasivos	\$		0	0	0
Otros Pasivos (Var.)	\$		0	0	0
Activos iniciales					
Terrenos					
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0
Axi	\$		0	0	0
Construcciones y Edificios					
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0
Axi	\$		0	0	0
Depreciación Período	\$		0	0	0
Axi Depreciación acumulada	\$		0	0	0
Depreciación acumulada	\$		0	0	0
Valor neto	\$		0	0	0
Maquinaria y Equipo					
Valor Ajustado	\$	14.062.500	14.497.031	14.924.694	15.345.570
Axi	\$		434.531	427.662	420.876
Depreciación Período	\$		1.449.703	1.492.469	1.534.557
Axi Depreciación acumulada	\$		0	42.766	84.175
Depreciación acum.	\$		1.449.703	2.984.939	4.603.671
Valor neto	\$		13.047.328	11.939.755	10.741.899
Muebles y Enseres					
Valor Ajustado	\$	500.000	515.450	530.656	545.620
Axi	\$		15.450	15.206	14.964
Depreciación Período	\$		51.545	53.066	54.562
Axi Depreciación acumulada	\$		0	1.521	2.993
Depreciación acum.	\$		51.545	106.131	163.686
Valor neto	\$		463.905	424.525	381.934
Equipo de Transporte					
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0
Axi	\$		0	0	0
Depreciación Período	\$		0	0	0
Axi Depreciación acumulada	\$		0	0	0
Depreciación acum.	\$		0	0	0
Valor neto	\$		0	0	0
Equipo de Oficina					
Valor Ajustado	\$	2.500.000	2.577.250	2.653.279	2.728.101
Axi	\$		77.250	76.029	74.822
Depreciación Período	\$		515.450	530.656	545.620
Axi Depreciación acumulada	\$		0	15.206	29.929
Depreciación acum.	\$		515.450	1.061.312	1.636.861
Valor neto	\$		2.061.800	1.591.967	1.091.241
Inversiones (Inicio Período)					
Terrenos	\$	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	\$	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	\$	14.062.500	0	0	0
Muebles y Enseres	\$	500.000	0	0	0

Equipo de Transporte	\$	0	0	0	0
Equipos de Oficina	\$	2.500.000	0	0	0
Total Inversiones	\$		0	0	0
Otros Activos					
Valor Ajustado	\$	0	0	0	0
Variación			0	0	0
Impuestos					
Renta					
Patrimonio	\$	0	-11.957.248	-2.219.566	0
Renta Presuntiva sobre patrimonio Líquido	%		3%	3%	3%
Renta Presuntiva	\$		0	-358.717	-66.587
Renta Líquida	\$		-11.957.248	14.533.854	100.993.725
Renta Presuntiva	%		33%	33%	33%
Impuesto Renta	\$		0	4.796.172	33.327.929
Impuestos por Pagar	\$		0	4.796.172	33.327.929
Pago de Impuesto Renta	\$		0	0	4.796.172
Estructura de Capital					
Capital Socios	\$	0	0	0	0
Capital Adicional Socios	\$		0	0	0
Obligaciones Fondo Emprender	\$	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
Obligaciones Financieras	\$	0	0	0	0
Patrimonio					
Capital Social	\$	0	0	0	0
Reserva Legal Período	\$		0	0	0
Reserva Legal Acumulada	\$		0	0	0
Utilidades Retenidas	\$		0	-11.957.248	-2.219.566
Utilidades del Ejercicio	\$		-11.957.248	9.737.682	67.665.796
Base Revalorización	\$	0	0	-11.957.248	-2.219.566
Revalorización patrimonio período	\$		0	0	0
Revalorización patrimonio acumulado	\$		0	0	0
TOTAL PATRIMONIO	\$				
Dividendos					
Utilidades Repartibles	\$		-	-	-
Dividendos	%		0%	0%	0%
Dividendos	\$		-	-	-

Balance proyectado

	2015	2016	2017
BALANCE GENERAL			
Activo Corriente			
Efectivo	32.937.500	19.429.677	32.399.957
Cuentas X Cobrar	0	963.421	2.015.089
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	59.923	112.424
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0
Gastos Anticipados Neto	0	0	0
Total Activo Corriente:	32.937.500	20.453.020	34.527.470

