

The idea of this business plan stems from the need to find new markets for the marketing of fruits such as passion fruit and cholupa and/or pulp of these, because in many cases part of the production is lost due to domestic demand is not sufficient to consume all the produce of the country. Within the development of the business plan was carried out market research which sought to determine the target market for the international marketing of passion fruit and cholupa. This investigation was carried out in two phases, an exploratory and quantitative as a result was established Canada as a destination for exports, then proceeded to identify the preferences of potential customers by obtaining information through the implementation interviews with experts and the implementation of these surveys. Subsequently determined the operation of the international marketer, taking into account all legal aspects for export. Then in order to give effect to the project was necessary to define the agents and processes that interact in the formation of legal business structure and defined the organization of international trading in order to delineate the roles and responsibilities within the organization. Finally we did a financial analysis that helped show the feasibility of the project, supported by the results of financial indicators (cost-benefit ratio: 4.00 - IRR: 24.49%), being a project attractive to investors.

# **“PLAN DE NEGOCIOS PARA EXPORTAR MARACUYÁ Y CHOLUPA COMO FRUTA FRESCA Y/O EN PULPA HACIA CANADÁ”**

## **TRABAJO DE GRADO**

**Presentado por:**  
**Juan Diego Duran Hernández**  
**c.c. 7720.992**  
**Gerardo Andrés Méndez Artunduaga**  
**c.c. 7715.113**

**Directora:**  
**Ing. Mónica Morales**



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**  
**DEPARTAMENTO DE PROCESOS PRODUCTIVOS**  
**Bogotá, Diciembre 2008**

# **“PLAN DE NEGOCIOS PARA EXPORTAR MARACUYÁ Y CHOLUPA COMO FRUTA FRESCA Y/O EN PULPA HACIA CANADÁ”**

**Presentado por:**  
**Juan Diego Duran Hernández**  
**c.c. 7720.992**  
**Gerardo Andrés Méndez Artunduaga**  
**c.c. 7715.113**



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**  
**DEPARTAMENTO DE PROCESOS PRODUCTIVOS**  
**Bogotá, Diciembre 2008**

## CONTENIDO

INTRODUCCION.....	7
ANTECEDENTES .....	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	8
JUSTIFICACIÓN.....	11
OBJETIVOS.....	13
1. GENERALIDADES .....	14
1.1 MARACUYÁ.....	14
1.1.1 Generalidades.....	14
1.1.2 Condiciones y requerimientos agro-ecológicos .....	15
1.1.3 Composición Nutricional .....	15
1.1.4 Estacionalidad de la oferta .....	16
1.2 CHOLUPA .....	17
1.2.1 Generalidades.....	17
1.2.2 Condiciones y requerimientos agro-ecológicos .....	18
1.2.3 Composición Nutricional del Cholupa .....	18
1.2.4 Estacionalidad de la oferta de Cholupa.....	19
1.3 PULPA DE FRUTAS .....	19
1.3.1 Despulpado .....	19
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	20
2.1 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	20
2.2 METODOLOGIA.....	20
2.3 Fase Explorativa .....	21
2.3.1 Mercado Objetivo .....	21
2.3.2 Competidores Colombianos .....	24
2.3.3 Aspectos Relevantes para negociar con los Canadienses .....	25
2.3.4 Importadores de Frutas.....	26
2.4 FASE CUANTITATIVA .....	26
2.4.1 Conclusiones de la tabulación de las encuestas realizadas .....	32
2.4.2 Análisis del mercado – 4P’s.....	33
2.4.3 Cuantificación de la demanda de fruta fresca de maracuyá. ....	34
3. OPERACIONES Y LOGISTICA.....	35
3.1 CADENA DE ABASTECIMIENTO .....	35
3.2 DESCRIPCIÓN DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO.....	36
3.2.1 Información del Cliente.....	36
3.2.2 Productos.....	37
3.3 PROCESO .....	38
3.4 PROVEEDORES.....	39
3.4.1 Selección de Proveedores.....	39
3.4.2 Área cosechada, producción y rendimiento de cholupa .....	40
3.4.3 Criterios para la selección de proveedores .....	40
3.4.4 Listado de Proveedores del Departamento del Huila .....	40
3.5 CALIDAD DEL PRODUCTO .....	41
3.5.1 Normas fitosanitarias de exportación en Colombia.....	42
3.5.2 Certificado de Origen.....	42
3.5.3 Estándares de Calidad Canadienses .....	43
3.6 PRODUCTO.....	44
3.7 POSICION ARANCELARIA .....	44
3.8 ALMACENAMIENTO E INVENTARIO .....	46
3.9 EMPAQUE.....	47
3.9.1 Material del Empaque .....	47

3.10	ETIQUETADO.....	49
3.11	TRANSPORTE .....	49
3.11.1	Infraestructura Colombiana.....	49
3.11.2	Perfil de Logística hacia Canadá.....	50
3.11.3	Contrato de Compraventa .....	63
3.11.4	Carta de Crédito .....	64
3.11.5	Proceso de pago por exportación de mercancías .....	65
3.11.6	Canales De Distribución .....	66
4.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	69
4.1	RAZÓN SOCIAL .....	69
4.2	COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL.....	69
4.3	CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA .....	69
4.4	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	70
4.4.1	Creación de la empresa .....	70
4.5	TIPO DE SOCIEDAD.....	71
4.6	OBJETO SOCIAL.....	72
4.7	ORGANIGRAMA.....	72
4.8	MISIÓN.....	73
4.9	VISIÓN.....	73
4.10	DESCRIPCIÓN DE CARGOS.....	73
4.11	NOMINA.....	73
4.12	Valores de la compañía.....	75
5.	ANÁLISIS FINANCIERO.....	76
5.1	Indicadores Económicos.....	76
5.1.1	Índice de precios al consumidor.....	76
5.1.2	Tasa de Cambio Representativa del Mercado - TCRM.....	76
5.1.3	Índice de Precios del Productor.....	77
5.1.4	Tasa de depósito a término fijo (DTF).....	77
5.1.5	Proyección Indicadores Macroeconómicos.....	77
5.1.6	Tasa de cambio dólar canadiense – peso colombiano .....	78
5.2	Precio de venta .....	78
5.3	Presupuesto de Ventas .....	78
5.4	Presupuesto de Ventas con devaluación .....	79
5.4.1	Costo de kilogramo de maracuyá mensual con dependencia estacional .....	79
5.4.2	Proyección de la TRM (USD/CAD) .....	80
5.5	Costos financieros del Proyecto.....	80
5.5.1	Costos Fijos.....	81
5.5.2	Costos Variables .....	81
5.5.3	Punto de Equilibrio .....	82
5.5.4	Costos totales de la operación.....	84
5.6	Inversiones del Proyecto.....	85
5.6.1	Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC) .....	86
5.7	Indicadores Financieros .....	88
5.7.1	Relación Costo - Beneficio .....	88
5.7.2	Valor presente neto (VPN):.....	88
5.7.3	Tasa Interna de Retorno (TIR):.....	88
5.8	Evaluación Financiera con Financiación .....	89
5.8.1	Amortización del Crédito .....	89
5.8.2	Flujo de operaciones con financiación .....	90
	CONCLUSIONES.....	92
	BIBLIOGRAFIA.....	93

## INDICE DE TABLAS

- Tabla 1. Productores Mundiales de Maracuyá
- Tabla 2. Condiciones y Requerimientos agro-ecológicos del maracuyá
- Tabla 3. Contenido Nutricional del Maracuyá
- Tabla 4. Estacional de la Cosecha de Maracuyá
- Tabla 5. Condiciones y Requerimientos agro-ecológicos de la Cholupa
- Tabla 6. Contenido Nutricional de la Cholupa
- Tabla 7. Estacional de la Cosecha de la Cholupa
- Tabla 8. Cantidad de Inmigrantes Legales según la CIC de Canadá
- Tabla 9. Principales Exportadores Colombinos posición arancelaria 0810.90.10.00
- Tabla 10. Área cosechada, producción y rendimiento de Maracuyá
- Tabla 11. Listado de proveedores de Maracuyá y Cholupa en el Departamento del Huila
- Tabla 12: Capacidad de carga por tipo de aeronave (Ejemplos)
- Tabla 13. Normas y Restricciones portuarias en Canadá
- Tabla 14. Países sin permiso de ingreso a territorio fluvial canadiense.
- Tabla 15. Distancias Terrestres entre ciudades - Canadá
- Tabla 16. Valor Nomina y Aportes Empleados
- Tabla 17. Datos – Costos Adicional por concepto de contratación de personal
- Tabla 18. Costos Adicionales para el Empleador
- Tabla 19. Indicadores Macroeconómicos Proyectoados
- Tabla 20. Tasa Conversión CAD-COP
- Tabla 21. Presupuesto de Ventas
- Tabla 22. Proyección de Ventas con Devaluación
- Tabla 23. Costo Kilogramo de Maracuyá según Estacionalidad
- Tabla 24. Proyección TRM USD-CAD
- Tabla 25. Costos Fijos C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.
- Tabla 26. Costos Variables C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.
- Tabla 27. Costos Materia Prima C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.
- Tabla 28. Costos Totales C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.
- Tabla 29. Flujo de Inversiones C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.
- Tabla 30. WACC C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.
- Tabla 31. Relación Costo/Beneficio. C.I Frutas Exóticas del Huila Ltda.
- Tabla 32. Amortización Crédito C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.
- Tabla 33. Flujo de Caja con Financiación C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.

## INDICE DE IMAGENES

Imagen 1. Maracuyá (*Pasiflora edulis* L.)

Imagen 2. Cholupa, Gulupa (*Pasiflora Maliformis*)

Imagen 3. Cadena de Abastecimiento

Imagen 4. Descripción Cadena de Abastecimiento

Imagen 5. Pagina de consulta de Proexport – Posición Arancelaria

Imagen 6. Cartón corrugado

Imagen 7. Pago por Exportaciones

## INDICE DE GRAFICOS

- Gráfico 1. Producción nacional de maracuyá
- Gráfico 2. Producción nacional de Chólupa
- Gráfica 3. Exportaciones Colombianas Posición Arancelaria 0810.90.10.00
- Gráfico 4. Distribución de residentes permanentes en Canadá por Provincia
- Gráfico 5. Datos Exportaciones Valor FOB – Posición Arancelaria 0810.90.10.00
- Gráfico 5. Conocimiento del Maracuyá por lo Importadores
- Gráfico 6. Disposición de importar maracuyá
- Gráfico 7. Conocimiento del Maracuyá por lo Importadores
- Gráfico 8. Forma de presentación del maracuyá para importar
- Gráfico 9. Cantidad promedio en Kg. de producto a importar por compra
- Gráfico 10. Frecuencia de importación del producto
- Gráfico 11. Preferencia de modo de transporte al importar
- Gráfico 12. Países de donde proviene el maracuyá según importadores
- Gráfico 13. INCOTERMS utilizado por los importadores
- Gráfico 14. Forma de pago según importadores
- Gráfico 15. Valor de un kilo de maracuyá
- Gráfico 16. Cadena de Abastecimiento
- Gráfico 17. Mapa de procesos
- Gráfico 18. Diagrama de Pareto Producción Maracuyá
- Gráfico 19. Proceso de Pago
- Gráfico 20. Canal de Distribución
- Gráfico 21. Organigrama
- Gráfico 22. Punto de Equilibrio C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.

## INDICE DE ANEXOS

- Anexo 1. Listado de importadores-mayoristas
- Anexo 2. Formato Encuesta en Español
- Anexo 3. Encuesta Traducida al Ingles.
- Anexo 4. Encuesta Traducida al Francés.
- Anexo 5 Ley 67 de 1979
- Anexo 6. Cotización cajas de Cartón Corrugado para frutas
- Anexo 7. INCOTERMS – FCA-Free Carrier
- Anexo 8. Datos de Inmigrantes Permanentes Legales por Provincia
- Anexo 9. Días Festivos Oficiales en Canadá
- Anexo 10. Descripción de Cargos
- Anexo 11. Modelo de contrato compraventa internacional
- Anexo 12. Cuadro Resumen Exportaciones Posición Arancelaria desde Colombia.
- Anexo 13. Tarifas BANCOLDEX
- Anexo 14. Cotización Arriendo – Inmobiliaria Rocha
- Anexo 15. Cotización Transporte de Carga Bogota- Montreal
- Anexo 16. Cotización Almacén Brissa
- Anexo 17. Cotización Silva Impresores Ltda.

## INTRODUCCION

Este proyecto nace como parte de la formación del Ingeniero Industrial Javeriano y su constante compromiso en la solución de la problemática social del país. Tal vez uno de los problemas más importantes a los que se enfrenta Colombia hoy en día es el desempleo, que debido a sus altos niveles, ha venido ocasionando que la población se dedique a otras actividades, en muchas ocasiones ilícitas, para lograr sobrevivir, pero que poco a poco han logrado hacer que se convierta en un problema de inmensas dimensiones que logra tocarnos a todos y que no podemos menospreciar. Surge entonces la creación de nuevas empresas como un aporte a la solución de este flagelo que azota a nuestro país, y que al mismo tiempo nos permite plasmar los conocimientos adquiridos durante años de vida universitaria.

La idea de este plan de negocios surge de la necesidad de encontrar nuevos mercados para la comercialización de frutas como el maracuyá y la cholupa y/o la pulpa de estos, pues en muchas ocasiones parte de la producción se pierde debido que la demanda nacional no es suficiente para consumir toda la producción del país. La comercialización internacional hacia Canadá es una interesante alternativa, que además de brindar la posibilidad de encontrar nuevos mercados, nos ofrece amplias ventajas en cuanto a exenciones tributarias, gracias a los diferentes convenios internacionales de comercio exterior que Colombia posee con este país, y adicionalmente con un tratado de libre comercio entre las dos naciones.

Para el desarrollo de este proyecto fue necesaria la interacción y puesta en práctica de conocimientos, valores éticos y morales, herramientas y experiencia adquiridas en las diferentes áreas durante la formación académica de la carrera de Ingeniería Industrial en la Pontificia Universidad Javeriana, tales como Finanzas, Logística, Recursos Humanos, Mercadeo y Producción.

## ANTECEDENTES

### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el mercado de las frutas, Colombia se encuentra dentro de los tres primeros productores y exportadores de Maracuyá de Suramérica, teniendo en cuenta además que esta región provee el 90% de la producción a nivel mundial<sup>1</sup>.

Tabla 1. Productores Mundiales de Maracuyá

<b>Productores Mundiales de Maracuyá</b>	
<b>Brasil</b>	<b>66%</b>
<b>Ecuador</b>	<b>12%</b>
<b>Colombia</b>	<b>11%</b>
<b>Asia</b>	<b>3%</b>
<b>Perú</b>	<b>2%</b>
<b>Otros</b>	<b>6%</b>

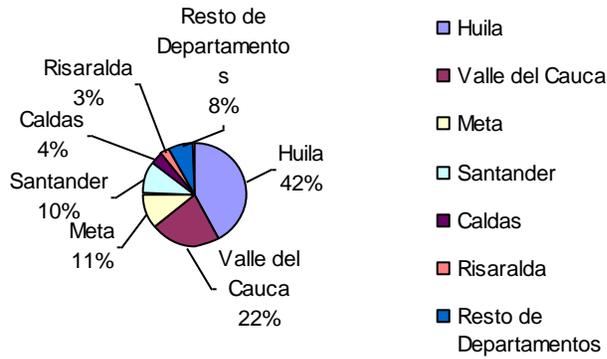
Fuente: Natural Juice Products Association.  
Cálculos: Corporación Colombia Internacional.

La producción de Maracuyá en Colombia es de cerca de 80.000 Tn/año, en un área de 4800 hectáreas. El Huila y Valle del Cauca, son los departamentos con mayor área y volumen en producción, este valor corresponde al 2.44% de la producción de frutas a nivel nacional. Los municipios con mayor producción en el país son:

- Suaza (Huila)
- Roldadillo (Valle)
- Granada (Meta)
- Girón (Santander)
- Rivera (Huila)
- La Unión (Antioquia)
- Colombia (Huila)
- Guadalupe (Huila)
- Lejanías (Meta)
- Bolívar (Cauca)
- Algeciras (Huila)
- La Plata (Huila)

<sup>1</sup> Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura. 2005. [www.iica-ecuador.org](http://www.iica-ecuador.org)

Gráfico 1. Producción Nacional de Maracuyá

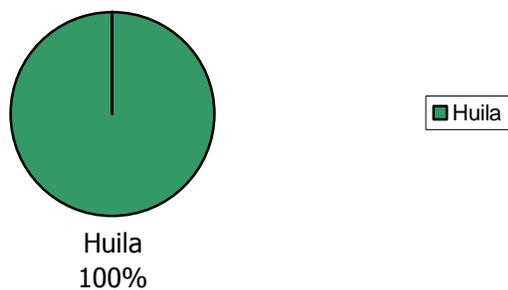


FUENTE: Secretaria Técnica Cadena de Frutas. 2005

Dentro de la misma familia del maracuyá encontramos la Cholupa, fruta exótica, que ofrece también importantes beneficios para la salud, debido al alto contenido de vitaminas y minerales. La Cholupa es una importante oportunidad de negocios debido a su alta producción y a su poco conocimiento en tanto en el mercado nacional como internacional.

El departamento del Huila es el principal productor comercial con el 100% de la producción nacional<sup>2</sup>.

Gráfico 2. Producción nacional de Cholupa



FUENTE: Secretaria Técnica Cadena de Frutas. 2005

<sup>2</sup> Secretaria Agricultura del Huila. Acuerdo de productividad cadena frutícola, 2006

Sin embargo, a pesar de los incrementos en la producción nacional de estas frutas se presenta un problema bastante importante, pues según el instituto de ciencia y tecnología de alimentos ITCA de la universidad nacional de Colombia, “Actualmente se calcula que las pérdidas en maracuyá debido principalmente a la poca variedad de canales de comercialización y a los inadecuados manejos de la fruta en época de post-cosecha superan el 30% de la producción”<sup>3</sup>.

Atendiendo esta problemática, la comercialización internacional del maracuyá y la cholupa y/o su pulpa, es una opción para aprovechar la vida útil del producto, aprovechando sus características nutricionales, y a la vez generando nuevas oportunidades de mercado, disminuyendo la considerable pérdida de la producción nacional.

Teniendo en cuenta que Canadá es uno de los países que mayores preferencias arancelarias ofrece a los productos colombianos primarios, dentro de las cuales están la de Nación Menos Favorecida (MFN) y el Sistema General de Preferencia (GPT), y se tiene previsto para el 2008 comenzar con las negociaciones de un Tratado de Libre Comercio con ese país, lo cual facilitaría aún más las exportaciones hacia el mercado canadiense y daría mayores preferencias a los productos de nuestro país. Además, Canadá es un país con potencial de consumo de fruta fresca y de pulpa de fruta con un consumo por persona de 130 Kg. (ubicándose dentro de los 10 primeros consumidores a nivel mundial<sup>4</sup>).

Lo anterior daría origen a la pregunta: ¿Es posible hacer un plan de negocios para la exportación de fruta fresca o pulpa de maracuyá y cholupa hacia Canadá, que genere utilidad y beneficios a nivel personal, y contribuya al desarrollo del país?

---

<sup>3</sup> Jesús Antonio Gálvez; Director del instituto de ciencia y tecnología de alimentos ITCA.

<sup>4</sup> Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA), Costa Rica

## JUSTIFICACIÓN

La cadena productiva de frutas tiene una posición privilegiada dado que Colombia cuenta con condiciones favorables que permiten el cultivo de una gran variedad de frutas al contar con extensiones de tierra aptas para la agricultura en los diferentes pisos térmicos. Adicional a esto, Colombia esta ubicada estratégicamente en la geografía del continente americano, lo que le permite la exportación de productos por medio de puertos aéreos y puerto marítimos ubicados tanto en el Océano Atlántico como en el Océano Pacífico.

Cuando se hace referencia a las preferencias del consumidor, la Corporación Colombia Internacional, en su ponencia sobre las *“EXPORTACIONES AGROPECUARIAS COLOMBIANAS: PRESENTE Y FUTURO”* asegura: “El universo de oportunidades comerciales se ha ampliado y diversificado vertiginosamente en los últimos años. Este universo de bienes comercializados no es el restringido de otras décadas. Los consumidores buscan bienes que tengan mucho atributos, y los enumera así: a) Preocupaciones por la salud, que sean ecológicos, nutritivos, fortificados, light/dietéticos; b) Productos de alta calidad: gourmet, frescos, valor agregado; c) alimento seguros y sanos; d) Comidas fuera del hogar: mercado institucional; e) Alimentos listos para cocinar; f) Alimentos listos para consumir: precocidos, precortados, condimentados, snacks, chips.

El consumo mundial de frutas muestra una tendencia creciente tanto en el total como por grupo de países, además existe una relación directa entre el ingreso y el consumo de frutas, dadas sus altas elasticidades de ingreso.

Otro factor importante en el desarrollo del mercado del sub-sector de pulpas y jugos de frutas tropicales lo determina la fluctuación y el nivel de precios de comercialización que pueden sacar un producto del mercado por falta de competitividad. Análogamente, los productores primarios podrían verse desestimulados en la producción por incapacidad de planear con suficiente antelación las necesidades de abastecer el mercado de transformación, en este punto se hace necesario concertar esfuerzos hacia una producción planificada, sustentable y competitiva.

La competitividad está definida, entre otras consideraciones por la capacidad de recibir e interpretar adecuadamente la información pertinente y oportuna, es así como podría definirse un proyecto de exportación de concentrados y pulpas de frutas tropicales desde Colombia para los mercados de los países en desarrollo, teniendo en cuenta las perspectivas y oportunidades ofertadas por los cambios en el gusto del consumidor y la creciente población hispana localizada en Norteamérica.”<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Secretaria Agricultura del Huila. Acuerdo de productividad cadena frutícola, 2006

La fruticultura será, en los próximos años, el eje de reconversión del sector agroalimentario colombiano, líder por su notable contribución a la creación de empleo e ingresos, a la generación neta de divisas y a la modernización empresarial del sector agrícola, siempre que supere los obstáculos de planeación de la producción con una solución integral de las problemáticas de calidad, transformación tecnológica y control de costos.

Por lo tanto un desarrollo frutícola en un país como Colombia debe estar sustentado tanto en un aporte importante de innovación tecnológica, como en la identificación y control de los costos de producción, transformación y comercialización. Y referido a los procesos de transformación de las frutas tropicales en pulpas, estos son relativamente sencillos, si se considera que se obtendrá un producto intermedio para un mercado altamente exigente en la conservación de las características organolépticas y de la calidad microbiológica de la pulpa.

Con el fin de aprovechar la creciente producción de estas frutas a nivel nacional, más exactamente en el departamento del Huila, y aprovechando el cambio en la tendencia de consumo de alimentos, sobre todo en los países desarrollados, dentro de los que se encuentra Canadá, tendencia que hoy en día se inclina hacia el consumo de productos frescos y naturales, hemos visto en la exportación de fruta fresca y/o de la pulpa de estas, una interesante oportunidad de negocio, dadas las favorables condiciones en los acuerdos comerciales con ese país, que como se mencionó anteriormente, ofrecen a los productos colombianos preferencias arancelarias, además de ser un mercado potencial bastante amplio, debido a que de cómo se expuso en los antecedentes de acuerdo a los informes presentados por el Ministerio de Salud de Canadá, los canadienses tienen preferencias por los productos naturales, y debido a su cambio estacional en el clima, no pueden producir ni cantidad ni variedad de frutas tropicales que logren suplir la demanda del mercado.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> <http://www.hc-sc.gc.ca/>

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Desarrollar un plan de negocios para la exportación de Maracuyá y Cholupa como fruta fresca y/o en pulpa hacia Canadá.

### **Específicos**

- Aplicar una investigación de mercados para poder definir estrategias de mercadeo y venta para Canadá.
- Precisar la estructura organizacional y administrativa que deberá tener el plan de negocios.
- Definir las tareas operativas y logísticas para la exportación de pulpa de maracuyá y de cholupa hacia Canadá.
- Realizar un análisis financiero del proyecto, en términos de costo-beneficio del proyecto.

# 1. GENERALIDADES

## 1.1 MARACUYÁ

Imagen 1. Maracuyá (*Pasiflora edulis* L.)



FUENTE: Fundación Sonrisas de colores (2004). Secretaria Agricultura del Huila. Acuerdo de productividad cadena frutícola, 2006

### 1.1.1 Generalidades

- ✓ **Nombre común** Maracuyá
- ✓ **Nombre científico** (*Pasiflora edulis* L.)
- ✓ **Genero** Pasiflora
- ✓ **Familia** Pasifloraceae
- ✓ **Tipo** Fruta
- ✓ **Origen** Originaria de la amazonía Brasileña de donde se llevó a Australia y de allí a Hawai en 1880
- ✓ **Países productores** Brasil, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Países asiáticos.

En Colombia se pueden distinguir dos grupos el de maracuyá: púrpura *Passiflora edulis* Sims y amarillo *Flavicarpa* Degener. es una enredadera perenne, leñosa que crece vigorosamente, sin embargo, debido a los problemas con enfermedades del cuello del tallo y la raíz principalmente se ha tenido que manejar como un cultivo transitorio. El fruto posee una cáscara dura, lisa y brillante, cuyo color varía entre el verde y el amarillo canario.

Se adapta desde el nivel del mar hasta los 1500 msnm, el amarillo se recomienda hasta los 1000 msnm y el púrpura hasta los 1300. Se propaga principalmente por semilla.

El Maracuyá (*Pasiflora edulis*), es también conocida como la fruta de la pasión, su nombre se debe a que partes de la fruta y de la flor se parecen a los símbolos de

la crucifixión de Cristo, como la corona de espinas. Cuando el fruto esta en la mata se forma una coronita ligeramente espinosa. Contiene proteínas, grasas, carbohidratos, agua, fibra, calcio, fósforo, hierro, tiamina, riboflavina, niacina, vitaminas A y C, sodio, potasio. Es laxante, ayuda al buen funcionamiento del intestino, combate el ácido úrico; es aconsejable consumirlo cuando hay afecciones de vejiga, próstata, hígado y vías urinarias, además baja la tensión.

### 1.1.2 Condiciones y requerimientos agro-ecológicos

Tabla 2. Condiciones y Requerimientos agro-ecológicos del maracuyá

CONDICIONES AGROECOLOGICAS				PLAGAS Y ENFERMEDADES	
<b>ALTITUD</b>	<b>m.s.n.m</b>	<1200		<b>PLAGAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gusano cosechero (<i>Agroulis</i> sp)</li> <li>Arañita roja (<i>Tetraichus</i> sp)</li> <li>Mosca sonsa (<i>Dasiops</i> sp)</li> <li>Encrespador Cogollo (<i>Trips</i> sp)</li> <li>Lorito verde (<i>Diabrotica</i> sp)</li> <li>Tortuguilla (<i>Ceroplastes</i> sp)</li> </ul> <b>ENFERMEDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mancha parda (<i>Alternaria passiflorae</i>)</li> <li>Pudrición del fruto (<i>Phytophthora nicotianae</i> var. <i>parasitica</i>)</li> <li>Mancha por septoria (<i>Septoria passiflorae</i>)</li> <li>Roña (<i>Cladosporium herbarum</i>)</li> <li>Secadera (<i>Fusarium</i> sp)</li> </ul> <b>LABORES CULTURALES:</b> Desyerbas: 4 por año incluida 1 aplicación de herbicida. Podas: de formación Tutorado: espaldera o emparrado Control Sanitario: insectos y hongos.	
<b>RADIACIÓN</b>	<b>H/día</b>	>4			
<b>TEMPERATURA</b>	<b>°C</b>	20-30			
<b>PRECIPITACIÓN</b>	<b>mm</b>	1000-2000			
<b>HUMEDAD</b>	<b>%</b>				
<b>PENDIENTE</b>	<b>%</b>	<30%			
<b>ZONA DE VIDA</b>	Bosque espinoso subtropical Bosque muy seco tropical Bosque seco tropical				
<b>NIVEL DE NUTRIENTES DEL SUELO</b>	<b>N</b>	<b>Kg/ha</b>	150		
	<b>P2O5</b>	<b>Kg/ha</b>	45		
	<b>K2O</b>	<b>Kg/ha</b>	160		
	<b>pH</b>	<b>Kg/ha</b>	5.5-6.5		
<b>PROFUNDIDAD</b>	<b>cm.</b>	50			
<b>TEXTURA</b>	<b>Clase</b>	Franca, franco-arenosa, franco-arcillosa			
<b>DISTANCIAS DE SIEMBRA</b>	3x3,3x4, 2.5x6				
<b>DENSIDAD DE SIEMBRA (Plantas /Ha)</b>	1111, 833, 666				
<b>VIDA UTIL</b>	2 años				
<b>COSECHA:</b> Inicia de los 8 después de la siembra y es continua durante mínimo 14 meses.					

FUENTE: Fundación Sonrisas de colores (2004). Secretaria Agricultura del Huila. Acuerdo de productividad cadena frutícola, 2006

### 1.1.3 Composición Nutricional

El contenido químico del maracuyá en 100 gramos (parte comestible) se compone de la siguiente manera:

Tabla 3. Contenido Nutricional del Maracuyá

ESTRUCTURA		CANTIDAD
Calorías		78,0
Humedad	%	85,0
Proteínas	gr.	0,8
Grasa	gr.	0,6
Carbohidratos	gr.	2,4
Fibra	gr.	0,2

<b>Calcio</b>	mg.	5,0
<b>Fósforo</b>	mg.	18,0
<b>Hierro</b>	mg.	0,3
<b>Vitamina A activada</b>	mg.	684,0
<b>Riboflavina</b>	mg.	0,1
<b>Acido Ascórbico</b>	mg.	20,0
<b>Niacina</b>	mg.	2,2

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

#### 1.1.4 Estacionalidad de la oferta

Tabla 4. Estacional de la Cosecha del Maracuyá

PRODUCTO	ESTACIONALIDAD	EPOCAS DE COSECHA											
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
MARACUYA	REGIONAL	OFERTA ALTA	OFERTA ALTA	OFERTA ALTA	OFERTA ALTA	OFERTA BAJA	OFERTA MEDIA	OFERTA MEDIA	OFERTA ALTA	OFERTA BAJA	OFERTA ALTA	OFERTA BAJA	OFERTA BAJA
	NACIONAL	OFERTA MEDIA	OFERTA MEDIA	OFERTA BAJA	OFERTA BAJA	OFERTA MEDIA	OFERTA ALTA	OFERTA ALTA	OFERTA ALTA	OFERTA ALTA	OFERTA ALTA	OFERTA MEDIA	OFERTA ALTA

CONVENCIONES:



OFERTA ALTA

OFERTA MEDIA

OFERTA BAJA

OFERTA MEDIA

FUENTES: Corporación de Abastos de Bogota S.A. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

## 1.2 CHOLUPA

Imagen 2. Cholupa, Gulupa (Pasiflora Maliformis)



FUENTE: Fundación Sonrisas de colores (2004). Secretaria Agricultura del Huila. Acuerdo de productividad cadena frutícola, 2006

### 1.2.1 Generalidades

✓ <b>Nombre común</b>	Cholupa, Gulupa
✓ <b>Nombre científico</b>	Pasiflora Maliformis
✓ <b>Genero</b>	Pasiflora
✓ <b>Familia</b>	Pascifloráceae
✓ <b>Tipo</b>	Fruta
✓ <b>Origen</b>	Fruta originaria del trópico andino, siendo civilizada en Colombia.
✓ <b>Países productores</b>	Colombia

Es un bejuco leñoso trepador perenne, de tallos redondos y enteros, hojas ovadas-oblongas, gruesas, de unos 5-8 cm. de largo. Los tallos, hojas y zarcillos presentan un color rojizo, rosado o púrpura, los frutos son redondos u ovoides de 3-7 cm. de diámetro con cáscara dura de 3-10mm de grosor. En su madurez son de color amarillo claro, la pulpa es blanca amarillenta y agridulce con múltiples semillas de color negro.

## 1.2.2 Condiciones y requerimientos agro-ecológicos

Tabla 5. Condiciones y Requerimientos agro-ecológicos de la Cholupa

CONDICIONES AGROECOLOGICAS			
<b>ALTITUD</b>	<b>m.s.n.m</b>	<1200	
<b>RADIACIÓN</b>	<b>H/día</b>	>4	
<b>TEMPERATURA</b>	<b>°C</b>	20-30	
<b>PRECIPITACIÓN</b>	<b>mm</b>	1000-2000	
<b>HUMEDAD</b>	<b>%</b>	50-70%	
<b>PENDIENTE</b>	<b>%</b>	<25%	
<b>ZONA DE VIDA</b>	Bosque espinoso subtropical Bosque muy seco tropical Bosque seco tropical		
<b>NIVEL DE NUTRIENTES DEL SUELO</b>	<b>N</b>	<b>Kg/ha</b>	150
	<b>P205</b>	<b>Kg/ha</b>	45
	<b>K20</b>	<b>Kg/ha</b>	160
	<b>pH</b>	<b>Kg/ha</b>	5.5-6.5
<b>PROFUNDIDAD</b>	<b>cm.</b>	50	
<b>TEXTURA</b>	<b>Clase</b>	Franca, franco-arenosa, franco-arcillosa	
<b>DISTANCIAS DE SIEMBRA</b>	4x3, 4x4		
<b>DENSIDAD DE SIEMBRA (Plantas /Ha)</b>	833, 625		
<b>VIDA UTIL</b>	2 años		
<b>COSECHA:</b> Inicia de los 8 después de la siembra y es continua durante mínimo 14 meses.			

PLAGAS Y ENFERMEDADES	
<b>PLAGAS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gusano cosechero (Agroulis sp)</li> <li>• Arañita roja (Tetraichus sp)</li> <li>• Mosca sonsa (Dasiops sp)</li> <li>• Encrespador Cogollo (Trips sp)</li> <li>• Lorito verde (Diabrotica sp)</li> <li>• Tortuguilla (Ceroplastes sp)</li> <li>• Tierrero o trozador (Agrotis Ipsilon)</li> <li>• Babosas (Deroceras sp )</li> <li>• Chizas (Ancognatha scarabeides)</li> </ul>	
<b>ENFERMEDADES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mancha parda (Alternaria passiflorae)</li> <li>• Pudrición del fruto (Phytophthora nicotianae var. parasitica)</li> <li>• Mancha por septoria (Septoria passiflorae)</li> <li>• Roña (Cladosporium Oxixporum)</li> </ul>	
<b>LABORES CULTURALES:</b>	
Desyerbas:	
Podas : de formación	
Tutorado: Sistema de espaldera o emparrado	
Control Sanitario: insectos y hongos	

FUENTE: Fundación Sonrisas de colores (2004). Secretaria Agricultura del Huila. Acuerdo de productividad cadena frutícola, 2006

## 1.2.3 Composición Nutricional del Cholupa

El contenido químico del Cholupa en 100 gramos (parte comestible) se compone de la siguiente manera:

Tabla 6. Contenido Nutricional de la Cholupa

ESTRUCTURA		CANTIDAD
Humedad	% m/m	80,6
Grasa	% m/m	0,0
Fibra cruda	% m/m	0,04
Proteína	% m/m	0,9
Cenizas	% m/m	0,78
Carbohidratos	% m/m	17,7
Vitamina C	Mg	10,74
Kilocalorías		16,6
Brix		3,18
pH		3,0

<b>Acidez (como ácido cítrico)</b>	<b>%</b>	<b>3,0</b>
------------------------------------	----------	------------

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

## 1.2.4 Estacionalidad de la oferta de Cholupa

Tabla 7. Estacional de la Cosecha de la Cholupa

PRODUCTO	ESTACIONALIDAD	EPOCAS DE COSECHA											
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
CHOLUPA	REGIONAL	Red	Red	Verde									
	NACIONAL	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red

CONVENCIONES:

	OFERTA ALTA
	OFERTA MEDIA
	OFERTA BAJA

OFERTA MEDIA

FUENTES: Corporación de Abastos de Bogota S.A. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

## 1.3 PULPA DE FRUTAS

Se define como pulpa o puré de frutas el producto no fermentado pero fermentable obtenido mediante la desintegración y el tamizado de la parte comestible de frutas frescas, o preservadas adecuadamente, sanas y limpias, sin remover el jugo.

### 1.3.1 Despulpado

El proceso de despulpado de la fruta tiene como objetivo separar la semilla y la cáscara de la pulpa manteniendo inalteradas las condiciones de las frutas, tales como color, textura, sabor y especialmente su valor nutritivo.

Para la manufactura de productos de pulpa de óptima calidad se requiere de frutas sanas, maduras (sin llegar al deterioro), exentas de materia terrosa, parásitos, residuos químicos, tóxicos, y limpias. Estas frutas se caracterizan por el aroma, color y sabor, además de una textura firme con ligero inicio de ablandamiento.

## 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Por medio de la realización de una investigación de mercados se busca recolectar información que permita hacer un análisis profundo del mercado con el fin de conocer la situación actual del mismo, las preferencias de los clientes potenciales y así mismo como poder definir las estrategias que se deben desarrollar para lograr una adecuada penetración en este mercado.

### 2.1 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Objetivo general

- Establecer el mercado objetivo al cual se quiere llegar en Canadá y la presentación del producto (Fruta Fresca o Pulpa)

Objetivos específicos

- Establecer el perfil del cliente potencial (Mercado Objetivo)
- Establecer el Tamaño de la población (Mercado Objetivo)
- Definir el tamaño de la muestra del estudio y aplicar una encuesta.
- Definir la presentación del producto a exportar ( Fruta Fresca o Pulpa)
- Realizar el análisis de las 4 P's (Precio, Producto, Plaza y Promoción)
- Establecer preferencia del cliente potencial y cuantificar la demanda.

### 2.2 METODOLOGIA

La investigación de mercado que se llevo a cabo, se realizo en dos fases. La primera fase, es la fase explorativa, en donde por medio de la recopilación de información de fuentes secundarias confiables como Proexport, Ministerio de Comercio Exterior y Secretaria Departamental de Agricultura de Huila, se busco obtener información que permita un conocimiento y análisis de la situación en los últimos 5 años del negocio de la comercialización de maracuyá y cholupa tanto en fruta fresca como pulpa, identificando variables relevantes para la toma de decisiones. Y una segunda fase cuantitativa, en la cual se busca identificar las preferencias de los clientes potenciales por medio de la obtención de información mediante la realización de entrevistas con expertos y la aplicación de encuestas a clientes potenciales por medio de correo electrónico y de manera personal.

En esta primera parte de la investigación explorativa se tomo como punto inicial de la investigación el “Estudio de Mercado – Canadá de Frutas exóticas” realizado por Proexport Colombia que se desarrollo dentro del marco del “Programa de información al exportador por Internet – proyecto de cooperación técnica no reembolsable No. ATN/MT-7253-CO, de allí se tomaron los primeros parámetros y puntos de referencia para orientar el proyecto. Otra fuente de información secundaria consultada fue la “Base de Datos de Comercio Exterior - BACEX del Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia, la cual permitió visualizar el comportamiento de las exportaciones de este tipo de fruta desde Colombia hacia el mundo y específicamente hacia Canadá.

En la fase cuantitativa, se realizaron entrevistas con expertos y con clientes potenciales; en primera instancia se reunió con el Sr. Rodolfo Móseres Dieppa, quien es el director de Proexport Colombia en Canadá y con el Sr. Felipe Gallon, empresario Colombiano radicado hace más de 10 años en la provincia de Quebec-Canadá, y quien se actualmente se dedica a la producción de sorbetes y helados a base de fruta natural, bajo la marca SOLO FRUIT de la empresa CARIBBEAN JUICE INC., la cual es de su propiedad. Estas entrevistas dieron nuevas pautas y fueron base para la determinación del mercado objetivo al cual se les debía aplicar las encuestas que nos permitieran determinar las preferencias de los clientes potenciales al momento de comprar.

## 2.3 FASE EXPLORATIVA

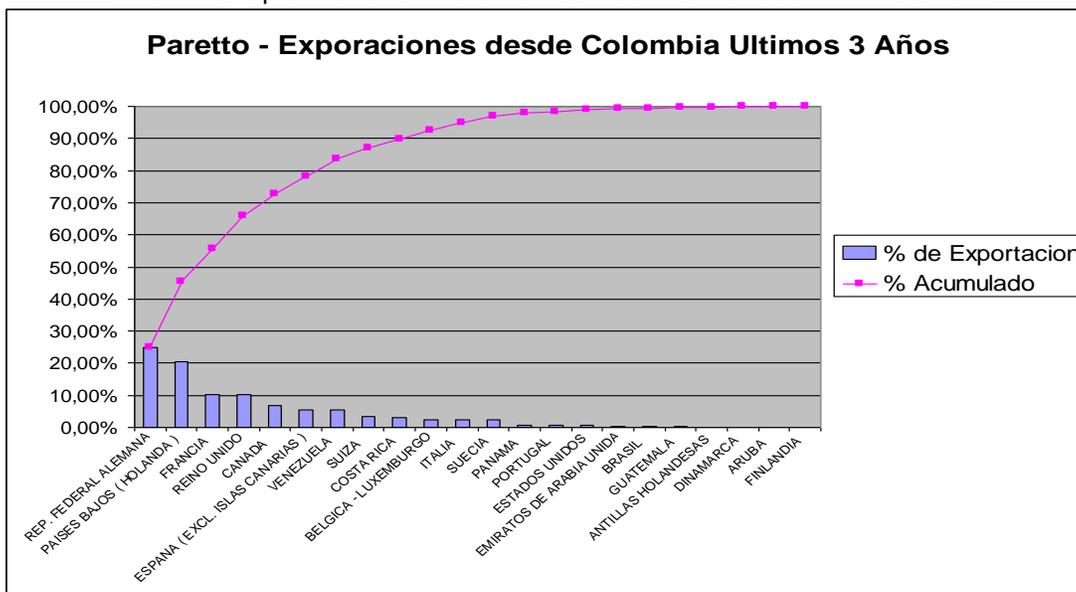
### 2.3.1 Mercado Objetivo

Según los datos obtenidos de la base de datos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Colombia ha exportado la posición arancelaria 0810.90.10.00 a 38 países desde el año 2002 al año 2007. De estos 38 países, a 16 países Colombia ha exportado esta posición arancelaria durante los últimos 5 años y en los últimos 3 años este numero se incremento a 19 países.

Haciendo un análisis de Pareto de las exportaciones totales de los últimos 3 años, podemos afirmar que el 78,20% de las exportaciones realizadas desde Colombia fueron a 6 de los 22 países:

- Alemania
- Holanda
- Reino Unido
- Francia
- Canadá
- España

Grafica 3. Exportaciones Colombianas Posición Arancelaria 0810.90.10.00



Fuente: Banco de Datos de Comercio Exterior BACEX

Siendo Canadá es el único país, que a tenido incremento en exportaciones superiores al 50% en los periodos 2005 a 2006 y 2006 a 2007<sup>7</sup>.

Teniendo en cuenta los datos anteriormente presentados, los acuerdos comerciales y preferencias arancelarias que tiene los productos colombianos, se estableció a Canadá como el país destino para la exportación de fruta fresca y/o pulpa de maracuyá y Cholupa.

Por otro lado teniendo en cuenta el “Estudio de Mercado – Canadá de Frutas Exóticas”, en cuanto a las provincias que reciben mayor cantidad de inmigrantes son Ontario, British Columbia y Québec. Estos inmigrantes se congregan en centros urbanos donde se encuentran establecidos grupos de personas de su mismo origen y en aquellas que les ofrecen oportunidades de trabajo y formación profesional. Entre las principales ciudades en términos de inmigración tenemos Toronto, Vancouver, Montreal, Calgary y Edmonton, en donde según estudios realizados en los últimos años se muestra como la cantidad de inmigrantes provenientes de Asia y America (No Incluye Canada) ha aumentado progresivamente como se muestra en la siguiente tabla:

<sup>7</sup> [http://200.75.48.202/cgi-bin/bacex\\_cgi.sh/bacex.r](http://200.75.48.202/cgi-bin/bacex_cgi.sh/bacex.r)

Tabla 8. Cantidad de Inmigrantes Legales según la CIC de Canadá

Año	2003	2004	2005	2006	2007
Total	221,349	235,823	262,240	251,643	236,758

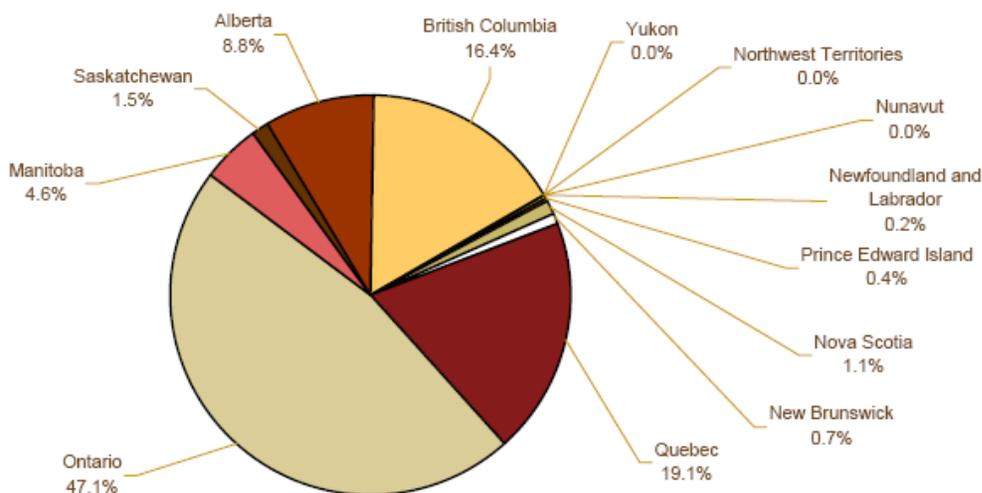
Asia y Pacifico	113,731	114,577	138,056	126,477	112,660
America	26,362	29,760	33,902	35,247	36,340
Sub-Total	140,093	144,337	171,958	161,724	149,000
% sobre el Total	63,29%	61,21%	65,57%	64,27%	62,93%

Fuente: Citizenship and Immigration Canada (CIC)

Según datos de Citizenship and Immigration Canada (CIC) de Canadá, la distribución de los inmigrantes legales en su territorio para el año 2007 estaba dado de la siguiente manera:

Grafico 4. Distribución de residentes permanentes en Canadá por Provincia

**Canada – Permanent Residents by Province or Territory, 2007 (Showing Percentage Distribution)**



Fuente: Citizenship and Immigration Canada (CIC)

Teniendo en cuenta la información obtenida durante las entrevistas con expertos y la recomendación presentadas en los diferentes estudios consultados, se decidió que el mercado objetivo para la comercialización de fruta fresca de maracuyá son los Importadores en las Provincias de Quebec y Ontario.