Terrenos	0	0	0
Construcciones y Edificios Neto	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación Neto	14.062.500	13.047.328	11.939.755
Muebles y Enseres Neto	500.000	463.905	424.525
Equipo de Transporte Neto	0	0	0
Equipo de Oficina Neto	2.500.000	2.061.800	1.591.967
Total Activos Fijos:	17.062.500	15.573.033	13.956.247
Total Otros Activos Fijos	0	0	0
TOTAL ACTIVO	50.000.000	36.026.053	48.483.717
Pasivo			
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	0	4.796.172
Acreedores Varios		0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0
Obligación Fondo Emprender (Contingente)	50.000.000	50.000.000	50.000.000
TOTAL PASIVO	50.000.000	50.000.000	54.796.172
Patrimonio			
Capital Social	0	0	0
Reserva Legal Acumulada	0	0	0
Utilidades Retenidas	0	0	-11.957.248
Utilidades del Ejercicio	0	-11.957.248	9.737.682
Revalorización patrimonio	0	0	0
TOTAL PATRIMONIO	0	-11.957.248	-2.219.566
TOTAL PAS + PAT	50.000.000	38.042.752	52.576.606

Estado de resultados

	2015	2016	2017
ESTADO DE RESULTADOS			
Ventas	43.353.943	90.679.006	229.039.844
Devoluciones y rebajas en ventas	650.309	1.360.185	3.435.598
Materia Prima, Mano de Obra	21.572.114	40.472.699	89.068.734
Depreciación	0	0	0
Agotamiento	0	0	0
Otros Costos	8.000.000	8.400.000	8.820.000
Utilidad Bruta	13.131.520	40.446.122	127.715.512
Gasto de Ventas	9.392.000	9.669.064	9.941.732
Gastos de Administración	16.224.000	16.702.608	17.173.622
Provisiones	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0
Utilidad Operativa	-12.484.480	14.074.450	100.600.159
Otros ingresos			
Intereses	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0
Revalorización de Patrimonio	0	0	0
Ajuste Activos no Monetarios	527.231	518.897	510.663
Ajuste Depreciación Acumulada	0	-59.493	-117.097
Ajuste Amortización Acumulada	0	0	0

Ajuste Agotamiento Acumulada	0	0	0
Total Corrección Monetaria	527.231	459.404	393.566
Utilidad antes de impuestos	-11.957.248	14.533.854	100.993.725
Impuestos	0	4.796.172	33.327.929
Utilidad Neta Final	-11.957.248	9.737.682	67.665.796

Flujo de caja

	2015	2016	2017
FLUJO DE CAJA			
Flujo de Caja Operativo			
Utilidad Operacional	-12.484.480	14.074.450	100.600.159
Depreciaciones	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0
Agotamiento	0	0	0
Provisiones	0	0	0
Impuestos	0	0	-4.796.172
Neto Flujo de Caja Operativo	-12.484.480	14.074.450	95.803.987
Flujo de Caja Inversión			
Variación Cuentas por Cobrar	-963.421	-1.051.668	-3.074.685
Variación Inv. Materias Primas e insumos	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados	-59.923	-52.502	-134.989
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar	0	0	0
Otros Activos	0	0	0
Variación Cuentas por Pagar	0	0	0
Variación Acreedores Varios	0	0	0
Variación Otros Pasivos	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	-1.023.344	-1.104.170	-3.209.674
Inversión en Terrenos	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0
Inversión en Muebles	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0
Inversión Activos Fijos	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-1.023.344	-1.104.170	-3.209.674
Flujo de Caja Financiamiento			
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo	0	0	0
Intereses Pagados	0	0	0
Dividendos Pagados	0	0	0
Capital	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	0	0	0

Neto Periodo	-13.507.823	12.970.280	92.594.313
Saldo anterior	32.937.500	19.429.677	32.399.957
Saldo siguiente	19.429.677	32.399.957	124.994.270

4.2 Egresos

2014 2015 2016 2017

Supuestos Macroeconómicos

Variación Anual IPC		3,09%	2,95%	2,82%
Devaluación		-0,44%	-2,45%	-4,23%
Variación PIB		4,63%	4,58%	4,56%
DTF		5,35%	5,04%	4,93%