### 2.3.2 Competidores Colombianos

Basados en los datos obtenidos en la base de datos BACEX, los principales exportadores colombianos de la posición arancelaria 0810.90.10.00 son:

Tabla 9. Principales Exportadores Colombianos Posición Arancelaria 0810.90.10.00

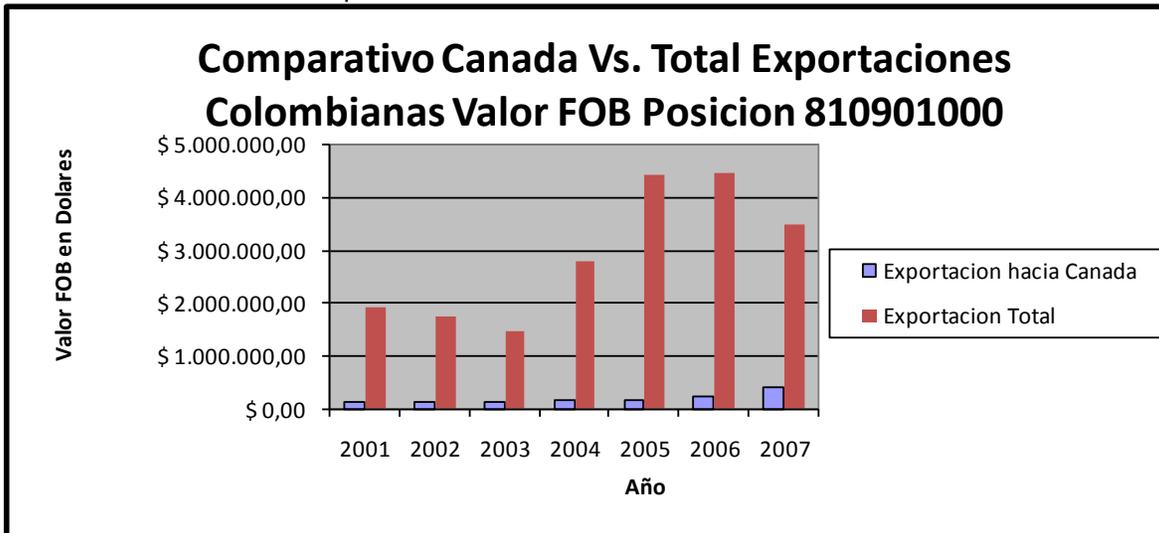
Nit	Razón Social
830.117.784	NOVACAMPO S.A. SOCIEDAD DE COMERCIALIZAC
8.000.268.451	OCATI S.A.
860.354.112	C.I. FRUTIERREZ S.A.
8.001.730.043	SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACION
8.605.008.603	COMERCIAL Y AGROPECUARIA DE LOS ANDES LT
811.010.347	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL FRUTAS SE
8.001.296.250	EL TESORO FRUIT S.A.
8.001.764.286	C.I. CARIBBEAN EXOTICS S.A.
830.065.897	C.I. RODRIGUEZ MERCANTIL LTDA - C.I. ROMER
800.129.625	EL TESORO FRUIT S.A.
8.001.725.064	FRUTEXPO S.C.I. LTDA.
8.301.177.840	NOVACAMPO S.A.C.I.
830.117.145	C.I. FRUTIREYES
8.300.658.971	C.I. ROMERCA LTDA
800.176.428	CI CARIBBEAN EXOTICS S.A.
8.020.248.689	C.I. PROEXCOL LTDA.
8.000.033.333	COLOMBIAN EXPORTS COMPANY LTDA.
900.030.840	COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL MARKETING
8.300.658.970	C.I. ROMERCA LTDA.
8.603.541.126	C.I. FRUTIERREZ S.A.
8.300.141.182	C.I. DORADO LTDA.
8.301.171.454	C.I. FRUTIREYES LTDA
9.000.438.234	PARAISO ANDINO S.A. C.I.

Fuente: Banco de Datos de Comercio Exterior BACEX

El 65% aproximadamente de las exportaciones realizadas por estas compañías tiene como destino final Europa. Mientras el solo 5,59% tiene como destino final Canadá.

Las exportaciones colombianas totales de la posición arancelaria 0810.90.10.00 decrecieron un 22,17% entre el año 2006 y año 2007; sin embargo las exportaciones de esta posición arancelaria hacia Canadá en el año 2007 aumento un 73,79% con respecto al año inmediatamente anterior.

Grafico 5. Datos Exportaciones Valor FOB – Posición Arancelaria 0810.90.10.00



Fuente: Banco de Datos de Comercio Exterior BACEX

### 2.3.3 Aspectos Relevantes para negociar con los Canadienses

- El ciudadano canadiense se caracteriza por un alto sentido patriotismo y por una identidad cultural única que se basa en un alto respeto por la igualdad de género y la cultura de conservación de la naturaleza.
- Los canadienses son de naturaleza conservadora, con gran respecto por la formalidad y por la cortesía; valoran las ideas innovadoras y negocios que promuevan el desarrollo personal y la calidad de vida de los empleados.
- Debido a su nacionalismo los canadienses presentan una alta preferencia por los productos de su país, sin embargo son personas de mente abierta y dispuestas a probar nuevos productos.
- En cuanto a la toma de decisiones las grandes empresas, se toman más tiempo para tomar una decisión por la naturaleza burocrática que las caracteriza; mientras las pequeñas empresas las decisiones radican en una sola persona por esta razón las decisiones toman menos tiempo.
- Para reuniones de negocios la puntualidad y la eficiencia de los encuentros son fundamentales para los canadienses. En la Costa este se acostumbra usar traje con corbata para reuniones con grandes empresas, y pantalón y camisa para reuniones con pequeñas empresas; siempre conservando una buena presentación personal.
- Al momento de ofrecer un bien o servicio es aconsejable dar un único precio o presentar una tabla de precios según la escala. Regatear y bajar los precios ya presentado de un bien o servicio es mal visto por los canadienses.

- El inglés como idioma es esencial para los negocios dado que aproximadamente el 90% de los canadienses lo hablan y el 59,3% lo tiene como lengua materna<sup>8</sup>. Al dialogar con un canadiense se recomienda mantener siempre contacto visual y se recomienda no hablar con las manos en los bolsillos.
- Canadá tiene 7 días festivos oficiales (Ver Anexo 7.)

#### 2.3.4 Importadores de Frutas

Basados en el estudio de la lista de importadores de frutas exóticas radicados en las provincias de Quebec y Ontario son 24 como se muestra en el anexo 1. “lista de Importadores”<sup>9</sup>

### 2.4 FASE CUANTITATIVA

La fase cuantitativa de esta investigación de mercados se realizó por medio de una encuesta que fue traducida al inglés y al francés dado que el mercado objetivo que se determinó son los importadores de frutas domiciliados en las provincias de Quebec y Ontario. Se tomó como población del estudio los 24 importadores que participaron en el estudio sobre frutas exóticas que realizó Proexport dado que son personas y compañías que han comercializado con frutas exóticas en Canadá.

Se procedió a calcular el Tamaño de la Muestra con una  $Z_{NC}$  de 1,96 con un nivel de confianza del 95%.<sup>10</sup>

$$n_0 = Z^2_{NC} \left( \frac{P \times Q}{e^2} \right)$$

$$n_0 = (1,96)^2 \left( \frac{(0,98 \times (0,02))}{(0,05)^2} \right)$$

$$n_0 = 30$$

$$n = \frac{n_0}{1 + \left( \frac{n_0}{N} \right)}$$

<sup>8</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Canad%C3%A1>

<sup>9</sup> Proexport Colombia. Estudio de Mercado Canadá – Frutas Exóticas. Convenio ATN/MT-7253-CO

<sup>10</sup> “Investigación de Mercados” Hair – Bush – Ortinau. Segunda Edición. Ed. Mc Graw Hill, 2003, pag. 341.

$$n = \frac{30}{1 + \left(\frac{30}{24}\right)}$$

$$n = 13$$

Las encuestas se aplicaron en dos periodos de tiempo. En la primera etapa se realizaron las entrevistas con los expertos y 4 entrevistas con importadores, esta etapa se realizo entre el 16 de septiembre de 2007 y el 20 de octubre de 2007. La segunda etapa de aplicación de encuestas se realizo en el segundo semestre de año 2008, periodo en el cual se procedió a aplicar la encuesta diseñada por medio de correos electrónicos y algunas por vía telefónica. Las encuestas se realizaron con la colaboración del Sr. Julio Enrique Ortiz Olaya, residente temporal en la ciudad de Montreal desde diciembre de 2004.

Datos de Contacto:

30 Berlioz Street, Apartamento 308  
 Nun's Island, Quebec  
 H3E1L3  
 Teléfono Residencia: (514) 762 4132

Al final del proceso de aplicación de encuestas se obtuvieron 18 encuestas contestadas cuyos resultados se presentan a continuación:

La pregunta inicial de la encuestas corresponde a el conocimiento del producto, como podemos observar las 100% de los encuestados conocen la fruta.

Grafico 5. Conocimiento del Maracuyá por lo Importadores



Fuente: Autores del Proyecto – Colaborador de la Investigación de Mercados

Con la pregunta numero 2 se busco determinar la disposición de importar maracuyá de las personas encuestadas. Como se observa en el grafico 6, 14 de los 18 encuestados es decir el 78% están interesados en importar maracuyá.

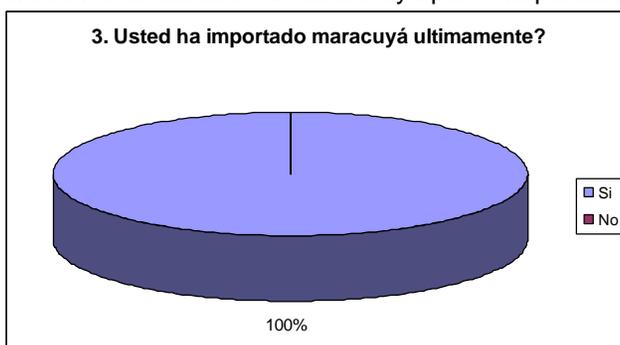
Grafico 6. Disposición de importar maracuyá



Fuente: Autores del Proyecto – Colaborador de la Investigación de Mercados

Con base a las 14 encuestas que contestaron afirmativamente cuando se les pregunto que si estaban interesados en importar maracuyá, se extraerán datos que permitan conocer ciertas preferencias de los importadores al momento de comprar maracuyá.

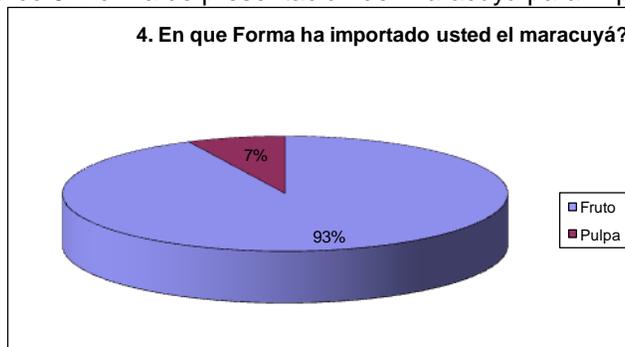
Grafico 7. Conocimiento del Maracuyá por lo Importadores



Fuente: Autores del Proyecto – Colaborador de la Investigación de Mercados

El 100% de los encuestados ha importado alguna vez maracuyá, de los cuales el 93% afirma que ha importado maracuyá en fruta fresca y solo el 7% lo ha hecho en pulpa como se ilustra en el grafico 8.

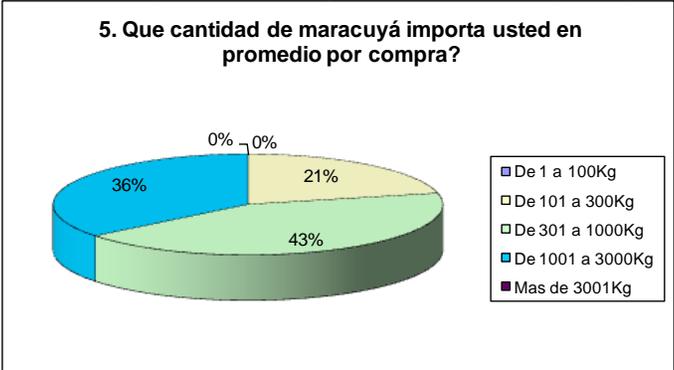
Grafico 8. Forma de presentación del maracuyá para importar



Fuente: Autores del Proyecto – Colaborador de la Investigación de Mercados

En el siguiente grafico se observa que tres (3) de los encuestados dijeron que importaban en promedio 101Kg y 300Kg semanales dando un promedio mensual al tope superior de 1200Kg mensuales y un tope inferior de 404Kg mensuales. Por otro lado, Once (11) de los importadores dijeron que realizaban importaciones quincenales que iban entre 301Kg. y 1000 Kg. dando un promedio mensual al tope superior de 2000Kg mensuales y un tope inferior de 602Kg mensuales. Mientras los otros cuatro (4) importadores contestaron que realizaban importaciones mensuales entre 1001Kg y 3000Kg.

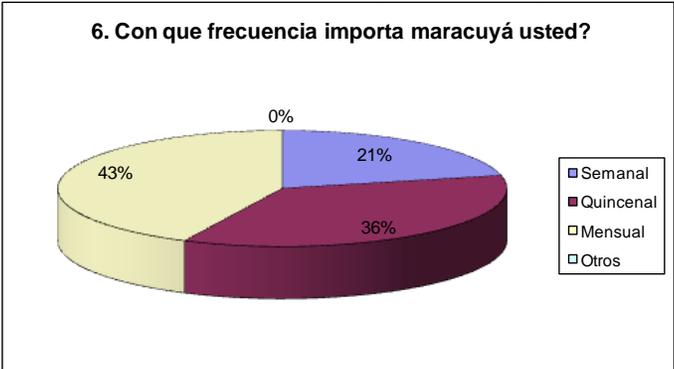
Grafico 9. Cantidad promedio en Kg. de producto a importar por compra



Fuente: Autores del Proyecto – Colaborador de la Investigación de Mercados

Podemos observar en el grafico 10, que las frecuencia de importación está directamente relacionada con la cantidad de fruta a importar por carga. Los encuestados que realizan pedidos menores a 300 Kg lo hacen de manera semanal, mientras los pedidos entre 1001Kg y 3000Kg se realizan de manera mensual.

Grafico 10. Frecuencia de importación del producto

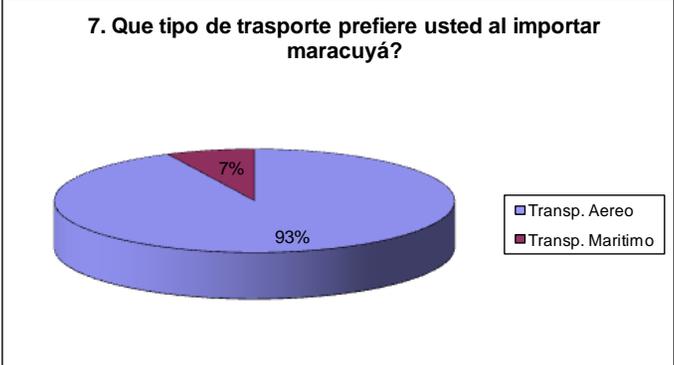


Fuente: Autores del Proyecto – Colaborador de la Investigación de Mercados

En esta pregunta se buscaba determinar el tipo de transporte que preferían los importadores para sus envíos, se observa en el siguiente grafico que el 93% de los encuestados prefieren el transporte aéreo y solo 1 de ellos que corresponde al

7% lo hace vía marítima, este único encuestado importar pulpa de fruta, razón lo la cual creemos que utiliza este medio de transporte debido a los costos inferiores de la cadena de frío.

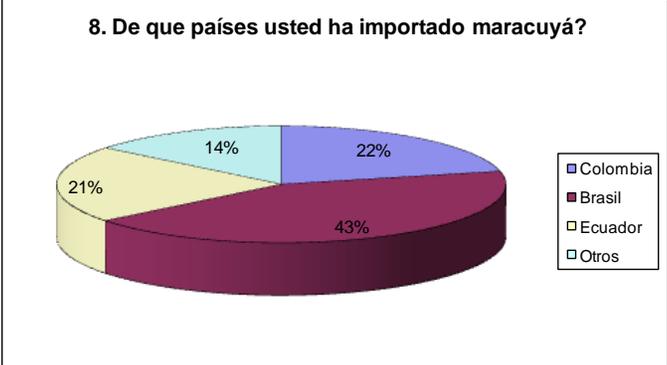
Grafico 11. Preferencia de modo de transporte al importar



Fuente: Autores del Proyecto – Colaborador de la Investigación de Mercados

En el momento de preguntar a cerca de la procedencia de las importaciones de maracuyá, podemos observar que los importadores encuestados tienen una preferencia por los productos latinoamericanos. El país según las encuestas del cual proviene el producto importado es Brasil según se muestra en el grafico 12.

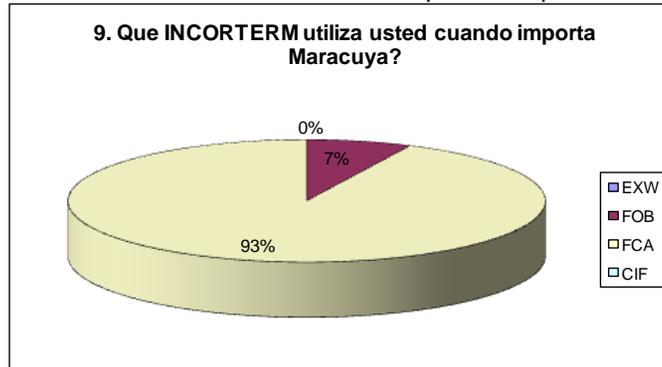
Grafico 12. Países de donde proviene el maracuyá según importadores



Fuente: Autores del Proyecto – Colaborador de la Investigación de Mercados

En el grafico 13 se puede observar que el INCOTER mas utilizado por los importadores encuestados es el FCA, en el cual el vendedor pone el producto a disposición del transportista principal contratado por el comprador en el punto acordado. Este se debe puede deber al tipo de transporte utilizado en la comercialización de fruta fresca.

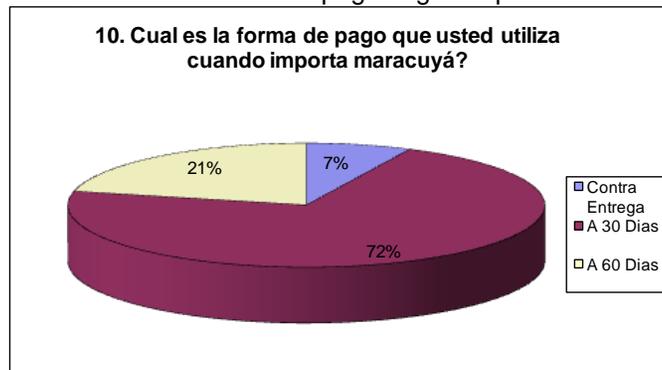
Grafico 13. INCOTERMS utilizado por los importadores



Fuente: Autores del Proyecto – Colaborador de la Investigación de Mercados

En el grafico 14, se observa que los importadores encuestados utilizan el pago a 30 días principalmente al momento de comprar maracuyá, con un 72%, seguido con un 21% por pagos a 60 días. Este factor es relevante para la empresa exportadora al momento de negociar con el comprador ya que de el depende el flujo de caja de la misma.

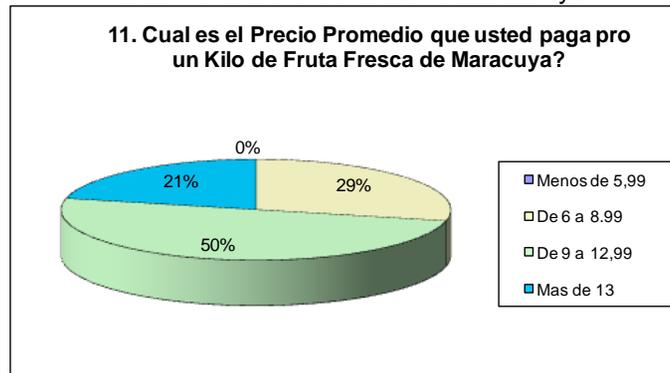
Grafico 14. Forma de pago según importadores



Fuente: Autores del Proyecto – Colaborador de la Investigación de Mercados

Con esta última pregunta se busca establecer el valor promedio que un importador paga por un kilogramo de maracuyá. Como se observa en el grafico 15, el 29% de los encuestados respondió que compran el kilogramo de maracuyá en un rango de \$6 dólares y \$8,99 dólares. El 50% dijo que el precio oscilaba entre \$9 dólares y \$12,99 dólares. Por ultimo un 21% contesto que paga mas de \$13 dólares por kilogramo de maracuyá.

Grafico 15. Valor de un kilo de maracuyá



Fuente: Autores del Proyecto – Colaborador de la Investigación de Mercados

De igual manera se aplico la encuesta para la Cholupa (*Pasiflora Maliformis*), pero en la primera pregunta todos los encuestados contestaron negativamente. Por esta razón se determino que la Cholupa, será un producto que se buscara introducir al portafolio de producto de la empresa una vez se tenga una relación estable con los importadores.

#### 2.4.1 Conclusiones de la tabulación de las encuestas realizadas

Se obtuvieron las siguientes conclusiones una vez tabuladas las encuestas y analizados los datos que de estas.

- En cuanto a la cantidad de producto a importar, el 21% de los encuestados dijo que importaban maracuyá entre 101Kg y 300Kg a la semana. Por otro lado, el 43% contesto que realizaban importaciones quincenales con pedidos entre 301kg y 1000Kg y por último el 36% de los encuestados afirmo que realizaban pedidos mensuales entre 1001Kg y 3000Kg. Se determino que el valor en kilos a exportar por C.I. Frutas del Huila Ltda. durante el primer año de funcionamiento es de 1200Kg mensuales, con el fin de asegurar el cumplimiento de los pedidos y de ir estructurando una relación de confianza en cuanto a calidad.
- La Cholupa es un producto desconocido para los importadores encuestados. Se considera adecuado que una vez se tenga una relación más estable con los importadores de maracuyá, se envíen muestras gratis de Cholupa, acompañada de un brochure con las especificaciones técnicas de la fruta y donde se muestre sus bondades con el fin de dar a conocer el producto y buscar en un futuro su comercialización.
- Debido a que el maracuyá en su presentación de fruta fresca es un producto perecedero el medio de transporte mas apropiado es el aéreo.
- Se observa que el precio del kilogramo de maracuyá esta ligado a la frecuencia y a la cantidad de producto de compra, ya que para aquellos importadores que realizan compras semanales menores a 300Kg el precio es mayor.

- Por observación directa de uno de los autores de este trabajo, el precio ofrecido al comprador final de maracuyá en fruta fresca oscila entre \$0,94 dólares y \$1,07 dólares por unidad de maracuyá.
- Teniendo en cuenta las observaciones realizadas por los expertos e importadores entrevistados, la presentación del producto es fundamental. La piel de la fruta debe estar en perfectas condiciones y no puede presentar puntos negros ni magulladuras que hagan pensar que el producto tiene algún tipo de plaga o que no fue manejado adecuadamente.

#### 2.4.2 Análisis del mercado – 4P´s.

Con el fin de desarrollar una estrategia de mercadeo que permita ingresar de la mejor manera a la comercialización de fruta fresca de maracuyá en Canadá a es necesario hacer un análisis de las 4P´s y definir las estrategias a seguir en cada una de ellas.

- Producto

El producto va dirigido a importadores de frutas exóticas que busquen fruta fresca de maracuyá de primer nivel y a un precio competitivo.

La selección del producto a exportar permite obtener frutos homogéneos en tamaño y pesos cumpliendo con los requerimientos de los clientes. El producto final se venderá en cajas de 8Kg, con bandejas interiores que contribuyen a la conservación en excelentes condiciones del fruto. El maracuyá mantiene su calidad de fresco entre 9 y 11 días.

Colombia es un país en el cual la producción de maracuyá se mantiene constante en 10 de los 12 meses del año dando la oportunidad de proveer de manera constante fruta fresca al mercado de Canadá.

Como estrategias, internamente se debe implementar un control de calidad que permita entregar un producto de la mejor calidad y externamente se debe buscar que los proveedores de fruta adquieran nuevas técnicas y tecnologías para sus cultivos y así puedan entregar un mejor producto. Como resultado de esto le permitirán a C.I. Frutas del Huila Ltda. posicionarse en el mercado como una comercializadora con los mejores estándares de calidad en sus productos y a un precio competitivo.

- Plaza

La principal estrategia es desarrollar una buena comunicación con los clientes con la cual se pueda conocer sus necesidades y así desarrollar procesos internamente los cuales lleven a satisfacer los requerimientos del cliente en cuanto a calidad del

producto, tiempos de entrega y presentación del producto, dando como resultado una imagen de una comercializadora flexible con lo cual se pueden llegar a obtener nuevos clientes con el voz a voz de los importadores satisfechos.

- Promoción

Inicialmente se debe buscar nuevos clientes por medio de la visita de colaboradores que residan en Canadá y por medio del envío de muestras gratis del producto para que conozcan la calidad el mismo y se animen a comercializar con el.

Se debe montar una página Web en la cual se pueda conocer la compañía y que al mismo tiempo se convierta en un medio de interacción entre los clientes y la comercializadora.

Por otro lado, se debe aprovechar al máximo las campañas desarrolladas por el gobierno canadiense en la cuales se busca incentivar las costumbres de una alimentación saludable con un alto consumo de frutas y de productos naturales, esto incentivara a los importadores a comprar un producto natural y exótico.

- Precio

Se deben ser muy sensatos en el momento de comprometerse con los importadores en cuanto a las cantidades de producto a entregar teniendo en cuenta la estacionalidad de las cosechas, con el fin de mantener un precio estable y competitivo dentro del mercado. Internamente se deben buscar que las empresas y personas que prevean de servicios y productos a la comercializadora sean de la mayor confianza y responsabilidad a un precio adecuado, con el fin de que este se vea reflejado en el precio final de venta del producto.

#### 2.4.3 Cuantificación de la demanda de fruta fresca de maracuyá.

Teniendo en cuenta los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta y analizando dicha información, en la cual se obtuvo que la demanda mensual de los importadores encuestados, es de 11.317Kg; se determino que la demanda promedio mensual de exportación de fruta fresca de maracuyá para C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda., es de 1200Kg aproximadamente. Para el proceso de ingreso al mercado se pretende iniciar la operación con un solo importador ofreciendo una cantidad de producto que oscila entre 300 y 500kg con el fin de establecer relación y confianza comercial que permita con el transcurso del tiempo incrementar la cantidad del pedido hasta llegar a la demanda promedio mensual determinada.

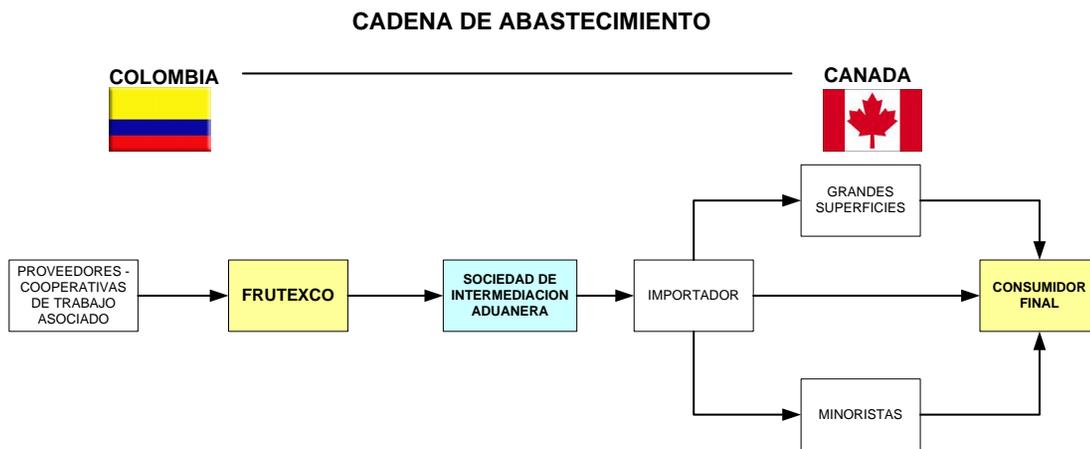
### 3. OPERACIONES Y LOGISTICA

Una vez realizada la investigación de mercados, analizados los resultados obtenidos durante el desarrollo de esta y definido el mercado al cual queremos llegar, es necesario establecer el funcionamiento operativo de la comercializadora internacional, teniendo en cuenta todos los aspectos legales, tanto de Colombia como de Canadá, las normas y regímenes de cada uno de los países, a las cuales se debe adaptar la empresa para el buen funcionamiento de la misma.

Es necesario definir la cadena de abastecimiento de la empresa **C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.**, y explicar la función que cada uno de sus eslabones (abastecimiento, producción, comercialización) debe cumplir para garantizar la armonía y el buen desarrollo de esta cadena.

#### 3.1 CADENA DE ABASTECIMIENTO

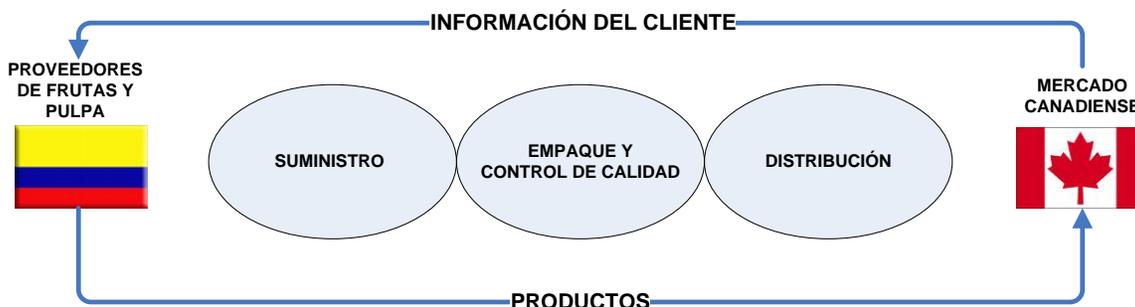
Imagen 3. Cadena de Abastecimiento



Fuente: Autores del proyecto.

## 3.2 DESCRIPCIÓN DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

Imagen 4. Descripción Cadena de Abastecimiento



Fuente: Autores del proyecto.

La cadena de abastecimiento de nuestra empresa está constituida por tres eslabones que son abastecimiento, empaque y control de calidad, y distribución. Encontramos que el flujo de información entre compradores, empresa y proveedores debe ser constante y constituye unos de los aspectos más importantes de la cadena, ya que de la información proporcionada dependen muchas de las áreas de la empresa para el cumplimiento de los pedidos de los clientes. Así mismo los productos solicitados por los clientes constituyen la otra parte fundamental, pues es lo que finalmente recibirán nuestros compradores.

### 3.2.1 Información del Cliente

La información que proviene de los clientes, sus necesidades, sus requerimientos, sus condiciones, y todo lo relacionado con los pedidos efectuados, es transmitida a cada uno de los eslabones de la cadena para que cumplan sus funciones y desarrollen de manera eficiente sus actividades con el fin de satisfacer a los compradores, como lo veremos a continuación:

- Distribución

Aquí se reciben los pedidos de los clientes y se elaboran las órdenes para cada una de las áreas involucradas. Es en esta etapa donde se debe acordar con el cliente los tiempos de entrega y la forma de pago de los pedidos que está realizando, así como las demás condiciones de la negociación para no generar retrasos e incumplimientos por falta de información. En esta etapa es donde inicia la logística interna para dar cumplimiento a los pedidos solicitados por los clientes, ya que aquí se deben coordinar las demás etapas teniendo en cuenta cada una de las restricciones y tiempos de entrega de cada área.

- Empaque y Control de Calidad

En esta etapa del proceso se reciben las órdenes de pedido del área de distribución con las especificaciones de cada pedido, tales como cantidad de producto, fecha de entrega, condiciones de empaque y embalaje. Aquí se realiza el despacho para otros procesos de ser necesarios, o para su empaque y posterior entrega a clientes o empresas de transporte.

- Suministro

Al igual que en las anteriores etapas del proceso aquí se recibe la información proveniente del área de Empaque y Control de Calidad en donde se especifican las cantidades de producto necesarios para dar cumplimiento a cada uno de los pedidos, para ello se generan las ordenes de compra que se remitirán a los proveedores.

### 3.2.2 Productos

Al igual que el flujo de información fluye dentro de la cadena de abastecimiento para conocer los requerimientos del cliente, y de cada una de las áreas involucradas en el proceso, los productos lo hacen de la misma manera dando cumplimiento a cada una de las necesidades especificadas en la información entregada. A continuación describiremos el proceso de entrega y despacho en cada uno de los eslabones de la cadena de abastecimiento.

- Suministro

Esta es el área encargada de hacer la recepción primaria de las frutas (Maracuyá y Cholupa) en donde se verifica que el producto que está siendo entregado corresponda a las órdenes de compra despachadas a los proveedores.

- Empaque y Control de Calidad

Es tal vez es el eslabón más importante para nuestra cadena de abastecimiento, pues es en esta etapa del proceso donde se deben cumplir la mayor parte de los requerimientos del cliente, como lo son las condiciones de empaque, las normas fitosanitarias, la cantidad de pedido y las presentaciones en las que se les entregará el producto. Aquí es donde se divide el producto en frutas frescas para exportación, las cuales son enviadas a empaque y embalaje, previa selección en

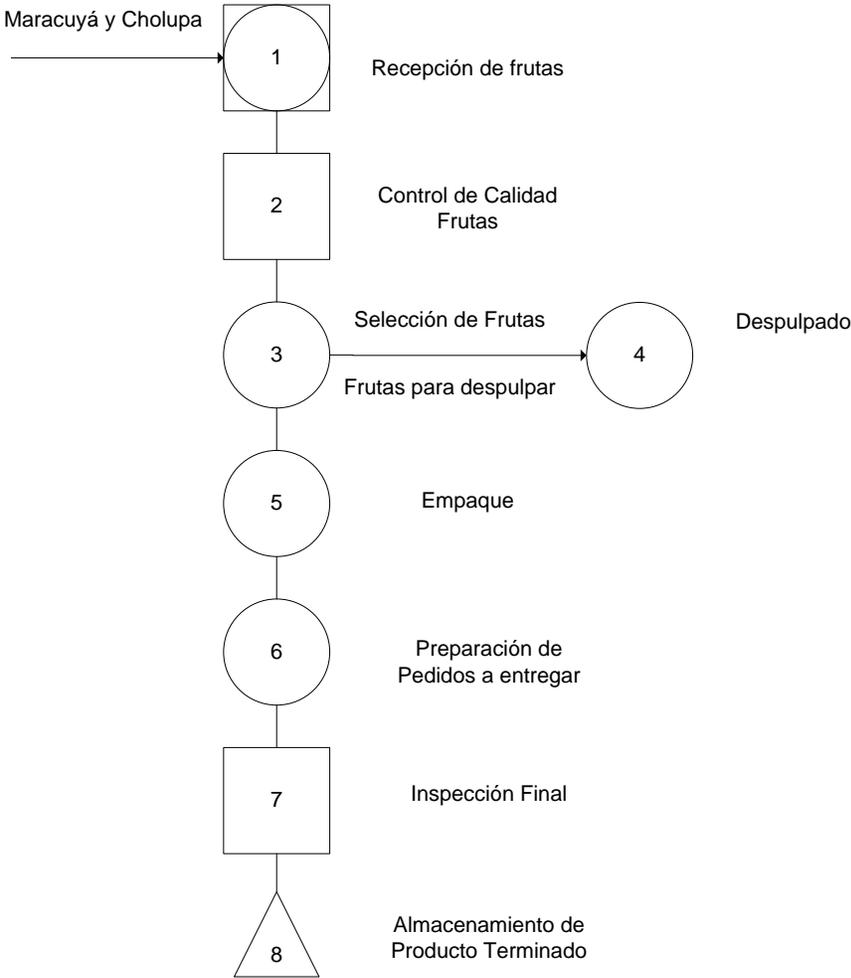
el departamento de control de calidad y las frutas que no cumplan con alguno de los parámetros son enviadas al proceso de despulpado o comercializadas a nivel local.

- Distribución

Finalmente después de que los productos han pasado por cada una de las áreas anteriormente mencionadas, son almacenadas como producto terminado listo para ser entregado según las condiciones de cada uno de los clientes.

### 3.3 PROCESO

Gráfico 17. Mapa de procesos



### 3.4 PROVEEDORES

Los Proveedores constituyen unos de los factores más importantes dentro de la cadena de abastecimiento de una comercializadora internacional pues desde aquí se empieza a dar cumplimiento a las condiciones de las negociaciones con cada uno de los clientes.

#### 3.4.1 Selección de Proveedores

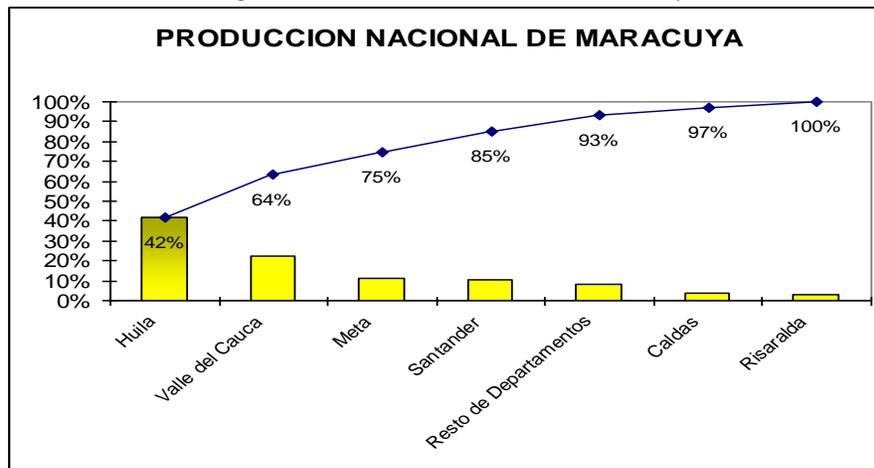
A continuación se muestra la producción nacional de maracuyá y de cholupa en Colombia con el fin de poder determinar donde están ubicados los mayores productores de estas dos frutas, y con esto garantizar un abastecimiento continuo de materias primas a lo largo de todo el año, pues como se mostró en el capítulo uno existen épocas en donde la oferta disminuye considerablemente.

Tabla 10. Área cosechada, producción y rendimiento de Maracuyá

DEPARTAMENTO	ÁREA SEMBRADA (ha)	ÁREA SEMBRADA (%)	% ACUMULADO
Huila	787,43	41,66	41,66
Valle del Cauca	417,38	22,08	63,74
Meta	211,35	11,18	74,93
Santander	194,80	10,31	85,23
Caldas	72,80	3,85	89,08
Risaralda	50,33	2,66	91,75
Resto de Departamentos	156,01	8,25	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>1890,10</b>	<b>100,00</b>	

FUENTE: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, 2004

Diagrama de Pareto Producción Maracuyá



Fuente: Autores del Proyecto

### 3.4.2 Área cosechada, producción y rendimiento de cholupa

- Según el Censo Nacional el departamento de Huila es el único productor de cholupa.<sup>11</sup>

### 3.4.3 Criterios para la selección de proveedores

De acuerdo con el diagrama de Pareto los principales productores de Maracuyá se encuentran en los departamentos de Huila y Valle del Cauca, sumando entre estos dos departamentos el 64% del total nacional. Teniendo en cuenta esto y que el Departamento del Huila es el único productor en Colombia de Cholupa actualmente, decidimos escoger a los proveedores que se encuentran en este departamento, y ubicar un centro de acopio en Neiva, su capital, para optimizar la logística de transporte y los costos que esta trae consigo.

Dando cumplimiento a las exigencias de calidad, de manejo de cosecha y post-cosecha se tuvo en cuenta que los cultivadores de maracuyá y cholupa cumplieran con los requisitos de calidad del producto. Concerniente a la presentación y aspectos físicos de la fruta. Por otra parte se verificó el uso adecuado de recipientes para el transporte de la fruta desde los cultivos hasta la ciudad de Neiva (Huila), donde se encuentra ubicado el centro de Acopio de la **C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.**

### 3.4.4 Listado de Proveedores del Departamento del Huila

A continuación encontramos un listado de proveedores ubicados en cada uno de los municipios productores de maracuyá y/o Cholupa.

Tabla 11. Listado de proveedores de Maracuyá y Cholupa en el Departamento del Huila

MUNICIPIO	ORGANIZACIÓN	REPRESENTANTE LEGAL	ACTIVIDAD	DIRECCION-TELEFONO
Neiva	INDEPENDIENTE	Luis Enrique Peralta	Comercializador de tomate de árbol, granadilla y maracuyá	314-356-4126
Garzón	EL TRIAL	Odiar Trujillo Ramos	Comercializadores y productores de mora, tomate de árbol, granadilla y maracuyá	3158823237

<sup>11</sup> Secretaria de Agricultura del Departamento del Huila. Acuerdo Frutas Huila 2006

Gigante	ASOPMATEO	Jairo Valenzuela	Productora y comercializadora de lulo, mora, uva, maracuyá, tomate de árbol, granadilla, uva y cholupa	3152653367
Gigante	ASOGRAGI	Jorge Enrique Ríos	Comercializadora y productora de granadilla y maracuyá	3153665154
Guadalupe	Asociación de mercado campesino	Álvaro Tovar	Comercializadora de mora, maracuyá y tomate de árbol	8321221
Rivera	Asociación de productores las Mercedes	José Aime Marroquin	Productora y comercializadora de uva y cholupa	3104862227
Suaza	Frutas y pasifloraceas del Huila	José Alonso Hernández	Comercializadora de maracuyá	8324403
Suaza	Asoprusuaza	Orlando Armario	Productora de lulo y maracuyá	3112088069
Tarqui	CooagroTarqui	Marisol Parra	Productores de granadilla y maracuyá	8329257

Fuente: Secretaría de Agricultura del Huila.

### 3.5 CALIDAD DEL PRODUCTO

Después de definir el flujo de las operaciones de la cadena de abastecimiento, haber hecho la selección de los proveedores, es necesario especificar las características que del producto para poder ser enviado a los compradores sin incurrir en algún tipo de contratiempo.

Se identifican como frutas frescas todas aquellas que no han sido modificadas de ninguna manera, por ejemplo que no han sido peladas ni cortadas y que son destinadas al consumo humano<sup>12</sup>.

Para asegurar alimentos sanos y nutritivos, todos los alimentos vendidos en Canadá, ya sean producidos localmente o importados, deben cumplir con las exigencias de la ley de Alimentos y Drogas de Canadá. Se prohíbe la venta de alimentos que contengan sustancias tóxicas o dañinas, que sean impropios para el consumo humano, que estén compuestos completamente o en parte de sustancias sucias, podridas, descompuestas o que provengan de animales enfermos o de vegetales no sanos; que hayan sido fabricados, preparados, conservados, empacados o almacenados en condiciones no higiénicas.

<sup>12</sup> Proexport Colombia. Estudio de Mercado Canadá – Frutas Exóticas. Convenio ATN/MT-7253-CO

Los alimentos contaminados por mercancías incompatibles presentes dentro del contenedor o camión transportador pueden ser rechazados en el país. Las mercancías sensibles a la temperatura, por ejemplo los alimentos congelados o las legumbres y frutas frescas, exigen ser transportados dentro de un ambiente climatizado.

### 3.5.1 Normas fitosanitarias de exportación en Colombia

Todas las empresas que deseen exportar productos vegetales, productos y subproductos de origen vegetal deben solicitar por escrito, en la oficina de Inspección y Cuarentena del Instituto Colombiano Agropecuario -ICA- en el puerto de salida, la inspección de la mercancía y la expedición del certificado fitosanitario de exportación. La vigencia del certificado fitosanitario de exportación es de 3 días, sin embargo, este periodo se puede ampliar a 5 días, cuando el usuario justifique la demora de la exportación.