Supuestos Operativos

Variación precios		N.A.	14,7%	17,9%
Variación Cantidades vendidas		N.A.	82,3%	114,1%
Variación costos de producción		N.A.	87,6%	120,1%
Variación Gastos Administrativos		N.A.	3,0%	2,8%
Rotación Cartera (días)		8	8	8
Rotación Proveedores (días)		0	0	0
Rotación inventarios (días)		1	1	1

Indicadores Financieros Proyectados

Liquidez - Razón Corriente		N.A.	7,20	N.A.
Prueba Acida		0	7	0
Rotacion cartera (días)		8,00	8,00	N.A.
Rotación Inventarios (días)		0,5	0,4	#iREF!
Rotacion Proveedores (días)		0,0	0,0	#iREF!
Nivel de Endeudamiento Total		138,8%	113,0%	N.A.
Concentración Corto Plazo		0	0	0
Ebitda / Gastos Financieros		N.A.	N.A.	N.A.
Ebitda / Servicio de Deuda		N.A.	N.A.	N.A.
Rentabilidad Operacional		-28,8%	15,5%	43,9%
Rentabilidad Neta		-27,6%	10,7%	29,5%
Rentabilidad Patrimonio		100,0%	-438,7%	N.A.
Rentabilidad del Activo		-33,2%	20,1%	N.A.

Flujo de Caja y Rentabilidad

Flujo de Caja Proyectado y rentabilidad. Cifras en Miles de Pesos

Flujo de Operación		-12.484.480	14.074.450	95.803.987
Flujo de Inversión	-50.000.000	-1.023.344	-1.104.170	-3.209.674
Flujo de Financiación		0	0	0
Flujo de caja para evaluación	-50.000.000	-13.507.823	12.970.280	92.594.313
Tasa de descuento Utilizada		15%	15%	15%
Flujo de caja descontado	-50.000.000	-11.745.933	9.807.395	60.882.264

Criterios de Decisión

Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	21%

VAN (Valor actual neto)	8.943.726
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,63
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	0 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprendedor. (AFE/AT)	100,00%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	0 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	0 mes

5. PLAN OPERATIVO

5.1 Plan Operativo

5.1.1 Cronograma de Actividades

MES/SEMANAS	METAS	REQUERIMIENTOS/RECURSOS	MES 1				MES 2				MES 3			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Búsqueda de posibles socios y recursos financieros	obtener financiación del proyecto	Se pretende realizar una búsqueda de recursos económicos con distintas entidades de financiación como: banco agrario, fondo emprender entre otros.	X	X	X	X								
Realización tramites Invima, registro mercantil	Matricular ante las entidades competentes la constitución de empresa.	Se cuenta en el apoyo de un abogado experto en la cuestión de creación de empresas.				X	X	X	X					
Búsqueda de locación para planta procesadora	encontrar el lugar adecuado para el correcto funcionamiento de la planta	Se necesita en lugar con la opción de ser remodelado a las necesidades iniciales de la planta procesadora, ubicado en las afueras de la zona urbanas del municipio.					X	X	X					
Negociaciones proveedores	Conseguir los mejores productos a precios bajos pero con calidad.	Se requiere obtener productos de calidad, para estos se cuenta con integrantes de las asociaciones del municipio dispuestos a colaborar en el proceso.					X	X	X	X				

Compra maquinaria insumos y equipos de oficina	Obtener la maquinaria y equipos adecuados para el correcto funcionamiento de la plata procesadora.	Despulpadora, fogón industrial, congelador industrial, maquina selladora, furgon, canastillas, equipos de oficina, entre otros.							X	X	X	X				
Búsqueda de personal	encontrar el personal idóneo para las actividades de la planta	Se requiere personal serio, responsable y trabajador, con capacidad de aprendizaje, disponible para ser capacitado en las labores requeridas por la planta.										X				
Compra meterías primas	Adquirir materias primas de calidad y producidas sobres estándares de calidad.	Se requiere adquirir la fruta fresca y de calidad para iniciar proceso de producción.										X	X			
Inicio de operaciones	Iniciar operaciones de producción y venta de la pulpa de fruta FRUTIBEL, obteniendo excelentes resultados de ventas.	Se requiere tener todo lo anterior listo, toda la planta en correcta disponibilidad según la normatividad por ley y de esa forma se podrá dar inicio a las operaciones.												X	X	X