Lo anterior de acuerdo a las Resoluciones 0492 de 2008, 1806 de 2004 y 2002 de 2002 de Instituto Colombiano Agropecuario<sup>13</sup> y a la Resolución 239 “Directrices para la expedición de Certificados Fitosanitarios” de la Comunidad Andina de acuerdo al documento elaborado por la Secretaría de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF/FAO);<sup>14</sup>

### 3.5.2 Certificado de Origen<sup>15</sup>

Es un documento expedido por el ministerio de comercio, industria y turismo, que certifica el cumplimiento de los requisitos de origen exigidos mediante acuerdos, el cual se debe presentar como prueba documental al momento de exportar los productos, y su validez es de un año.

Para cada embarque se requiere un Certificado expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia

Si se expidió el certificado de origen y no se realiza la exportación se regresa a la Dirección Territorial o Punto de Atención junto con la copia para su anulación.

Canadá exige este certificado bajo la FORMA A-SGP-CODIGO 250.

---

<sup>13</sup> <http://www.ica.gov.co/Tramites>

<sup>14</sup> Secretaría de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria. Organización De Las Naciones Unidas Para La Agricultura Y La Alimentación. Roma, 2002

<sup>15</sup> <http://www.mincomercio.gov.co>

### 3.5.3 Estándares de Calidad Canadienses<sup>16</sup>

Canadá ha establecido diferentes leyes que buscan la regulación del comercio de estos productos con el fin de garantizar su calidad. Las principales leyes que rigen los productos objeto de este estudio son:

- **Ley sobre los productos agrícolas en Canadá (Canada Agricultural Products Act)**

Se aplica a la mayoría de productos lácteos, jugos, frutas, legumbres y productos de Maple. Tiene por objetivo establecer las normas y las categorías nacionales para los productos agrícolas, así como reglamentar su comercialización en los mercados de importación, exportación y locales.

- **Reglamento sobre las frutas y legumbres frescas (Fresh Fruit and Vegetable Regulations)**

Presenta las exigencias en cuanto a salubridad, empaque y etiquetas necesarias para la comercialización de productos pertenecientes a este grupo de alimentos.

- **Reglamento para la obtención de permisos y de arbitraje (Licensing and Arbitration Regulations)**

Reglamenta la entrega de permisos de comercialización de frutas y legumbres en el país, igualmente presenta pautas que permitirán arreglar los malentendidos entre vendedor y comprador.

- **Ley sobre la protección de vegetales y su reglamento de aplicación (Plant Protection Act)**

Por medio de esta ley se busca asegurar la protección de la vida vegetal y de los sectores agrícola y forestal de la economía canadiense deteniendo la importación, exportación y la propagación de parásitos en el país y asegurando la defensa de aquellos que son importantes para Canadá. Según lo anterior, todo producto que sea sospechoso de poseer parásitos o bacterias se le impedirá la entrada al país.

---

<sup>16</sup> Proexport Colombia. Estudio de Mercado Canadá – Frutas Exóticas. Convenio ATN/MT-7253-CO

### 3.6 PRODUCTO

Así mismo como se mostró en la descripción de la cadena de abastecimiento, una vez recibida la información por parte del comprador se procede a realizar la orden de compra de la materia prima, en este caso las frutas frescas en las condiciones óptimas para su comercialización internacional.

El proceso de compra de las frutas a los proveedores se desarrolla casi que simultáneamente con la llegada de los pedidos por parte de los compradores, esto con el fin de no generar problemas para entrega de los pedidos por causa del deterioro de las frutas. Por ser productos perecederos las frutas no se pueden tener en inventario mucho tiempo, ya que un almacenamiento prolongado ocasionaría alteraciones en la composición de las mismas.

Los proveedores seleccionados están ubicados en el departamento del Huila y cuentan con la infraestructura necesaria para cumplir con los requisitos exigidos para abastecer las necesidades de la comercializadora internacional. Una vez han despachado el pedido, este es transportado hasta el centro de acopio ubicado en la ciudad de Neiva, en donde un empleado de la empresa se encarga de hacer el primer control de calidad mediante un muestreo aleatorio, para aceptar o rechazar la carga.

Una vez realizado esto se procede a desarrollar el proceso de empaque y embalaje de cada uno de los pedidos hechos por los compradores, con el fin de tenerlos listos para el despacho a su destino final.

El precio promedio de un kilo de maracuyá es de \$1.400<sup>17</sup>  
El precio promedio de un kilo de cholupa es de \$800<sup>18</sup>

### 3.7 POSICION ARANCELARIA

La posición arancelaria es un código único del Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercancías, más conocido como Sistema Armonizado, que permite clasificar todas las mercancías y es utilizada para cuantificar las transacciones de comercio internacional y asignar los impuestos de importación a un país para cada producto. Dicho código consta de 10 dígitos.

---

<sup>17</sup> Sistema de información de precios del sector agropecuario SIPSA

<sup>18</sup> [www.gobernacionhuila.gov.co](http://www.gobernacionhuila.gov.co). Boletín de Precios Centrales Mayoristas - SURABASTOS

El Sistema Armonizado estipula que la codificación de las mercancías debe ser uniforme hasta los primeros 6 dígitos para todos los países. Del séptimo al décimo dígito, pueden ser utilizados por cada país para desglosar, separar y clasificar las mercancías y asignarles impuestos de importación, cuotas, impuestos específicos, entre otros, de acuerdo con los intereses de su política comercial.

En Colombia, la clasificación arancelaria se rige por la Decisión 507 de la Comisión de la Comunidad Andina la cual se refiere a la adopción de la Nomenclatura Nandina aprobada por la Decisión 381, en ella se estipula que los países miembros deben respetar la clasificación uniforme NANDINA (Clasificación Arancelaria de la Comunidad Andina, basada en el Sistema Armonizado) hasta el octavo dígito, los dos dígitos restantes son asignados por cada país, para completar la posición arancelaria a 10 dígitos<sup>19</sup>.

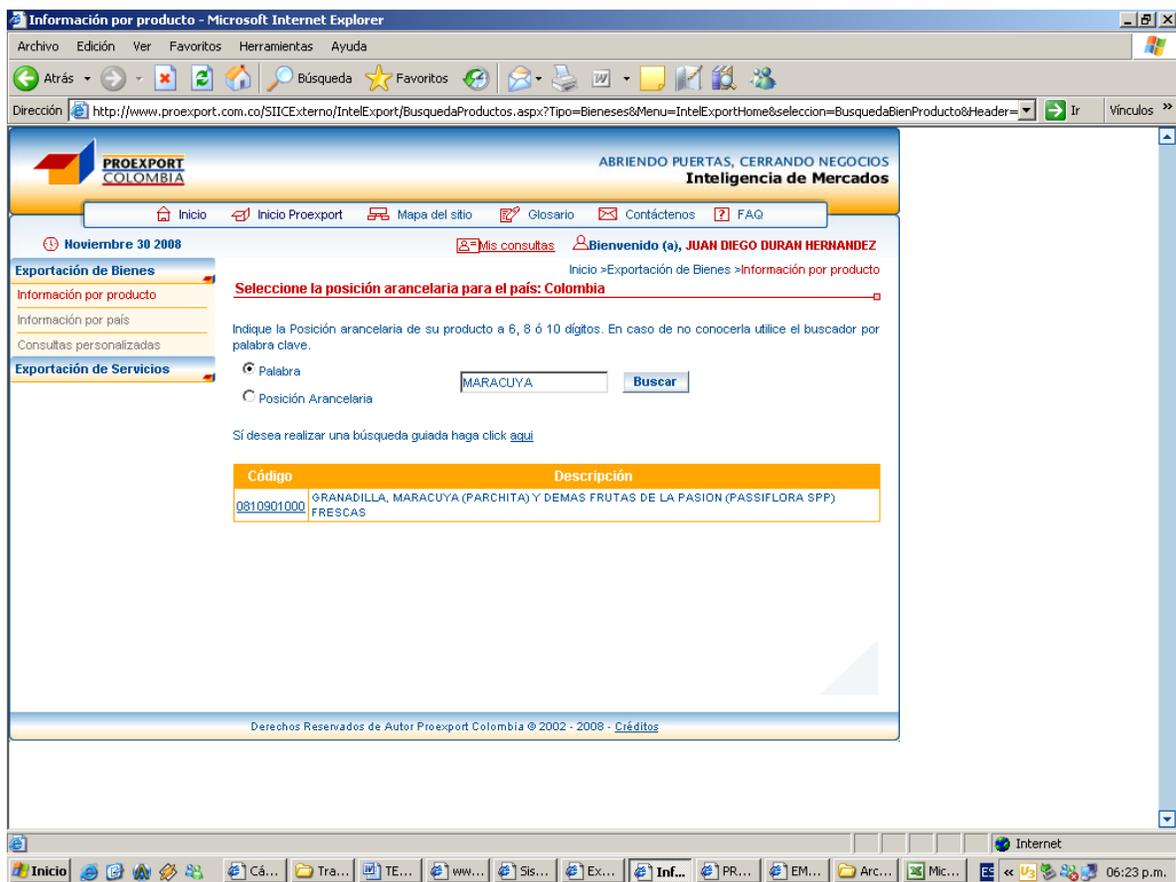
El Maracuyá como fruta fresca se encuentra ubicado en la posición arancelaria No. 0810901000, la cual esta identificada como “**GRANADILLA, MARACUYA (PARCHITA) Y DEMAS FRUTAS DE LA PASION (PASSIFLORA SPP) FRESCAS**”, según la base de datos de Proexport y el Ministerio de Comercio Exterior.

Como lo vemos a continuación:

Imagen 5. Pagina de consulta de Proexport – Posición Arancelaria

---

<sup>19</sup> Proexport. Guía para exportación



Fuente: Proexport

Los alimentos no procesados son exentos de impuestos en el país, este es el caso de las frutas tropicales<sup>20</sup>

### 3.8 ALMACENAMIENTO E INVENTARIO

Debido a que las frutas deben cumplir con las características de calidad, se ha estipulado que la fruta debe ser despachada dentro de los 5 días posteriores a su recepción. Teniendo en cuenta esto, como alternativa de negocio se puede vender la fruta que no es exportada a empresas dedicadas a la transformación de frutas en pulpas y conservas.

Para almacenamiento de las frutas es importante tener en cuenta, que el lugar debe contar con las condiciones de ventilación, humedad, iluminación necesarios para no afectar las características orgánicas de estas.

<sup>20</sup> Proexport Colombia. Estudio de Mercado Canadá – Frutas Exóticas. Convenio ATN/MT-7253-CO

## 3.9 EMPAQUE

El empaque en cada uno de los eslabones de la cadena de abastecimiento de la empresa uno de los factores más importantes, ya que durante todo el desarrollo de las actividades de esta especialmente en el transporte y el almacenamiento, el producto se expone a condiciones extremas que ponen en riesgo sus características naturales, tales como pérdida de volumen; cambios de color y textura; variación de su densidad; hidratación o deshidratación; pérdida de peso por aumento o disminución de humedad, presentación; vibración; golpes; fricción, que entre otros pueden dar lugar a roturas, ralladuras o fisuras, que constituyen riesgos inherentes que pueden provocar la no aceptación por parte del comprador.

### 3.9.1 Material del Empaque

De acuerdo con las características del producto se van a analizar las posibilidades en cuanto a materiales de empaque, para saber cual es el que mas se acomoda a nuestras necesidades y de esta manera poder aprovechar al máximo las ventajas del material seleccionado.

- Cartón Corrugado<sup>21</sup>

Es el material mas usado para la elaboración de empaques secundarios de frutas y hortalizas por su bajo costo y fácil manejo. El cartón corrugado es una estructura formada por un nervio central de papel ondulado, reforzado externamente por dos capas de papel pegadas con adhesivo en las crestas de la onda. Es un material liviano, cuya resistencia se basa en el trabajo conjunto y vertical de estas tres láminas de papel.

- Durable
- Versátil
- Resistente
- Económico
- Reciclable
- Versatilidad

- Tipos de cartón corrugado<sup>22</sup>

Dentro de la gran variedad de posibilidades que el cartón corrugado ofrece, podemos distinguir principalmente los siguientes tipos:

---

<sup>21</sup> [www.quiminet.com.mx](http://www.quiminet.com.mx)

<sup>22</sup> [www.papelnet.cl](http://www.papelnet.cl)

- Cartón sencillo (Single Face) . Es una estructura flexible formada por un elemento ondulado (onda) pegado a un elemento plano (liner).
- Cartón simple (Single Wall). Es una estructura rígida formada por un elemento ondulado (onda) pegado en ambos lados a elementos planos (liners).
- Cartón doble (Double Wall). Es una estructura rígida formada por tres elementos planos (liners) pegados a dos elementos ondulados (ondas) intercalados.

Imagen 6. Cartón corrugado



Fuente: [www.papelnet.cl/carton\\_corrugado](http://www.papelnet.cl/carton_corrugado)

BANDEJA 8.5

BANDEJA 10

BANDEJA 14

FRUVER PACK 10

FRUVER PACK 14

FRUVER PACK 22

## fruVer<sup>®</sup> pack

**PRODUCTOS SUGERIDOS**

**\*Para 10Kg.**  
Tomate de mesa, Tomate de árbol, granadilla, Lulo, Fresas, Guayaba, curuba, Aguacate, durazno, Maracuyá, Pimentón, Hortalizas en general.

**\*Para 15Kg.**  
Tomate de mesa, Tomate de árbol, lulo, guayaba, Curuba, Piña, aguacate durazno, Hortalizas en general

**\*Para 20Kg.**  
Tomate de mesa, Tomate de árbol, mango, Guayaba, Limón, Naranja, mandarina, Banano, Papaya maradol, melón, Hortalizas en general.

**Producido por:**  
**empacor** S.A.  
Rafael Hernández.  
Tel. (071) 2627799  
Cr 68B No. 17-56 - Bogotá  
rafael.hernandez@empacor.com

FRUVER PACK TIPO 1

FRUVER PACK TIPO 2

FRUVER PACK TIPO 3

FRUVER PACK TIPO 4

CITRICOS EXPORTACIÓN  
\*Base y tapa

**ESPECIFICACIONES**  
Material Wet Strength  
Recubrimiento Antihumedad.  
Capacidad Hasta 20 kilos  
Modularidad para despachos estibados.  
Pensada para modular estuches y alvéolos

**ESPECIFICACIONES**  
Material Wet Strength  
Recubrimiento Antihumedad  
Modularidad en despachos estibados  
Permite imprimir marca comercial  
Eficiente en refrigeración

Fuente: Empacor S.A.

### 3.10 ETIQUETADO

Los productos exportados a Canadá deben tener una etiqueta con la información exigida por el Reglamento sobre el etiquetado y empaquetado de productos para el consumo (Consumer Packaging and Labelling Regulations). Las etiquetas deben indicar la siguiente información:

- Nombre común de la fruta

Declaración de la cantidad neta de producto en unidades, en peso o en volumen en unidades canadienses y métricas. Las abreviaciones para libras, onzas, gramos y kilogramos deben estar en letras minúsculas sin “s” ni puntos.

- Nombre y dirección completa del responsable

Indicar el país de origen con las palabras “Product of (nombre del país)” u otras palabras que indiquen claramente el país en donde la fruta fue cultivada, esta información debe estar cerca (no más de dos espacios de la línea superior o inferior o inmediatamente después) de la declaración de cantidad neta.

La etiqueta debe contener la información en inglés y en francés cuando se trata de productos que se dirigen directamente al consumidor final. Cada fruta además viene con un adhesivo con la marca o logo de la empresa.

### 3.11 TRANSPORTE

#### 3.11.1 Infraestructura Colombiana

La infraestructura juega un papel importante en el marco del proceso de exportación y la gestión de comercio exterior así como en la productividad y desarrollo de un país. Las variables de transporte, vías, puertos, tiempos y costos son directamente dependientes y primordiales en este aspecto.

En Colombia la extensión de las redes viarias, y específicamente las de transporte de carga por carretera, se consideran de alto impacto en el desarrollo y crecimiento de la infraestructura para el comercio exterior.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Proexport Colombia. Estudio de Mercado Canadá – Frutas Exóticas. Convenio ATN/MT-7253-CO

Actualmente existen, proyectos como el Túnel de la Línea, la Ruta del Sol o el Plan 2500, que permiten que las posibilidades de competitividad de los exportadores colombianos mejoren en cuanto a poder contar con nuevas y mejores opciones de conexión y cobertura en los procesos de exportación, logrando llegar a mercados de destino con mejores tiempos de respuesta<sup>24</sup>.

Los puertos marítimos son pieza clave dentro del proceso de transporte, pues son puerta de salida para más del 90% de las exportaciones en Colombia. Los principales son: La Sociedad Portuaria Regional de Cartagena, la Sociedad Portuaria Regional de Buenaventura, la Sociedad Portuaria de Santa Marta y la Sociedad Portuaria Regional de Barranquilla<sup>25</sup>.

### 3.11.2 Perfil de Logística hacia Canadá<sup>26</sup>

Canadá cuenta con una de las infraestructuras de transporte más avanzadas del mundo, tanto en su parte terrestre (sistema de carreteras y ferroviario), marítima (infraestructura portuaria) y aérea (sistema de aeropuertos).

#### **Puertos**

Canadá es una nación marítima con acceso a tres océanos – Pacífico, Atlántico y Ártico. Asimismo tiene entrada al sistema de navegación mediterráneo más largo del mundo – El corredor San Lorenzo – Grandes lagos. Cuenta con más de 300 puertos comerciales y numerosas bahías por las que transitan las más diversas mercaderías tanto interna como internacionalmente.

El puerto más grande es Vancouver, ubicado en la costa oeste. Dicho puerto es el principal en importancia para los envíos hacia y desde la región de Asia – Pacífico. El puerto de Príncipe Ruperto, ubicado bajo a la península de Alaska constituye un punto de navegación más cercano entre Norte América y los países de la Cuenca del Pacífico.

Por su parte, en el Este, los envíos se dividen en diversos puertos, incluyendo Montreal, Halifax, Port Cartier, Sept/Iles/Point Noire, Saint John y Québec. A pesar del frío existente en los meses de invierno, la mayoría de los puertos de aguas profundas en Canadá se encuentran abiertos y operando a lo largo del año. En los puertos de Montreal y Vancouver, existen las instalaciones e infraestructuras

---

<sup>24</sup> [www.proexport.com.co/](http://www.proexport.com.co/)

<sup>25</sup> [www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co/)

<sup>26</sup> Proexport Colombia. Estudio de Mercado Canadá – Frutas Exóticas. Convenio ATN/MT-7253-CO

necesarias que permiten un rápido movimiento de las mercancías, satisfaciendo así las necesidades de los comerciantes mas exigentes.

El puerto de Montreal es el puerto líder en Canadá en cuanto a número de contenedores, dada su situación estratégica de encontrarse al interior del continente, así como en sistema multimodal que lo conecta con rutas (carreteras) y sistemas ferroviarios y que le permiten un rápido acceso a numerosos puntos de Canadá y de los Estados Unidos.

El río San Lorenzo, una “carretera marítima”, ve pasar por sus aguas más de 200 millones de toneladas de carga al año. Entrada vital para la competitividad Canadiense, esta ruta marítima proporciona un camino directo al corazón industrial de Norte América. Sin embargo debido a las condiciones climáticas que afecta la navegación por el río St. Lawrence y el Lago Ontario no hay servicio de navegación entre los meses de Diciembre a Marzo.

## **Aeropuertos**

Canadá cuenta con 10 aeropuertos internacionales y más de 300 aeropuertos más pequeños. La principal línea aérea nacional es Air Canadá, la cual cuenta con rutas extensivas tanto a nivel nacional como internacional.

Las alianzas estratégicas desarrolladas entre Air Canadá y un grupo de líneas aéreas del resto del mundo – conocidas como Star Alliance- permiten conectar Canadá con el resto del mundo. Transportistas canadienses y norteamericanos tienen acceso ilimitado a efectuar vuelos entre puntos de ambos países. A la vez, Canadá cuenta con acuerdos aéreos bilaterales con más de 66 países.

- Modalidades de transporte

## **Transporte aéreo**

Al elegir el transporte aéreo se tienen que considerar los costos de manejo de la mercancía hasta el aeropuerto. Los cargos aéreos están cotizados por peso y también dependen del volumen y características de carga.

Dentro de los diferentes factores a considerar al momento de elegir flete aéreo de encuentran:

- a. Tiempo de tránsito
- b. Precio (7-10 veces superior a la tarifa de transporte marítimo)
- c. Disponibilidad de equipo
- d. Disponibilidad de aeropuertos con capacidad de carga en los puntos de origen o destino.
- e. Seguros

La ventaja de este tipo de transporte es sin duda la rapidez en el servicio. Por otro lado una de las desventajas es el alto costo por liberar la mercancía por parte del agente aduanal y el tiempo que ésta puede permanecer en el aeropuerto (de 3 a 4 días).

En cuanto a puntos de entrega, la mercancía estaría liberada solo en el aeropuerto. Con respecto al transporte aéreo desde Colombia a Canadá, los vuelos se hacen vía Estados Unidos, haciendo escala en Miami, Nueva York o Chicago. Desde Colombia salen de Bogotá y Medellín. Sin embargo, en Julio de 2004, Air Canadá comenzó a operar vuelos directos entre Bogotá y Toronto, con una frecuencia de 3 vuelos semanales (jueves, sábado y lunes). En este caso la mercancía se declarará en tránsito hasta Toronto y después el trámite en aduana se realiza en el punto final de destino. Otra posibilidad de transporte aéreo es vía Cuba.

Existe la limitación de que estos vuelos son vuelos comerciales, es decir con un 95 % es de pasajeros, por lo cual hay restricción en cuanto a pesos y medidas de los contenedores. Por lo tanto también es importante una mayor planeación puesto que el sistema de espacio es más restringido.

Tabla 12: Capacidad de carga por tipo de aeronave (Ejemplos)

Item / Nave	BOEING 767 – 300	BOEING 767 – 200	BOEING 757 – 200	MD - 83
Capacidad máxima por vuelo	10.000 Kg..	10.000 Kg..	4.000 Kg..	1.400 Kg..
Peso máximo por pieza	1000 Kg..	1000 Kg..	100 Kg..	80 Kg..
Dimensiones máximas de volumen por pieza	150 x 300x 200 cms.	150 x 300x 200 cms.	100 x 135 x 135 cms.	75 x 120 x 150 cms.

Fuente: Empresa de Transporte Aéreo Deprisa internacional.

Para el caso en que se haga escala en los Estados Unidos, es importante recordar que por cuanto el producto se detendrá en territorio estadounidense, debe cubrir con los requisitos y documentos para su transferencia hacia Canadá.

Por tratarse de productos provenientes de Colombia, es altamente probable que éstos sean sujetos a revisión tanto en Estados Unidos como en Canadá por las autoridades aduaneras y también fitosanitarias.

La duración del tránsito es de 3 a 4 días. La carga para el tránsito en Estados Unidos y está sujeta a cumplir con los requisitos que exige dicho país. Si el exportador no es conocido en dicho país debe acreditarse.