5.2 Metas Sociales

5.2.1 Metas Sociales del Plan de Negocio

Mejor empleo para los campesinos: en el municipio ya que en la actualidad emerge con gran furor la producción de frutas como la mora y el lulo. Los campesinos en este momento le están apostando a la producción de frutas, y con la creación de una planta procesadora los campesinos tiene más oportunidad de producir sus tierras y generar empleo en este tipo de agricultura con los demás habitantes de la región.

Progreso económico: con la siguiente iniciativa se busca el crecimiento y fortalecimiento del municipio, y con esto el incremento de los ingresos que este genera, si la planta procesadora es viable, se fortalece y crece, se aumenta el empleo, los campesinos de la región podrán trabajar en su mismo municipio, esto genera crecimiento y desarrollo municipal. Los campesinos pueden mejorar su calidad de vida y las de sus familias, se podrá invertir más en educación, infraestructura y sustentabilidad.

Para terminar es pertinente que esta propuesta se desarrolle en conjunto con el plan de desarrollo nacional, departamental y municipal como se muestra a continuación:

5.2.2 Plan Nacional de Desarrollo

Plan de desarrollo nacional 2010-2014 “capítulo III-Crecimiento sostenible y competitividad” El sector agropecuario refleja nuestro deseo y compromiso de aprovechar la riqueza y el enorme potencial del campo colombiano para dar un verdadero salto económico y social en las zonas rurales del país a través de la generación de empleo formal y el desarrollo de emprendimientos exitosos. Considerando el incremento previsto de la demanda mundial de alimentos y las perspectivas de precios altos de commodities para las próximas décadas, sumado a las ventajas comparativas que tiene Colombia en este sector, es indudable que nos encontramos ante una oportunidad que no podemos desaprovechar. El paso siguiente será convertir estas ventajas comparativas del campo colombiano en ventajas competitivas, y de esta manera transitar hacia un sector agropecuario de talla mundial que conduzca a más empleo y menor pobreza para la población rural.⁵⁴ Esto generará empleos e ingresos, por ende mejorará notablemente la calidad de vida, tanto la de los productores de mora y lulo como la de los colaboradores de la planta procesadora.

Innovación para la prosperidad :Más que desarrollar estrategias para generar innovación en el aparato productivo, se requiere impregnar una cultura de innovación y emprendimiento en todas las esferas del Estado incluyendo, por supuesto, el sector empresarial, las universidades, y la sociedad civil. La

⁵⁴ <http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=6yjofaugVUQ%3D&tabid=1238>

innovación constituye el mecanismo óptimo para garantizar la sostenibilidad del crecimiento y la competitividad del país en el largo plazo.⁵⁵

5.2.3 Plan Regional de Desarrollo

Plan de desarrollo departamental: “Implementar a 2500 familias un programa de agricultura básica familiar” “Aumentar a 21.193 toneladas la producción agropecuaria y agroindustrial a fin de facilitar la introducción a los diferentes mercados en el cuatrienio.” Este subprograma busca elevar la competitividad del sector agropecuario y es un propósito que exige tomar medidas encaminadas a aprovechar las ventajas comparativas y competitivas del territorio, en este sentido y teniendo en cuenta la oferta ambiental y las posibilidades de competir en los mercados, durante el cuatrienio, se apoyarán prioritariamente los encadenamientos productivos de cafés especiales, plátano, aguacate, cacao, mora y lulo y se hará el acompañamiento a los demás renglones productivos de acuerdo con las necesidades manifestadas por la comunidad. Estímulo al emprendimiento de dos tipos: el de base social y el de alto nivel de tecnología. El primero servirá de suministro de materia prima para el segundo y de generación de bienes de consumo (masivo) para la población, a través de un fondo de inversión empresarial. El segundo, es decir el emprendimiento de alto nivel de tecnología, permitiría el desarrollo de empresas con fuerte aporte de conocimiento lo que significaría en el largo plazo el desarrollo de bienes de capital.⁵⁶

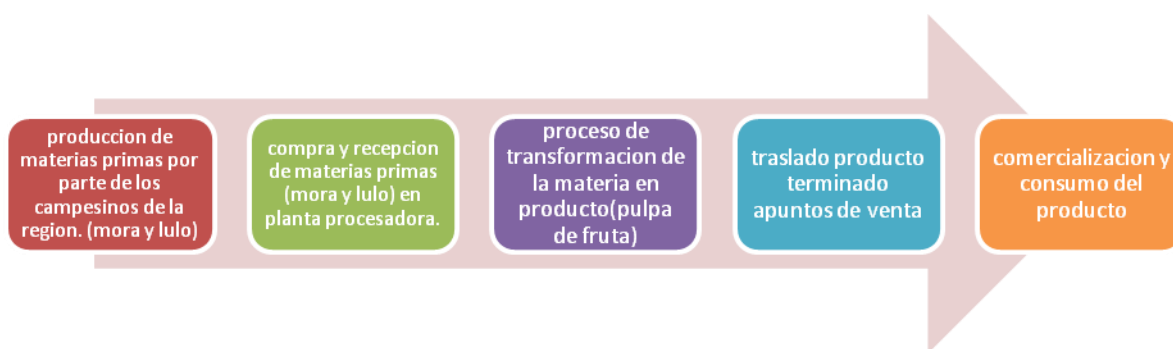
Plan de desarrollo municipal: “DESARROLLO AGROPECUARIO Y AGROINDUSTRIAL PARA EL FORTALECIMIENTO REGIONAL”. Generar el desarrollo integral y equitativo de las zonas rurales, garantizar la seguridad alimentaria y el desarrollo de los sectores agropecuario y agroindustrial, en forma sostenible y competitiva. Gestionar la apropiación de tecnología y recursos a los pequeños, medianos y grandes productores generándoles un valor incremental en su sistema productivo. Incrementar el margen de competitividad con el 35% de las líneas o encadenamientos productivos, mediante el fortalecimiento de cada uno de los sectores productivos.⁵⁷

⁵⁵ <http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/LinkClick.aspx?fileticket=m3PkoV5q9T4%3D&tabid=54>

⁵⁶ <http://www.risaralda.gov.co/sitio/main/images/stories/2012/Secretarias/Despacho/Documentos/Proyecto-Ordenanza-Plan-de-Desarrollo-2012-2015.pdf>

⁵⁷ Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015, Belén de Umbría.

5.2.4 Clúster ó Cadena Productiva



Esta cadena productiva muestra el procesos desde el cultivo de la fruta por parte de los productores, hasta la venta del producto terminado y su consumo.

5.2.5 Empleo

Se generaran 8 empleos directos, los cuales son necesarios en la planta para el desarrollo de la producción, se busca generar más de 50 empleos indirectos, personas cultivando y produciendo mora y lulo.

Estas cantidades son proporcionales al inicio del proyecto, se observa como cada año la producción deberá ir aumentando y con esta, aumentara la cantidad de personal que requiere el proceso productivo.

5.2.6 Emprendedores

Las estudiantes que realizaron esta iniciativa de desarrollo regional, tendrán una participación dentro del proyecto como personal del área administrativa y gestión y desarrollo.

6. IMPACTO

6.1 Impacto Económico, Regional, Social, Ambiental

El impacto económico se verá reflejado en el cambio de la curva de producción de los municipios, a mayor nivel de ventas, mayores ingresos y mejor calidad de vida de los productores de mora y lulo, el impacto social se verá reflejado en la aumento de empleo, no solo para los productores en el campo, sino también el aumento de empleos urbanos (operarios de plata, transportadores entre otros).

Se busca que las personas de las regiones implicadas mejoren su calidad de vida, que tengan acceso no solo al trabajo del campo, que mejoren su nivel de educación y que se genere desarrollo municipal.

Se busca también Generar el desarrollo integral y equitativo de las zonas rurales, garantizar la seguridad alimentaria y el desarrollo de los sectores agropecuario y agroindustrial, en forma sostenible y competitiva

También FRUTIBEL planea asociarse con los municipios inmersos en el proyecto para la realización de labores sociales que contribuyan al desarrollo de las personas (niños y adulto mayor) de la región. También se espera generar desarrollo turístico al ser **FRUTIBEL** una de las primaras plantas procesadoras de frutas de la región, esto podrá causar curiosidad entre los expertos de la materia y contribuir más al desarrollo de la agricultura industrial de los municipios, principalmente de Belén de Umbría.