La documentación necesaria es la siguiente:

- Factura en inglés o francés. No puede estar en español.
- Packing list o lista de empaque – también en inglés o francés.
- Certificado de origen
- Documentación relacionada con la seguridad

Estos documentos deben estar listos y ser entregados al agente de aduanas 24 horas antes de la salida del vuelo.

La reservación del espacio se hace desde Colombia y cualquiera de las rutas vía Miami, Nueva York o Chicago sirva para el destino final.

La elección de la ruta a elegir dependerá del servicio y tiempo de tránsito y de la fiabilidad de la empresa de transporte (conexiones a tiempo). En general entre mas largo es el tiempo de tránsito mas bajo será en precio aunque en transporte aéreo no se observa una gran variación.

Para envíos aéreos el mínimo es de 45 kilos. La cotización se hace por carga de:

- 45 kilos o mas;
- 100 kilos o mas;
- 300 kilos o mas;
- 500 kilos o mas; y
- 1000 kilos o más.

Existen empresas que prestan el servicio de “charter”. Actualmente este servicio es ofrecido de Bogotá o Medellín hasta Miami. Desde Miami la carga es enviada a Canadá en camión. Solo esta disponible el servicio para carga seca.

En los Estados Unidos la carga deberá hacer aduana, tramite que se repetirá a su entrada a Canadá. En atención a la particular situación de Colombia, es altamente probable que la carga este sujeta a una inspección cobrada e inapelable.

Los costos promedio del trámite de aduana son de 50 a 100 dólares americanos por embarque. La carga se traspa a una bodega en donde de un contenedor se traspa a otro ya sea para el transporte aéreo o terrestre.

### **Transporte marítimo**

Para el evento que se trate de carga seca, existen contenedores de 20', 40', y 45' pies.

Las cotizaciones para carga marítima se realizan por tonelada métrica.

El peso total admisible para cada contenedor varia dependiendo de los países. En Canadá el máximo permitido es de 40,000 kilogramos (40 toneladas).

En el caso de contenedores con temperatura controlada, sólo existen contenedores de 40' y 40' High Cube.

Los cargamentos por mar pueden clasificarse como LTL que significa Less than truck load o como full load, carga completa.

- Less than truck load

En el caso de LTL, las tarifas de transporte se dan por clase de productos. Los productos son clasificados por clase de acuerdo a las características requeridas para su transporte. Es importante hacer notar que este servicio no está disponible para carga fresca.

La tarifa se da por cada 100 libras por clase de producto.

Dentro de los factores que influyen en el establecimiento de la tarifa, se encuentran:

- a. El peso y volumen del producto
- b. La fragilidad
- c. El tipo de carga
- d. El valor por unidad o riesgo.

- Full load containers (FCL).

Existen contenedores para carga seca y con características especiales para productos perecederos, frescos o congelados sólo bajo la opción de FCL (Full container load).

Las tarifas son dadas por tonelada métrica, lo cual quiere decir que se calcula a volumen o peso según sea el mayor factor.

Las líneas marítimas internacionales o representantes que se encuentran en Colombia son:

- CMA CGM
- Evergreen
- Hamburg Sud
- Hapag – Loyd
- Lykes Lines
- Maersk Sealand
- McLean Kennedy
- Montship Inc [www.montship.com](http://www.montship.com) , [www.molpower.com](http://www.molpower.com)
- MSC,
- Nortec Marine Agencies
- Seaboard Marine
- Seanautic Marine
- TMM Lines

- Restricciones

Normas que establecen restricciones o disposiciones especiales respecto al transporte marítimo de carga. Por ejemplo: Reserva de carga, prohibiciones para utilizar buques de determinada bandera, etc.

Tabla 13. Normas y Restricciones portuarias en Canadá

NORMA	RESTRICCIÓN / DISPOSICIÓN
Todo barco mercante que entre a cualquier puerto de Canadá deberá presentar la forma A6A	La forma A6A deberá describir en una forma detallada el tipo de mercancía, el peso, el nombre del vendedor y del comprador.
Antes de que un barco entre a cualquier puerto en Canadá, el dueño del barco o su representante enviará la forma de Notificación de pre-arribo por lo menos 24 horas antes.	La notificación de pre-arribo deberá ser diligenciada por la persona responsable del barco, sin importar la nacionalidad de la persona.
Todo producto considerado peligroso (explosivos, productos radioactivos) deberá obtener un permiso previo de importación	El permiso para productos peligrosos deberá ser diligenciado por el intermediario aduanero. El permiso tiene un valor de \$37.92.CND y puede ser comprado en cualquier puerto.

Fuente: Proexport Colombia. Estudio de Mercado Canadá

El siguiente cuadro refleja los países que tienen prohibido que sus buques entren a Canadá por razones políticas.

Tabla 14. Países sin permiso de ingreso a territorio fluvial canadiense.

Afganistán	Irán
Angola	Irak
Bosnia	Israel
Camboya	Líbano
Croacia	Liberia
Cuba	Somalia
Haití	Sri Lanka

Fuente: Proexport Colombia. Estudio de Mercado Canadá

## Transporte Terrestre

Los cargamentos por tierra pueden clasificarse como LTL que significa Less than truck load o como Full load o carga completa. En el caso de LTL, las tarifas de transporte se dan por clase de productos. Los productos son clasificados por clase de acuerdo a las características requeridas para su transporte.

La tarifa se da por cada 100 libras por clase de producto y para establecer dicha tarifa, se considera:

- El peso y volumen del producto
- La fragilidad
- El tipo de carga
- El valor por unidad o riesgo.

Las ventajas de utilizar este tipo de transporte son:

- a. Disponible para todos los destinos entre terminales y para entregar la mercancía directamente a la planta del cliente.
- b. Retraso mínimo
- c. Se asegura la carga parcial
- d. Los costos disminuyen un 7 y 10 %

Las desventajas son:

- a. Hay que considerar el manejo por carga y descarga de mercancías.
- b. El volumen de la mercancía es limitado.
- c. Este método de transporte da poca flexibilidad para manejar diversos tipos de carga.

Para el caso de Full load containers, los cargos de flete o tarifas se hacen por milla de recorrido. En esta opción, sin embargo, el daño o pérdida parcial de la carga no está asegurada, por lo que hay que tener cuidado de asegurar el daño y esclarecer quien es responsable por la mercancía.

Existen contenedores con características especiales para productos perecederos, frescos o congelados, sólo bajo la opción de FCL (Full container load).

Ventajas:

- a. Precio competitivo
- b. No se cobra por manejo de mercancías
- c. Se puede elegir la ruta de entrega
- d. Hay flexibilidad para establecer fechas de envío y entrega
- e. Se presenta menor daño a las mercancías.

Es posible obtener tarifas por cargas parciales de  $\frac{1}{2}$  carga o  $\frac{1}{4}$  de carga, aunque los precios no son proporcionales a la fracción de carga. Es decir, por  $\frac{1}{2}$  carga, el precio puede ser  $\frac{3}{4}$  del total.

Las tarifas de transporte terrestre dependen además de las distancias entre el puerto y el punto final de destino. Aproximadamente la tarifa que se cobra es de US \$ 1 (1 dólar americano) por kilómetro de recorrido.

A continuación se muestra una tabla de distancias entre principales puertos y centros urbanos en Canadá.

**Tabla .Cuadro comparativo de distancias entre principales puertos y centros comerciales de Canadá. (Distancias expresadas en kilómetros)**

Tabla 15. Distancias Terrestres entre ciudades - Canadá

	Halifax	Montreal	Toronto	Calgary	Edmonton	Vancouver
Halifax		1.318	1.857	5.042	5.082	6.119
Montreal	1.368		539	3.743	3.764	4.801
Toronto	1.857	539		3.434	3.455	4.492
Calgary	5.042	3.743	3.434		299	1.057
Edmonton	5.082	3.764	3.455	299		1.244
Vancouver	6.119	4.801	4.492	1.057	1.244	

Fuente: Proexport.

### Proceso logístico multimodal<sup>27</sup>

- Montreal y Toronto en la costa Este, por su ubicación geográfica, infraestructura y capacidad, proporcionan ventajas estratégicas y económicas sirviendo de enlace entre los centros urbanos e industriales de Canadá y el Este Americano.
- El puerto de Montreal ofrece una excelente conexión a la vía férrea con acceso directo a los muelles, y Toronto, al sistema vial brindando la opción de servicios regulares.
- Vancouver en la costa Oeste de Canadá es uno de los puertos mas grandes de América de Norte, cuenta con acceso a los sistemas férreos y viales interestatales Americanos, ofreciendo servicios de reexpedición de mercancías hacia las ciudades del interior del Oeste de Canadá.
- Si bien la estructura de transporte marítimo de Colombia a Canadá, no ofrece servicios directos, especialmente hacia el Este canadiense, existen múltiples conexiones que permiten un fácil acceso.
- De acuerdo con la conformación de servicios marítimos, desde la Costa Atlántica, especialmente Cartagena, Barranquilla y Buenaventura hacia Montreal y Toronto, no hay oferta de servicios directos.
- Las líneas marítimas American President, Compañía Chilena de Navegación, Compañía Sudamericana de Vapores y Crowley American Transport unidas en el consorcio “Américas”, ofrecen un buque semanal, tiempos de transito que oscilan entre 8-12 días y conexión terrestre desde Nueva York (Estados Unidos).  
Otras navieras, como Maersk-Sealand, Mediterranean Shipping, Seaboard, P&O Nedlloyd, Hamburg Sud y Zim Container Line prestan el servicio vía Caribe, Charleston, Elizabeth, Fernandina Beach y Nueva York, con mas de 15 días en trayecto desde Cartagena y Buenaventura.

<sup>27</sup> Proexport Colombia. Estudio de Mercado Canadá – Frutas Exóticas. Convenio ATN/MT-7253-CO

- En la ruta Atlántico – Costa Oeste, se puede contar con dos frecuencias directas cada 15 días, de las líneas marítimas D`amico Line e Italia de Navigazione y uno con trasbordo en Estados Unidos, con salidas cada 8 días, de la línea marítima Maersk-Sealand, el transito de los buques entre puertos del Norte de Colombia y Vancouver esta entre 14 y 20 días aproximadamente.
- Así mismo, desde Buenaventura se cuenta con dos servicios directos cada 14 días uno de ellos con el Consorcio AMPAG, conformado por líneas marítimas Columbus Line, Maruba, TMM y TMG, en tanto que Maersk-Sealand presta servicio con trasbordo en Panamá y Estados Unidos, cada 8 días, la travesía desde Buenaventura toma alrededor de 20 días. Es importante señalar que, algunas navieras están en capacidad de hacer extensión de sus servicios hasta ciudades del interior por el rio de St Lawrence.
- En el desarrollo de rutas y consolidados marítimos, es todavía precaria la consecución de espacios para carga fraccionada; esta necesidad deberá ser cubierta por el exportador a través de las gestiones propias que pueda coordinar con un brooker o fowarder, en Estados Unidos principalmente en Miami.

Como primer punto hay que considerar que de acuerdo a la conformación de servicios marítimos, desde la Costa Atlántica, especialmente Cartagena, Barranquilla hasta Montreal o Toronto, no hay oferta de servicios directos, hay que pasar por Nueva York, lo cual representará tiempo de revisión de contenedores provenientes de Colombia en los Estados Unidos.

Las siguientes rutas consideran una combinación de transporte marítimo y terrestre:

#### **Para entrar a la Costa Este de Canadá (Halifax, Toronto, Montreal)**

- **Cartagena Nueva York Toronto o Montreal.** Ruta con un transito de 15 a 18 días y con frecuencia de dos veces por semana. La carga llega por vía marítima y Nueva York y de ahí sale por tren o camión a Montreal o Toronto. Es importante cotizar precios en las navieras ya que se observan diferencias de precios a veces significativas.
- **Buenaventura Halifax:** El transito desde Colombia a Halifax es de 21 días. De Halifax se distribuye por tren o camión hacia Toronto o Montreal. Este servicio opera con una frecuencia de 1 vez por semana.
- **Cartagena a Halifax** transito de 20 a 23 días

\*Opción de consolidación: en atención a que el comercio entre Colombia y Canadá no alcanza volúmenes importantes, generalmente no hay carga para consolidar directamente a Canadá. Existe la alternativa de enviar consolidado con otra carga

a Miami en donde se consolida con otra carga a Canadá. Una opción es hacerlo desde Cartagena-Buenaventura a Miami, con una frecuencia de servicio de una vez por semana, y desde Miami a Canadá en camión con un tránsito de 24 a 48 horas. Otra opción a disposición del exportador, es el reunirse con 2 o 3 exportadores mas que tengan productos que requieran de un envío frecuente para optar por un servicio consolidado bajo tarifa preferencial.

También existe la opción de un consolidado exclusivo, en el cual se reúnen productos de diferentes exportadores y que tienen como destino final el mismo importador.

### **Consideraciones Específicas para el Transporte de Frutas Exóticas.**

Todos los importadores entrevistados coincidieron en que la mejor forma de transporte de estos productos es por vía aérea. Esto se debe a que la cantidad de frutas pedida no es lo suficientemente grande para llenar un contenedor y realizar el transporte por mar, sin embargo, este tipo de transporte genera costos más elevados.

Actualmente los importadores de frutas exóticas que realizan importaciones desde América de Sur prefieren los vuelos que hacen escala en Cuba a aquellos que van vía Estados Unidos. Estos aviones de pasajeros tienen un flete más económico y además se evitan problemas de inspección o documentación en dicho país. Cuba no hace ningún tipo de inspección de mercancías. Igualmente existen vuelos los Sábados y Domingos (a Montreal confirmar otras ciudades) lo que permite un abastecimiento en todo tipo. La alternativa de Air Canadá también debe considerarse, ya que tiene más frecuencias y son vuelos directos de Bogotá a Toronto<sup>28</sup>.

Las empresas de logística de transporte solo son expertas en transporte pero el productor colombiano es quien debe conocer las condiciones mediante las cuales se conserva la calidad del producto (en esto se debe estar especialmente atento a las regulaciones de CFIA, las recomendaciones del agente en Canadá o a los requerimientos de importador). Esto último es especialmente necesario, dado que la aceptación de las muestras no garantiza que se aceptarán los envíos finales para la venta, sobre todo teniendo en cuenta las inspecciones a las cuales se someten estos productos.

Si el producto perdió su calidad por malas condiciones de transporte, la carga será rechazada y los costos serán a cargo del exportador. Las empresas de logística de transporte se encargan de recibir la mercadería en el puerto de origen y gestionan todos los aspectos relacionados con el transporte hasta el destino final, asesorando

---

<sup>28</sup> Proexport Colombia. Estudio de Mercado Canadá – Frutas Exóticas. Convenio ATN/MT-7253-CO

en materia de aranceles y gastos de transporte adicionales para una carga específica. Además, aconsejan sobre las rutas más convenientes, presentando un presupuesto con varias alternativas para que el exportador evalúe la opción más económica o aquella que le más seguridad para, por ejemplo, cumplir con los plazos de entrega.

Para este tipo de productos el procedimiento de envío es más complejo por tratarse de mercancías de alimentos perecederos.

Es necesaria la utilización de contenedores refrigerados donde no exista mezcla con otros productos. Estos contenedores deben cumplir con las temperaturas de transporte requeridas en todo el proceso de distribución física internacional y deben ser almacenados cuidadosamente para que no tengan contacto con otros productos que puedan afectar la calidad y salubridad.

Es importante analizar los servicios de seguro de este tipo de carga, algunas compañías no se responsabilizan por daños o por la no aceptación del producto en territorio canadiense.

Como caso concreto para transporte marítimo desde Colombia en productos perecederos algunas empresas de transporte analizan con sus representantes locales si toman la carga o no, principalmente por la responsabilidad civil derivada en casos de que haya daño o pérdida. O porque no se comprueba la reputación del proveedor.

Los costos de transporte son muy variables, dependiendo de las condiciones del momento (demanda y oferta de transporte desde Colombia), de la ruta elegida y el tipo de carga (sus características especiales y valor).

El manejo de la logística depende de cada negociación particular con el comprador y la ciudad o centros de distribución que este maneje, inclusive algunos compradores de la costa oeste prefieren que el producto llegue por ejemplo a Seattle y de ahí en camión a Vancouver.

### **Generalidades en el Proceso de Internacionalización de Mercancías en Canadá.**

A continuación se enumerará de forma descriptiva los pasos y procedimientos a seguir desde el momento en que se da una orden de compra hasta que se libera la mercancía en Canadá.

Este procedimiento es general y pueden surgir más especificaciones dependiendo de la negociación con el comprador y de los requerimientos del comprador.

- Una vez ha acordado un precio y volumen con el comprador canadiense: éste emitirá una orden de compra al exportador especificando los volúmenes y características del producto de interés;
- A partir de la orden de compra, el exportador colombiano debe preparar una factura pro forma, que debe enviar al comprador canadiense para que se procese el documento bancario o la modalidad de pago en caso de tratarse de carta de crédito, contra documentos o transferencia bancaria. El exportador colombiano debe especificar en la factura pro forma el banco y cuenta con el cual se hará la transferencia;
- Cuando el comprador o importador recibe la factura pro forma, se puede solicitar el documento bancario: carta de crédito, transferencia, etc.;
- El exportador fijará la fecha de embarque con la empresa transportista. El exportador colombiano debe considerar la fecha de cierre de las empresas navieras, que generalmente es antes de 3 días antes de la fecha de partida, para efectuar la carga del producto en la embarcación a tiempo;
- Una vez que la mercancía está a bordo, la empresa transportista emite una Guía de Embarque. Se requieren 3 originales y 3 copias de éste documento;
- El exportador debe preparar la factura comercial, el certificado de origen y el certificado fitosanitario;
- La mercancía parte al puerto de destino;
- El exportador debe consolidar los documentos anteriores y enviarlos al banco notificador (en caso que se pague por carta de crédito o contra documentos);
- El banco notificador verifica los documentos y remite el pago al vendedor;
- El banco notificador o bien el exportador envía los documentos al banco emisor de la carta de crédito (banco del comprador);
- El banco emisor notifica al comprador o importador la llegada de los documentos para la autorización de la transferencia de los términos acordados;
- La mercancía llega al puerto de destino.
- Declaración del envío: en la mayoría de los casos el transportador declara el envío a la Agencia de Aduanas en el momento que éste llega al punto de entrada de la frontera internacional. El transportador debe declarar toda la mercancía comercial que el importador trae a Canadá llenando el documento de control de carga (Cargo Control Document CCD) aprobado o, en el caso de transporte marítimo o por tren, transmitiendo los datos por vía electrónica utilizando el medio de intercambio de datos informatizados (electronic data interchange EDI) antes de llegar a la frontera canadiense.
- Liberación de la mercancía: para obtener la liberación de la mercancía, el importador debe valerse de dos métodos: el primero es a través de la declaración detallada y el pago de los derechos de entrada o segundo, presentando la documentación mínima. Igualmente se puede autorizar la

transmisión de la información necesaria para la liberación de la mercancía a través del sistema EDI.

- La liberación de la mercancía contra documentación mínima permite acelerar el proceso de entrada de la mercancía ya que la declaración presentada no es detallada, el pago de entrada se efectúa solamente cuando la carga es liberada. Para poder gozar de este privilegio, el importador debe depositar en la oficina de aduanas un monto de garantía aprobado. El importador debe presentar el documento de control de carga, las licencias de importación o certificados sanitarios necesarios, y en la mayoría de los casos, dos ejemplares de la factura debidamente completada.
- En cuanto a la declaración detallada, el importador debe presentar dos ejemplares del documento de control de carga (CCD), dos copias de la factura, dos copias del formulario B3, las licencias de importación, certificados sanitarios o los formularios exigidos por otros ministerios federales y un certificado de origen, si es necesario. En el caso de las frutas exóticas no es necesario ya que todos los países están exentos de pago de tarifas arancelarias. Estos documentos pueden ser transmitidos en papel o en forma electrónica (EDI) si el importador está autorizado a hacerlo.
- Inspección de mercancías: todas las importaciones comerciales que entran al país pueden ser revisadas por agentes de la Agencia de Aduanas de Canadá. Las cargas seleccionadas para inspección son muchas veces escogidas de manera aleatoria. Sin embargo, si el agente nota irregularidades el empaque y/o la etiqueta de las mismas procederá a revisar toda la carga por completo.
- En algunos casos existen costos a cubrir por la inspección de la carga, todo depende de los instrumentos a los que tenga que recurrir el agente para poder desplazar la mercancía o para poder abrir los contenedores o cajas. En el caso de las frutas exóticas generalmente no se carga ningún costo por la inspección ya que no hay necesidad de herramientas especiales para realizarla y porque vienen en pequeñas cantidades.
- Toma de posesión de la mercancía por parte del importador: el importador envía un camión para recoger la carga y después llevarla a las bodegas de su compañía.
- Una vez que las autoridades han quedado satisfechas con los documentos, pago de impuestos e inspecciones fitosanitarias, la mercancía se libera al transportista; y
- El transportista remite la mercancía al punto requerido por el comprador.

Es importante hacer notar que en Canadá los importadores o empresas de distribución no conocen los trámites a seguir para liberar las mercancías. La presencia de un agente aduanal NO es obligatoria, pero si recomendable en el caso de que el exportador colombiano esté encargado de entregar las mercancías hasta el almacén del comprador cubriendo los aranceles.

### 3.11.3 Contrato de Compraventa<sup>29</sup>

Los instrumentos de pago internacional juegan un papel muy importante en un contrato de compraventa de mercancías, pues es la manera como se hace realmente efectiva la transacción. La elección método de pago depende de varios factores claves, como son: el conocimiento y confianza mutua entre el comprador y el vendedor, las normas legales existentes en ambos países, el volumen de operaciones, la periodicidad y los costos bancarios generados por la utilización de dichos instrumentos. El exportador colombiano debe analizar cuidadosamente estos factores para tomar la decisión que más se ajusta a su operación de comercio exterior.

Una vez el exportador ha realizado el estudio del mercado objetivo, los contactos comerciales en el exterior, ha establecido el interés de compra por parte del comprador y ha concretado el negocio, procede a formalizar la transacción de comercio exterior con el comprador a través de un contrato de compraventa o una orden de compra en firme.

El contrato de compraventa internacional de mercancías es el punto de partida del comercio Internacional y constituye un factor primordial en toda transacción comercial. En él se estipulan los derechos y obligaciones de las partes contratantes (exportador, comprador, vendedor e importador) con relación a la compraventa de mercancías. Además, contiene las condiciones, términos y la forma de pago de la operación comercial.