Los impacto ambientales se espera que sean más positivos que negativos, se planea implementar sistemas de reciclaje en la planta procesadora de frutas que contribuya a mitigar los daños causados al ambiente por los consumos de agua y energía. Se planea la utilización de tecnologías limpias que ayuden a dañar en lo más mínimo posible el ambiente.

Dentro de las estrategias de FRUTIBEL se planea generar alianzas con las dos príncipes asociaciones implicadas en el proceso, ASMOBEL Y ASLUBEL estas ya cuentan con sistemas de producción limpia y estrategias de capacitación sobre el tema para sus productores, la idea principal es que en conjunto se logre extender mas el apoyo al productor, que sean más las personas pendientes de sus procesos y que cada día estos se encentren más actualizados ente temas de su interés.

7. BIBLIOGRAFIA

- Plan frutícola nacional [en línea] <http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_17_ANEXOS%20PFN%20COLOMBIA.pdf
- Perfil nacional de consumo de frutas y verduras.[en línea] <http://www.osancolombia.gov.co/doc/Perfil_Nacional_Consumo_FyV_Colombia_2012.pdf.
- Plan nacional de desarrollo 2010-2014. Juan Manuel santos [en línea] <<http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=6yjofaugVUQ%3D&tabid=1238>. [junio 29 del 2011]
- Plan de desarrollo de Risaralda 2012-2015 [en línea]<<http://www.risaralda.gov.co/sitio/main/images/stories/2012/Secretarias/Despacho/Documentos/Proyecto-Ordenanza-Plan-de-Desarrollo-2012-2015.pdf> [mayo 22 del 2012]
- Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015, Belén de Umbría.[en línea]<<http://www.belendeumbria-risaralda.gov.co/apc-aa-files/63636332373632303732613365313730/plan-de-desarrollo-2012-2015-diagnostico.pdf> [junio 26 del 2012]
- Alcaldía Belén De Umbría. [en línea] <http://www.belendeumbria-risaralda.gov.co/Nuestros_programas.shtml?apc=gcxx-1-&x=3118944 actualizado 11 de Junio de 2012
- Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015, Belén de Umbría.[en línea]<<http://www.belendeumbria-risaralda.gov.co/apc-aa-files/63636332373632303732613365313730/plan-de-desarrollo-2012-2015-diagnostico.pdf>
- Plan frutícola nacional. Plan frutícola de Risaralda [en línea] <http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_113_Plan%20Nal%20frur-risaralda.pdf [noviembre 2006]
- Concagua Foods [en línea] <http://www.aconcaguafoods.cl/productos/linea_pulpas.php?s=productos&s2=linea&s3=pulpa&sub=productos [2013]
- Los colombianos se toman \$12.5 billones en gaseosas y jugos [en línea] < HYPERLINK "<http://www.portafolio.co/negocios/consumo-gaseosas-y->

jugos-colombia" <http://www.portafolio.co/negocios/consumo-gaseosas-y-jugos-colombia> [Abril 21 del 2014]