Dentro del contrato de compraventa Internacional se deben indicar los términos de negociación “Incoterms” (términos comerciales internacionales que establecen los derechos y obligaciones entre el comprador y vendedor)

Imagen 7. Pago por Exportaciones

---

<sup>29</sup> Manual de Pago. Operaciones Bancarias y Cambiarias para exportaciones Colombianas - Proexport



Fuente: Proexport

### 3.11.4 Carta de Crédito<sup>30</sup>

Es un contrato que celebra un importador exterior con una entidad financiera del exterior por medio del cual se dan instrucciones para comprometerse a realizar un pago a un exportador colombiano, producto de una futura compra de mercancías, a través de una entidad financiera ubicada en Colombia. Lo anterior, siempre y cuando, el exportador cumpla con ciertas condiciones y presente una serie de documentos establecidos. La carta de crédito ocupa el primer lugar entre los instrumentos de pago para operaciones de compraventa internacional de mercancías, dadas las seguridades que ofrece tanto al importador como al exportador. Al exportador ofrece la garantía de pago respaldada por una entidad financiera colombiana y para el comprador la garantía del embarque de la mercancía.

En Colombia las entidades financieras y el comercio en general solo admiten carta de crédito irrevocable, instrumento que solo puede ser modificado o cancelado por la entidad financiera del exterior con previo acuerdo entre todas las partes.

Esta puede ser pagada a la vista o a plazos.

<sup>30</sup> Estudio de Mercado

### 3.11.5 Proceso de pago por exportación de mercancías

Gráfico 19. Proceso de Pago



Fuente: Autores del Proyecto

### 3.11.6 Canales De Distribución

Gráfico 20. Canal de Distribución



Fuente: Autores del Proyecto

### Importadores

Los Importadores Canadienses generalmente importan diversos tipos de frutas y destinan una parte de sus compras a frutas exóticas, muchos hacen también importación de verduras. En lo que se refiere al sector de frutas exóticas, sus pedidos no son muy elevados y la frecuencia de los mismos depende de la aceptación del producto por parte del consumidor final, esta información la obtienen de los vendedores al detal. En frutas exóticas hay mucha variedad en las importaciones y a veces los mismos importadores no conocen bien las características del producto. Todos los importadores entrevistados manifestaron que están abiertos a la posibilidad de comprar nuevos tipos de fruta para probar el mercado, para eso visitan ferias o reciben ofertas, las cuales deben contener la descripción completa del producto y sus características, también una breve explicación sobre fechas de cultivo. Una tendencia que se encontró en las entrevistas, es que los importadores buscan exportadores usando “The Blue Book”, una publicación especializada en frutas y vegetales donde se encuentra un directorio completo de proveedores certificados en varios países.

El proceso de decisión del importador se basa principalmente en el comportamiento del mercado frente a la introducción de nuevos productos y en experiencias anteriores con productos de características similares. Después de

recibir una oferta, el importador evalúa las ventajas en cuanto a transporte, precio, empaque y experiencia del exportador. Seguido a esto puede realizar un pedido pequeño o pedir una muestra por parte del vendedor con el fin de evaluar la respuesta del público frente al nuevo tipo de fruta. Finalmente si nota que este es un producto llamativo continúa realizando pequeños pedidos y con mayor frecuencia con el fin de hacerlo conocer un poco más en el mercado. Las cantidades demandadas pueden aumentar de acuerdo al incremento del consumo pero en ocasiones debido a que la demanda no es muy alta sus pedidos continúan siendo por pequeñas cantidades<sup>31</sup>.

### **Mercados de “Especialidad”**

Generalmente son los pequeños almacenes ubicados en zonas donde la población inmigrante es elevada. La gran mayoría de productos que ofrecen son étnicos y cada uno de ellos se especializa en la venta de frutas de una región específica dependiendo, muchas veces, de la nacionalidad del dueño de la misma. Sin embargo, en algunos de estos almacenes se pueden encontrar frutas comunes a diferentes regiones del mundo. Así mismo, algunos de estos pequeños almacenes se especializan exclusivamente en la venta de frutas y verduras exóticas provenientes de diferentes países y sus precios tienden a ser más elevados. Es interesante anotar que algunos de los vendedores de este tipo de tiendas no son muy conocedores de las diferentes formas de consumo de las frutas vendidas ni tampoco su lugar de procedencia, los elementos que determinan sus pedidos son las sugerencias del mayorista a quien le compran y la respuesta del público a los nuevos productos.

### **Cadenas de supermercados**

Algunos de los supermercados con más participación en las ventas del mercado al detal y que venden frutas exóticas o tropicales en el país son Loblaws, Sobeys y Metro, tal como se puede observar a continuación<sup>32</sup>.

Las cadenas de supermercados no son muy conocidas como distribuidores de productos exóticos, sin embargo, desde hace algún tiempo existe la tendencia de ofrecer productos étnicos en algunos de ellos. Se identificó oferta de frutas exóticas en: Provigo y maxi (pertenece al grupo Loblaws), IGA (Sobeys), Safeway y Metro. En lo que se refiere a frutas exóticas los supermercados compran generalmente a importadores, mayoristas, distribuidores, solo cuando la cantidad de la fruta es considerable se establecen programas de compras e importan directamente. Este tipo de distribuidores es muy exigente en cuanto a la calidad. Dentro de las características que buscan en el producto, el color es importante ya

<sup>31</sup> Colombia. Estudio de Mercado Canadá – Frutas Exóticas. Convenio ATN/MT-7253-CO

<sup>32</sup> Proexport Colombia. Estudio de Mercado Canadá – Frutas Exóticas. Convenio ATN/MT-7253-CO

que el comprador va a juzgar la calidad y el estado de maduración por la apariencia de la fruta. Por ejemplo los supermercados piden que la pitaya tenga al menos un 30% de color verde al momento de ser adquirida por ellos sino no la aceptan. También cada fruta debe estar en buen estado o será rechazada por el supermercado<sup>33</sup>.

Igualmente, la exhibición del producto es muy importante como gancho para atraer al consumidor. En cuanto a esto los consumidores son muy exigentes ya que no conocen las frutas y basan sus decisiones en la confianza que el punto de venta les genere. Generalmente las frutas exóticas son exhibidas en la caja original del proveedor.

Es importante señalar que si un exportador desea vender sus productos en estos canales debe contactar a distribuidores nacionales que ya tengan desarrollados los contactos precisos.

---

<sup>33</sup> Fuente: Entrevista con distribuidor de frutas exóticas a supermercados. *Investigaciones Sectoriales Mercado - Canadá Proexport – Colombia*104

## 4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Para poder dar ejecución al proyecto es necesario definir todos y cada uno de los agentes y procesos que interactúan en la conformación de una empresa. Para esto se deben tener en cuenta los requisitos legales y tributarios y se hace imperante la definición de una estructura organizacional, que delimite las funciones y responsabilidades de cargos dentro de la organización.

### 4.1 RAZÓN SOCIAL

El nombre o razón social de la empresa será **C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.**, cuyo comercio es la principal actividad de la empresa. Al ser consultado en la base de datos de la Cámara de Comercio de Bogotá comprobamos que no ha sido registrado por ninguna otra empresa por lo cual es totalmente viable su matrícula en dicha entidad, sin presentarse homonimia empresarial.

### 4.2 COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL

Mediante la conformación de la comercializadora internacional se pretende reunir a pequeños productores de maracuyá y cholupa los cuales carecen de los recursos necesarios para comercializar su producto en el contexto internacional y brindarles este servicio. También se puede acceder a los programas de promoción de exportaciones planteados por el gobierno aplicando a créditos con tasas preferenciales y diferentes formas de financiación. Adicionalmente se pueden lograr beneficios tributarios, los cuales son otorgados para fomentar la creación de empresas según lo contemplado en la ley 590 del 10 de Julio de 2000, la cual dicta las disposiciones con las cuales se promueve la creación de micro, pequeñas y medianas empresas.

### 4.3 CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa **C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.** Se clasifica como Microempresa ya que su planta de empleados es inferior a diez (10) trabajadores y sus activos no superan los quinientos un (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes<sup>34</sup>. Teniendo en cuenta que la actividad principal de la empresa es la compra y posterior venta de productos, esta se clasifica como comercial. Por otra parte, como el producto comercializado tiene un destino ubicado en el exterior, se es considerada como una comercializadora Internacional.

---

<sup>34</sup> Ley 590 del 10 de julio de 2000 – Artículo 2, numeral 3

## 4.4 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Para la constitución legal de la empresa es necesario cumplir una serie de requisitos ante diferentes entidades del estado.

Lo primero que se debe hacer es la firma de escritura de la constitución de la sociedad ante notario público, para ello es necesario que se elabore un documento con las siguientes cláusulas:

- Razón Social (nombre de la sociedad)
- El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes
- Tipo de sociedad
- Duración de la sociedad
- Domicilio (sede jurídica de la sociedad)
- Objeto Social (capacidad de compromiso, a que se va a dedicar la empresa).<sup>35</sup>

Posteriormente se debe realizar la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), el cual constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a todos aquellos que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y no contribuyentes, declarantes de ingresos y patrimonio; el tipo de Régimen al cual pertenecen común o simplificado; los agentes retenedores; los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros, y los demás sujetos de obligaciones administradas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, respecto de los cuales esta requiera su inscripción<sup>36</sup>.

Posteriormente se deberá diligenciar ante la Cámara de Comercio el formulario de Registro Mercantil y el formulario Adicional de Registro con Otras Entidades. Por ultimo debe pagar la matricula mercantil, la cual tiene un costo de \$512.000 y los derechos de inscripción que ascienden a \$21.000.

### 4.4.1 Creación de la empresa

Para la creación de la empresa seguimos los pasos del manual interactivo “Crear Empresa”<sup>37</sup> de la Cámara de Comercio de Bogotá, en el cual se encuentran descritos todos y cada uno de los pasos a seguir, así como los formularios y formatos que se deben diligenciar y una herramienta para la viabilidad y validación del nombre de la empresa.

---

<sup>35</sup> Capítulo II. Artículo 110. Código Colombiano de Comercio.

<sup>36</sup> Ley 863 - 29 diciembre 2003 - Artículo 19. Registro Único Tributario

<sup>37</sup> [www.crearempresa.com.co/Diligenciamiento/BandejaNatural.aspx](http://www.crearempresa.com.co/Diligenciamiento/BandejaNatural.aspx)

## 4.5 TIPO DE SOCIEDAD

Es importante dentro de los requisitos para la creación de la empresa definir el tipo de sociedad que mas convenga para la empresa, ya que es un requisito indispensable para efectos tributarios y normativos.

Una vez analizados los diferentes aspectos de la empresa como lo son capital, número de socios, naturaleza y objeto social, decidimos que el tipo de sociedad que más se ajusta

### 4.5.1 Sociedad Limitada <sup>38</sup>

El Decreto 410 de 1971, actual código de comercio, la ubicó entre las sociedades de capitales, aun cuando conserva, como característica común a las de personas, el ser una sociedad por cuotas o derechos, lo cual la hace relativamente cerrada. Sin embargo, como sociedad de capitales, la responsabilidad se limita al monto de lo aportado y debe constituir la reserva legal, para protección de su patrimonio. No se puede diferir el aporte del capital que deberá cubrirse totalmente en su constitución y, una vez constituida, en el evento de llegar a negociarse sus cuotas o derechos, la ley prevé claros mecanismos para preferir a los socios y, en caso eventual de ingreso de terceros, como el aporte aparece en la escritura identificando a su titular, se requiere de otra escritura para modificar su integración, lo cual no podrá hacerse sin la aprobación de un número plural de socios que represente no menos del setenta por ciento (70%) del capital social. De esta forma, como en las sociedades de personas, no pueden los socios negociar sus derechos sociales, sin el conocimiento de la sociedad.

Si bien la razón social puede ser cualquier expresión sin que se requiera identificar en ella a los socios, el usarla sin que esté precedida de la palabra "limitada" o la simple abreviatura "Ltda." generará a los socios frente a terceros, responsabilidad solidaria e ilimitada. En cuanto a la administración, que está en cabeza de todos y cada uno de los socios, al producirse la delegación en quien la haya de ejercer, los socios cedentes se despojan de su facultad de administrar, pero mantendrán su derecho de inspección y vigilancia en cualquier tiempo. Como causales especiales de disolución, al limitar la ley el número de socios a veinticinco, y ubicarla como sociedad de capital, el exceder el tope máximo de socios o perder el cincuenta por ciento (50%) del capital, la disolverá, así sean ambas unas causales saneables al superar la razón que la genera.

---

<sup>38</sup> Consideraciones sobre derecho mercantil para ejecutivos no abogados, Javier Pinilla Pinilla.

## 4.6 OBJETO SOCIAL

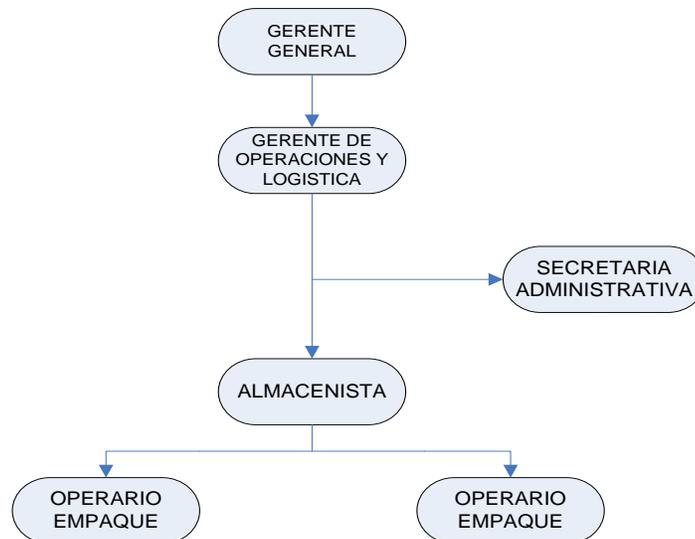
El objeto principal de la empresa **C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.** es la comercialización de maracuyá y cholupa frescos usando mano de obra nacional calificada para nuestros procesos.

Para lo anterior definimos las siguientes actividades como puntos de apoyo para su consecución:

- Aprovechar las oportunidades de negocio en Canadá para fomentar la exportación de estas frutas.
- Dar mayor participación a los productores de maracuyá y cholupa del Huila en el los mercados del exterior.
- Servir de intermediarios entre los pequeños productores de maracuyá y cholupa en el Huila y los consumidores de estas frutas en Canadá.
- Asesorar a los pequeños productores de maracuyá y cholupa en el desarrollo de técnicas para lograr mejor calidad en la producción de estas frutas.
- Lograr asociar a los pequeños productores en cooperativas que permitan suplir la demanda de estas frutas.

## 4.7 ORGANIGRAMA

Gráfico 21. Organigrama



Fuente: Autores del Proyecto

## 4.8 MISIÓN

**C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.** es una empresa exportadora de fruta fresca y pulpa 100% natural conservando su valor nutricional, contando con el apoyo y compromiso de toda la organización, logrando así la satisfacción de nuestros clientes.

## 4.9 VISIÓN

Ser la empresa exportadora de frutas exóticas líder del departamento del Huila, posicionada en el mercado internacional en la comercialización de maracuyá y cholupa e impulsando el sector agroindustrial del Departamento.

## 4.10 DESCRIPCIÓN DE CARGOS

Con el objeto de estructurar de la mejor manera la compañía y de crear un ambiente en el cual la personas desarrollen un sentido de pertenencia y responsabilidad sobre las actividades laborales a desempeñar, se procedió a definir las funciones y requerimientos de cada uno de los cargos con los que **C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.** Iniciara operaciones.

La compañía contara inicialmente con 5 puestos de trabajo que desempeñan funciones gerenciales, administrativas y operativas. Los cargos son:

- Gerente General
- Gerente de Operaciones y Logística
- Secretaria
- Almacenista
- Operario

La descripción de las funciones y requerimientos de los cargos anteriormente mencionados podrá encontrarse en el Anexo 10. "Descripción de Cargos"

## 4.11 NOMINA

Con base a la descripción de cargos y a la determinación de empleados de **C.I. Frutas Exóticas de Huila Ltda.** A continuación se mostrara los costos asociados a la nomina de la compañía:

Tabla 16. Valor Nomina y Aportes Empleados

Cargo	Sueldo	Días a Liquidar	IBC	Aporte Salud Empleado	Aporte Pension Empleado	Fondo de Solidaridad	Subsidio de Transporte	Valor Neto a Desembolsar
Gerente General	\$ 1.700.000	30	\$ 1.700.000	\$ 68.000	\$ 68.000	\$ 0	\$ 0	\$ 1.564.000
Gerente de Operaciones y Logística	\$ 1.700.000	30	\$ 1.700.000	\$ 68.000	\$ 68.000	\$ 0	\$ 0	\$ 1.564.000
Secreta Administrativa	\$ 700.000	30	\$ 700.000	\$ 28.000	\$ 28.000	\$ 0	\$ 55.000	\$ 699.000
Almacenista	\$ 600.000	30	\$ 600.000	\$ 24.000	\$ 24.000	\$ 0	\$ 55.000	\$ 607.000
Operario Empaque	\$ 461.500	30	\$ 461.500	\$ 18.460	\$ 18.460	\$ 0	\$ 55.000	\$ 479.580
			\$ 5.161.500	\$ 206.460	\$ 206.460	\$ 0	\$ 165.000	\$ 4.913.580

Fuente: Autores del Proyecto

Adicionalmente, el empleador incurre en unos costos adicionales por la contratación de personal los cuales debe provisionar y pagar adecuadamente según los datos presentados en la siguiente tabla:

Tabla 17. Datos – Costos Adicional por concepto de contratación de personal

<b>Aporte Salud Empleado</b>	4,00%
<b>Aporte Pension Empleado</b>	4,00%
<b>Fondo de Solidaridad</b>	1,00%
<b>Provision de Salud Empleador</b>	8,50%
<b>Provision de Pension Empleador</b>	12,00%
<b>Provision ARP</b>	0,52%
<b>Provision Cesantias</b>	8,33%
<b>Provision Intereses de Cesantias</b>	1,00%
<b>Provision Vacaciones</b>	4,17%
<b>Provision Prima</b>	8,33%
<b>Provision Caja de Compensacion</b>	3,00%
<b>Provision ICBF</b>	4,00%
<b>Provision SENA</b>	2,00%

Fuente: Autores del Proyecto

Teniendo en cuenta la nomina presentada anteriormente, se calcularon estos costos adicionales de contratación para la **C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.**

Tabla 18. Costos Adicionales para el Empleador

Cargo	Provision de Salud Empleador	Provision de Pension Empleador	Provision ARP	Provision Cesantias	Provision Intereses de Cesantias	Provision Vacaciones	Provision Prima	Provision Caja de Compensacion	Provision ICBF	Provision SENA
Gerente General	\$ 144.500	\$ 204.000	\$ 8.874	\$ 141.610	\$ 1.416	\$ 70.890	\$ 141.610	\$ 68.000	\$ 51.000	\$ 34.000
Gerente de Operaciones y Logística	\$ 144.500	\$ 204.000	\$ 8.874	\$ 141.610	\$ 1.416	\$ 70.890	\$ 141.610	\$ 68.000	\$ 51.000	\$ 34.000
Secreta Administrativa	\$ 59.500	\$ 84.000	\$ 3.654	\$ 58.310	\$ 583	\$ 29.190	\$ 58.310	\$ 28.000	\$ 21.000	\$ 14.000
Almacenista	\$ 51.000	\$ 72.000	\$ 3.132	\$ 49.980	\$ 500	\$ 25.020	\$ 49.980	\$ 24.000	\$ 18.000	\$ 12.000
Operario Empaque	\$ 39.228	\$ 55.380	\$ 2.409	\$ 38.443	\$ 384	\$ 19.245	\$ 38.443	\$ 18.460	\$ 13.845	\$ 9.230
	\$ 438.728	\$ 619.380	\$ 26.943	\$ 429.953	\$ 4.300	\$ 215.235	\$ 429.953	\$ 206.460	\$ 154.845	\$ 103.230

Fuente: Autores del Proyecto

## 4.12 Valores de la compañía

**C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.** busca desarrollar junto a sus empleados un crecimiento tanto personal como profesionalmente inculcando los siguientes dentro de la organización valores y principios que lleven a cumplir este objetivo. Entre los valores mas relevantes tenemos:

**Honestidad:** Nuestro personal se caracteriza por actuar éticamente, con responsabilidad, generando en nuestra clientela confianza y seguridad, de tal manera, que los resultados redunden en logros, que se reflejen a nivel laboral, personal y empresarial.

**Respeto:** Es una virtud, que acompaña a las personas que laboran en nuestra empresa, respetamos por encima de todo, la individualidad y las diferencias, con comprensión y tolerancia.

**Eficiencia:** Optimizamos los recursos que tenemos, con el fin de lograr nuestras metas propuestas, confiando en el buen desempeño de nuestros funcionarios.

**Servicio:** Para nuestro equipo es un principio universal de vida, mostrando continuamente la actitud positiva, siempre disponibles y con la debida amabilidad, que maneja conscientemente nuestro equipo de trabajo, en pro del desarrollo del trabajo.

## 5. ANALISIS FINANCIERO

El análisis financiero permite determinar la viabilidad del proyecto, ya que muestra la relación entre los costos y gastos en que incurre la empresa durante el desarrollo de las actividades y los ingresos que obtendrá, durante su operación.

### 5.1 INDICADORES ECONÓMICOS

Es necesario tener en cuenta todas las variables económicas que afectan el mercado local al momento de realizar análisis y proyecciones, pues el comportamiento de estas puede afectar directamente los ingresos y costos de las operaciones de la empresa haciendo que se presenten variaciones en los resultados de la misma.

#### 5.1.1 Índice de precios al consumidor

El IPC es un indicador que mide la variación de precios de una canasta de bienes y servicios representativos del consumo de los hogares del país. Los resultados son analizados por grupos, subgrupos y clases de gastos, gastos básicos y niveles de ingreso<sup>39</sup>.

#### 5.1.2 Tasa de Cambio Representativa del Mercado - TCRM

La TCRM es un indicador económico que revela el nivel diario de la tasa de cambio oficial en el mercado spot de divisas colombiano. Corresponde al promedio aritmético de las tasas promedio ponderadas de compra y venta de divisas de las operaciones interbancarias y de transferencias, desarrolladas por los intermediarios del mercado cambiario que se encuentran autorizados en el Estatuto Cambiario.

La Superintendencia Financiera de Colombia tiene la obligación de calcular la TCRM, divulgarla al mercado y al público en general, conforme a lo dispuesto en el artículo 80 de la Resolución Externa No. 08 de 2000, expedida por la Junta Directiva del Banco de la República, la metodología establecida por el Banco mediante Circular Reglamentaria DODM - 146 del 21 de Septiembre de 2004, el Artículo 93 del Decreto 4327 del 25 de Noviembre de 2005, Resolución No.0416 del 03 de Marzo de 2006 de la Superintendencia Financiera de Colombia<sup>40</sup>.