- Corporación colombiana internacional [en línea] <http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Perfil%20de%20Productos/perfilmora4.html
- Desarrollo dl cultivo e mor en Colombia [en línea] <<http://www.encolombia.com/NoticieroInformativo/CampoyAgroindustria/Desarrollodelcultivodemora.htm>
- Universidad nueva granada [en línea] <<http://www.umng.edu.co/www/resources/MORA.pdf>
- Situación Actual y Perspectivas del Mercado de la Mora [en línea] <http://www.midas.org.co/newweb/midas/departamentos/agricultores-y-cadenas-de-valor/pdf/Mercado_Situacion_Actual_y_Perspectivas_MORA.pdf [agosto 2009]
- Frutas y hortalizas y sus preparados.[en línea] <<http://es.investinbogota.org/invierta-en-bogota/en-que-invertir/ciencias-de-la-vida/frutas-y-hortalizas-y-sus-preparados>
- Fuente: DANE, DIAN. Cálculos: Corporación Colombia Internacional [en línea] <<http://www.camaralima.org.pe/bismarck/DESCARGAS/AccesoEEUU-UE/GUIAS%20BID/Guia%20practica%20para%20PYMES%20para%20Exportar%20a%20la%20UE.pdf>
- Retos del cultivo de mora [en línea] <<http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/ndetalle/article/retos-del-cultivo-de-mora-variedades-mejoradas-y-acompanamiento-tecnico.html> [junio 27 del 2013]
- Universidad de Antioquia · Facultad de Química Farmacéutica [en línea] <http://huitoto.udea.edu.co/FrutasTropicales/principales_zonas_productoras.html
- Propiedades, usos y beneficios de la mora [en línea] <<http://suite101.net/article/propiedades-usos-y-beneficios-de-la-mora-a86584#.U734LJR5P1k>

- Beneficios, Nutrientes Y Propiedades Del Lulo. [en línea] < <http://www.remediocaseronatural.com/comidas-sanas-beneficios-lulo.htm#.U735EJR5P1k>
- Transformación y Comercialización del Lulo en el departamento de Risaralda [en línea] <<http://biblioteca.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/10785/1417/4/CDMAE46.pdf> [Pereira 2010]
- Informe de avance plan de desarrollo Risaralda 2012 pdf “RISARALDA: UNIDA, INCLUYENTE Y CON RESULTADOS” 2012 – 2015 de Evaluación Plan de Desarrollo. Vigencia 2012. GOBERNACIÓN DE RISARALDA
- Las frutas, un prometedor sector para ‘sacarle jugo’ a los TLC. [en línea] < <http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/ndetalle/article/las-frutas-un-prometedor-sector-para-sacarle-jugo-a-los-tlc.html> [junio 3 del 2013]
- + Que Sabor pulpa de fruta [en línea] < http://aplicaciones.ceipa.edu.co/biblioteca/biblio_digital/virtualteca/monografias/que_sabor_pulpa_de_fruta.pdf [2010]
- Colombia produce pero no consume fruta [en line] <<http://www.vanguardia.com/historico/3252-en-colombia-se-produce-pero-no-se-consume-fruta> [agosto 7 del 2008]
- formular y evaluar la factibilidad del montaje de una empresa dedicada a la producción de pulpa de frutas exóticas. Jonathan cañas, judy Pérez, Freddy herrera. corporación universitaria minuto de dios [en línea] <http://es.slideshare.net/evaproyectos/amazon-fruits-final#>
- Pulpifruta [en línea] <<http://www.quala.com.co/contenido/contenido.aspx?catID=28&conID=39>
- Quienes somos. Alimentos SAS. [en línea] <<http://www.pulpas-de-frutas.com/quienes-somos-fruit-pulp-alimentosprocesados-exoticas.htm>
- Frutisima limitada. [en línea] <<http://www.frutisima.co/>
- Sistema de gestión de calidad asofrucol. Política de calidad [en línea] <<http://www.asohofrucol.com.co/>
- Tropical Fruits [en línea] <<http://www.slideshare.net/guest67b3b67/exposicion-de-tropical-fruits-2652100>

- Pulpa De Fruta Deleytte. Palfrut S.A [en línea]
<<http://www.palfrut.com/productos.php#pulpa>
- Promoting. Calidad de servicio. Impulso de ventas. [en línea]
<http://www.promoting.com.ve/detalle_publicaciones.asp?id=148&co_clasif_pub=9
- Pulpa de frutas. Proceso de frutas. Astrid carolina [en línea]
<<http://procesodefutas.blogspot.com>>
- <http://www.carder.gov.co/web/es/objetivos-y-funciones>
- http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/F/Fondo_Emprender/Fondo_Emprender.ASP
- Cámara de comercio de Pereira.Centro de atención empresarial. [en línea]
<<http://www.crearempresa.com.co/Consultas/ConsultasTipoEmpresa.aspx>
- Cámara de comercio. Permiso sanitario alimento [en línea]
<http://www.camaradorada.org.co/index.php/es/articulos-de-interes/137-pasos-para-obtener-el-permiso-sanitario-alimentos>