---

<sup>39</sup> <http://www.dane.gov.co>

<sup>40</sup> <http://www.superfinanciera.gov.co>

### 5.1.3 Índice de Precios del Productor

Es el indicador coyuntural sobre los precios de los bienes en el primer canal de distribución, es decir, precios del productor. Reporta la variación promedio de los precios de una cesta de bienes que se producen en el país para consumo interno y para exportación, incluye sector primario y secundario. No contiene sector servicios. Desde 2007 es elaborado por el DANE (pertenecía al Banco de la República) como parte del PLANIB<sup>41</sup>.

### 5.1.4 Tasa de depósito a término fijo (DTF)

La DTF es una tasa de interés que resulta del promedio ponderado de las tasas y los montos diarios de las captaciones a 90 días de los CDTs de la mayoría de intermediarios financieros 1 durante una semana que va de viernes a jueves y tiene vigencia de lunes a domingo. Las entidades financieras reportan a la Superintendencia Bancaria, por medio de la encuesta diaria de interés de captación, las tasas y los montos captados a 90 días. Luego, esta entidad transmite la información al Banco de la República que toma los resultados consolidados por entidad y lleva a cabo un promedio ponderado de las tasas y los montos captados durante una semana<sup>42</sup>.

### 5.1.5 Proyección Indicadores Macroeconómicos

Tabla 19. Indicadores Macroeconómicos Proyectados

Cifras proyectadas	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Inflación (IPC variación anual)	5,69%	7,49%	5,57%	4,53%	3,84%	3,68%	3,53%
Precios al Productor (IPP variación anual)	1,27%	10,28%	6,79%	4,45%	3,63%	3,52%	3,57%
PIB (variación Anual)	7,52%	3,30%	3,50%	5,00%	4,50%	4,50%	4,50%
Devaluación (TRM Fin de Año)	-10,01%	11,18%	4,00%	4,00%	-1,50%	1,50%	2,00%
Devaluación (Promedio Anual)	-11,86%	-4,25%	16,00%	3,00%	-1,00%	2,00%	2,50%
Precio del Dólar (\$ TRM fin de año)	2.014,76	2.240	2.330	2.422,78	2.386,44	2.422,24	2.470,68
DTF (E.A. fin de año)	8,98%	10,26%	9,10%	8,33%	7,43%	6,93%	6,53%

Fuente: Investigaciones Económicas – Bancolombia. Última actualización: 26 de Noviembre de 2008

<sup>41</sup> <http://www.dane.gov.co>

<sup>42</sup> <http://www.superfinanciera.gov.co>

### 5.1.6 Tasa de cambio dólar canadiense – peso colombiano

Teniendo en cuenta que las negociaciones y el pago de las órdenes de compra efectuadas por los clientes canadienses se va a realizar en la moneda de Canadá es necesario determinar la equivalencia entre el Dólar Canadiense (CDA) y el Peso Colombiano (COP). Para esto se utilizó el sistema de información financiero mundial Bloomberg, que es utilizado como referencia para los precios de divisas y mercados en todo el mundo.

Tabla 20. Tasa Conversión CAD-COP

<b>TASA DE CONVERSION</b>	
<b>DÓLAR CANADIENSE (CAD)</b>	<b>PESO COLOMBIANO (COP)</b>
1	1894,29

Fuente: Bloomberg Markets 28 Nov. 2008

## 5.2 PRECIO DE VENTA

Para determinar el precio de venta de un kilogramo de maracuyá es necesario tener en cuenta todos y cada uno de los costo y gastos en los cuales se incurre desde la compra de la materia prima, hasta la entrega del producto terminado al comprador canadiense.

## 5.3 PRESUPUESTO DE VENTAS

Tomando los datos obtenidos en la investigación de mercados se realizó la proyección de las ventas con un horizonte de 5 años, tomando como estimado inicial de ventas 1.200 unidades mensuales de acuerdo a los datos obtenidos en las entrevistas realizadas a los compradores potenciales y se definió un aumento anual del 5% para las ventas de acuerdo a los datos del crecimiento de las exportaciones de maracuyá hacia Canadá. El precio unitario se estableció realizando el calculo con los costos del proyecto para un kilogramos de fruta, el aumento anual en el precio se calculó de acuerdo a la inflación de Canadá en el 2007 que fue del 2.6%.<sup>43</sup>

<sup>43</sup> [www.canadianeconomy.gc.ca/english/economy](http://www.canadianeconomy.gc.ca/english/economy)

Tabla 21. Presupuesto de Ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS					
AÑO	UNIDADES VEDIDAS (KG)	PRECIO UNITARIO (COP)	VALOR TOTAL (COP)	PRECIO UNITARIO (CDA)	VALOR TOTAL (CDA)
1	14400	\$17.812,66	\$256.502.296,51	\$9,40	\$135.408,40
2	15120	\$18.240,16	\$275.791.269,21	\$9,65	\$145.875,47
3	15876	\$18.677,93	\$296.530.772,65	\$9,90	\$157.151,65
4	16670	\$19.126,20	\$318.829.886,76	\$10,16	\$169.299,47
5	17503	\$19.585,23	\$342.805.894,24	\$10,42	\$182.386,32

Fuente: Autores del Proyecto

## 5.4 PRESUPUESTO DE VENTAS CON DEVALUACIÓN

Debido que las exportaciones son canceladas en dólar canadiense (CDA) es importante tener en cuenta las proyecciones de devaluación.

Tabla 22. Proyección de Ventas con Devaluación

PROYECCION DE VENTAS CON DEVALUACION					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades a vender	14400	15120	15876	16670	17503
Ingresos por ventas (COP)	\$ 256.502.296,51	\$ 288.062.739,70	\$ 305.675.257,39	\$ 334.243.983,27	\$ 367.281.950,50
Precio venta (COP)	\$ 17.812,66	\$ 19.051,77	\$ 19.253,92	\$ 20.050,87	\$ 20.983,60
Ingresos por ventas (CDA)	\$135.408,40	\$145.875,47	\$157.151,65	\$169.299,47	\$182.386,32
Precio venta (CDA)	9,40	9,65	9,90	10,16	10,42
Devaluación	16,00%	3,00%	-1,00%	2,00%	2,50%
TRM (COP/CDA)	\$ 1.894,29	\$ 1.974,72	\$ 1.945,10	\$ 1.974,28	\$ 2.013,76

Fuente: Autores de Proyecto

### 5.4.1 Costo de kilogramo de maracuyá mensual con dependencia estacional

Teniendo en cuenta que la producción de maracuyá y cholupa presenta estacionalidades; es decir mayores o menores producciones durante los meses del año, es importante conocer el comportamiento de los precios del kilogramo de estas frutas para prever las afectaciones que esto trae para los ingresos de la empresa. A continuación encontramos la evolución mensual del precio promedio de 23 de las 29 plazas mayoristas de Colombia.

Aunque se puede observar que en los meses en que la oferta es mayor hay un precio más favorable, por el tipo de producto y las condiciones de calidad que este debe mantener, no es posible realizar compra de mayores cantidades de producto para almacenar y así aprovechar el precio en estos meses del año.

Tabla 23. Costo Kilogramo de Maracuyá según Estacionalidad

<b>COSTO MARACUYA (Kg)</b>	<b>VALOR KILOGRAMO (COP)</b>	<b>VALOR KILOGRAMO (CAD)</b>
Enero	1300	0,69
Febrero	1200	0,63
Marzo	1300	0,69
Abril	1200	0,63
Mayo	1500	0,79
Junio	1050	0,55
Julio	1100	0,58
Agosto	1300	0,69
Septiembre	1600	0,84
Octubre	1500	0,79
Noviembre	1400	0,74
Diciembre	1400	0,74

Fuente: Sistema de Información de Precios del Sector Agropecuario SIPSA

#### 5.4.2 Proyección de la TRM (USD/CAD)

Debido a que las exportaciones de maracuyá y cholupa generan ingresos en dólares canadienses es importante tener en cuenta la proyección del comportamiento de estas divisas frente al peso colombiano, con el fin de poder realizar las proyecciones de ingresos de la empresa.

Para la proyección de la tasa de dólar canadiense contra dólar de Estados Unidos (USD) se tomo la tasa de conversión del 28 de noviembre de 2008, que mantiene la tendencia de crisis financiera global de los últimos meses, con el fin de establecer un escenario pesimista frente al USD

Tabla 24. Proyección TRM USD-CAD

	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
DEVALUACIÓN	-11,86%	-4,25%	16,00%	3,00%	-1,00%	2,00%	2,50%
TRM (USD)	2.014,76	2.240	2.330	2.422,78	2.386,44	2.422,24	2.470,68
TRM (CDA)	1.642,16	1.826	1.899	1.974,72	1.945,10	1.974,28	2.013,76

Fuente: Investigaciones Económicas Bancolombia

## 5.5 COSTOS FINANCIEROS DEL PROYECTO

Dentro de los costos de una empresa encontramos costos asociados al proceso de producción de la misma, además de los costos administrativos, los cuales se pueden clasificar en fijos y variables, y que deben ser contemplados al momento de realizar el análisis financiero que determinará la viabilidad del proyecto.

### 5.5.1 Costos Fijos

Son todos los costos que no están relacionados directamente con el proceso de producción y de ventas de la empresa y por lo tanto no presentan variación de un periodo a otro.

Tabla 25. Costos Fijos C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.

<b>CI FRUTAS EXOTICAS DEL HUILA Ltda.</b>		
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>V/R MENSUAL</b>	<b>V/R ANUAL</b>
Salarios Administrativos	\$ 7.790.526	\$ 93.486.312
Arriendo Bodega	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Servicios Publicos	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Papeleria	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Otros	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Carta de Crédito	\$ 348.615	\$ 4.183.380
Certificado Fitosanitario ICA	\$ 33.000	\$ 396.000
Certificado de Origen*	\$ 10.000	\$ 120.000
Costos trámites guía aerea	\$ 58.103	\$ 697.230
Costo S.I.A.	\$ 395.000	\$ 4.740.000

\*Se exige uno para cada embarque.

Para efectos del cálculo se supone un embarque mensual

Fuente: Autores de Proyecto

### 5.5.2 Costos Variables

Son todos aquellos asociados directamente al volumen de producción y a las ventas de la empresa. Varían periódicamente dependiendo del comportamiento de estos. Es importante definirlos claramente pues con ellos se puede obtener el valor por unidad de venta del producto y con esto lograr realizar las proyecciones de manera acertada.

Al conocer los costos variables es posible que se pueda lograr mejores precios con los proveedores al comprar mayor cantidad del producto que estos ofrecen.

Tabla 26. Costos Variables C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.

<b>CI FRUTAS EXOTICAS DEL HUILA Ltda.</b>				
<b>COSTOS VARIBALES SIN DEPENDENCIA ESTACIONAL</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>
Transporte Neiva -Bogotá	Kg	\$ 225,00	1,00	\$ 225,00
Empaque (caja carton corrugado 8 kg)	Unidad	\$ 1.299,20	0,13	\$ 162,40
Etiqueta Adhesiva	Unidad	\$ 464,00	0,125	\$ 58,00
Transporte Aereo Bogotá - Montreal (incluye Due Carrier - Due Agent)	Kg	\$ 5.089,78	1,00	\$ 5.089,78
<b>Total</b>				<b>\$ 5.535,18</b>

Fuente: Autores de Proyecto

Tabla 27. Costos Materia Prima C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.

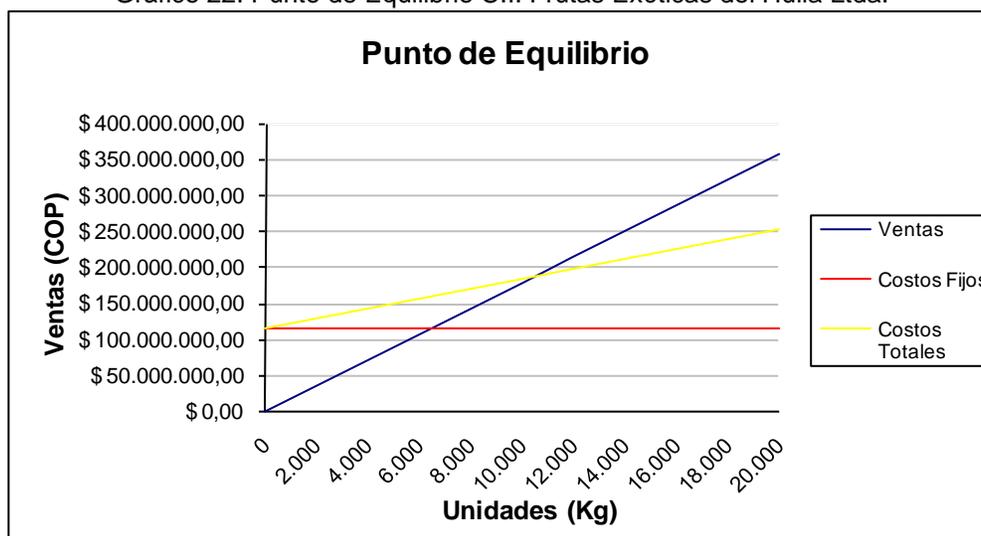
CI FRUTAS EXOTICAS DEL HUILA Ltda.								
COSTOS VARIBALES DEPENDENCIA ESTACIONAL	MATERIA PRIMA (MARACUYA)				COSTO MANEJO DE MERCANCIA			
	Unidad	Costo	Cantidad	Costo Unitario	Unidad	Costo	Cantidad	Costo Unitario
ENERO	Kg	\$ 1.300	1,00	\$ 1.300	Kg	\$ 13	1,00	\$ 13
FEBRERO	Kg	\$ 1.200	1,00	\$ 1.200	Kg	\$ 12	1,00	\$ 12
MARZO	Kg	\$ 1.300	1,00	\$ 1.300	Kg	\$ 13	1,00	\$ 13
ABRIL	Kg	\$ 1.200	1,00	\$ 1.200	Kg	\$ 12	1,00	\$ 12
MAYO	Kg	\$ 1.500	1,00	\$ 1.500	Kg	\$ 15	1,00	\$ 15
JUNIO	Kg	\$ 1.050	1,00	\$ 1.050	Kg	\$ 11	1,00	\$ 11
JULIO	Kg	\$ 1.100	1,00	\$ 1.100	Kg	\$ 11	1,00	\$ 11
AGOSTO	Kg	\$ 1.300	1,00	\$ 1.300	Kg	\$ 13	1,00	\$ 13
SEPTIEMBRE	Kg	\$ 1.600	1,00	\$ 1.600	Kg	\$ 16	1,00	\$ 16
OCTUBRE	Kg	\$ 1.500	1,00	\$ 1.500	Kg	\$ 15	1,00	\$ 15
NOVIEMBRE	Kg	\$ 1.400	1,00	\$ 1.400	Kg	\$ 14	1,00	\$ 14
DICIEMBRE	Kg	\$ 1.400	1,00	\$ 1.400	Kg	\$ 14	1,00	\$ 14
PROMEDIO	Kg	\$ 1.321	1,00	\$ 1.321	Kg	\$ 13	1,00	\$ 13

Fuente: Autores de Proyecto

### 5.5.3 Punto de Equilibrio

El Punto de equilibrio es el nivel de producción y ventas que una empresa debe lograr para cubrir los costos en los cuales ha incurrido. En otras palabras cuando se logra este punto la utilidad operacional es cero.

Gráfico 22. Punto de Equilibrio C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.



Fuente: Autores de Proyecto

Para el proyecto el punto de equilibrio esta en el nivel de ventas de 10.000 a 12.000 unidades vendidas al año y según el estudio de mercados la cantidad esperada a vender el primer año es de 14.400 unidades.

### 5.5.4 Costos totales de la operación.

Tabla 28. Costos Totales C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.

CI FRUTAS EXOTICAS DEL HUILA Ltda.											
COSTOS TOTALES DE OPERACIÓN AÑO 1											
Unidades a vender mes	1200										
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
<b>Costo Materia Prima</b>											
Materia Prima (Maracuya)	\$ 1.560.000	\$ 1.440.000	\$ 1.560.000	\$ 1.440.000	\$ 1.800.000	\$ 1.260.000	\$ 1.320.000	\$ 1.560.000	\$ 1.920.000	\$ 1.800.000	\$ 1.680.000
<b>Costos Administrativos</b>											
Salarios Administrativos	\$ 7.790.526	\$ 7.790.526	\$ 7.790.526	\$ 7.790.526	\$ 7.790.526	\$ 7.790.526	\$ 7.790.526	\$ 7.790.526	\$ 7.790.526	\$ 7.790.526	\$ 7.790.526
Ariendo Bodega	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Servicios Públicos	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Papelería	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000
Otros	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
<b>Costos Exportacion</b>											
Carta de Crédito	\$ 348.615	\$ 348.615	\$ 348.615	\$ 348.615	\$ 348.615	\$ 348.615	\$ 348.615	\$ 348.615	\$ 348.615	\$ 348.615	\$ 348.615
Certificado Fitosanitario ICA	\$ 33.000	\$ 33.000	\$ 33.000	\$ 33.000	\$ 33.000	\$ 33.000	\$ 33.000	\$ 33.000	\$ 33.000	\$ 33.000	\$ 33.000
Certificado de Origen*	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000
Costo S.I.A.	\$ 395.000	\$ 395.000	\$ 395.000	\$ 395.000	\$ 395.000	\$ 395.000	\$ 395.000	\$ 395.000	\$ 395.000	\$ 395.000	\$ 395.000
<b>Costos Transporte</b>											
Transporte Neiva -Bogotá	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000
Costo de manejo de mercancía	\$ 15.600	\$ 14.400	\$ 15.600	\$ 14.400	\$ 18.000	\$ 12.600	\$ 13.200	\$ 15.600	\$ 19.200	\$ 18.000	\$ 16.800
Transporte Aereo Bogota - Montreal (incluye Due Carrier - Due Agent)	\$ 6.107.735	\$ 6.107.735	\$ 6.107.735	\$ 6.107.735	\$ 6.107.735	\$ 6.107.735	\$ 6.107.735	\$ 6.107.735	\$ 6.107.735	\$ 6.107.735	\$ 6.107.735
Costos trámites guía aérea	\$ 58.103	\$ 58.103	\$ 58.103	\$ 58.103	\$ 58.103	\$ 58.103	\$ 58.103	\$ 58.103	\$ 58.103	\$ 58.103	\$ 58.103
<b>Costos Empaque y Etiquetado</b>											
Empaque (caja carton corrugado 8 kg)	\$ 194.880	\$ 194.880	\$ 194.880	\$ 194.880	\$ 194.880	\$ 194.880	\$ 194.880	\$ 194.880	\$ 194.880	\$ 194.880	\$ 194.880
Etiqueta Adhesiva	\$ 69.600	\$ 69.600	\$ 69.600	\$ 69.600	\$ 69.600	\$ 69.600	\$ 69.600	\$ 69.600	\$ 69.600	\$ 69.600	\$ 69.600
<b>Costo Total</b>	<b>\$ 17.803.058</b>	<b>\$ 17.681.858</b>	<b>\$ 17.803.058</b>	<b>\$ 17.681.858</b>	<b>\$ 18.045.458</b>	<b>\$ 17.500.058</b>	<b>\$ 17.560.658</b>	<b>\$ 17.803.058</b>	<b>\$ 18.166.658</b>	<b>\$ 18.045.458</b>	<b>\$ 17.924.258</b>

Fuente: Autores de Proyecto

Dentro de los costos totales de operación se han incluido algunos rótulos que no se han mencionado anteriormente y que es necesario explicar para saber a que se está haciendo referencia, como lo son:

- Papelería: Hace referencia a todos los costos en que incurre la empresa para dotar a sus empleados de artículos de oficina (papel, lapiceros, cinta, etc.)
- Servicios Públicos: Dentro de este rubro se está teniendo en cuenta Energía, Telefonía, Agua e Internet.
- Costo S.I.A.: Es el costo que cobra una Sociedad de Intermediación Aduanera por realizar los trámites de exportación de la mercancía.
- Costo de Manejo de Mercancía: Es el costo del seguro de la carga y para el caso de ENVIA que fue la empresa transportadora donde se realizó la cotización es del 1% sobre el valor declarado de la carga.
- Costo trámites de guía aérea: Es un valor fijo que cobra la empresa de transporte aéreo

## 5.6 INVERSIONES DEL PROYECTO

Es necesario para el desarrollo del proyecto considerar las inversiones iniciales que se necesitan para la puesta en marcha de la empresa. Dentro de las inversiones iniciales encontramos las inversiones fijas, las cuales hacen referencia a aquellos activos fijos de la empresa, los cuales según el PUC se deprecian a 5 años, y el método utilizado será el de línea recta. Otro tipo de inversiones son los diferidos, que no son más que unos gastos ya pagados pero aún no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aun no se han sido usados. Por esta razón a este tipo de activos también se le dará una vida útil de 5 años, para darles la respectiva proporción a medida que se van utilizando. Por último está el Capital de Trabajo que hace referencia al valor necesario para que la compa a funcione en sus inicios. Para el caso de esta empresa este rubro se definió en el valor del costo mensual de operación para los tres primeros meses, ya que de acuerdo con la investigación de mercados los clientes manejan pagos de facturas a 30 y 60 días.

Tabla 29. Flujo de Inversiones C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.

Fuente: Autores del Proyecto

### 5.6.1 Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)

El WACC es la ponderación de las fuentes de financiación y patrimonio de la empresa; y su el peso que cada una de estas tiene. Se utiliza para determinar la mínima rentabilidad que una nueva inversión debe dar para cubrir las expectativas que los agentes de financiación esperan.

Para el cálculo del WACC se tomo un supuesto del 50% de capital social y 50% de un crédito solicitado a Bancoldex.

Tabla 30. WACC C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.

<b>COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL WACC</b>		
Porcentaje obligacion financiera	50,00%	%D
Porcentade de capital	50,00%	%C
Costo de la deuda*	19,01%	Kd
Costo Capital	20,00%	Kc
Patrimonio		\$ 32.064.187,42
Obligaciones Financieras		\$ 32.064.187,42
<b>WACC</b>		<b>19,51%</b>

\*DTF + 8,00% (DTF=9,96 Nov 28 - 2008). Tasa Max. Crédito Pyme Bancoldex

Fuente: Autores del Proyecto

**FLUJO NETO DE OPERACIONES**

**1- Bases de cálculo para la empresa**

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas		\$ 203.093.122	\$ 275.791.269	\$ 296.530.773	\$ 318.829.887	\$ 342.805.894
Costo de ventas		-\$ 19.020.000	-\$ 19.971.000	-\$ 20.969.550	-\$ 22.018.028	-\$ 23.118.929
Gastos depreciación		-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456
Gastos operacionales		-\$ 194.919.699	-\$ 204.665.684	-\$ 214.898.969	-\$ 225.643.917	-\$ 236.926.113
Inversión equipo	\$ 10.719.200					
Inversión en Capital de trabajo	\$ 53.409.175					
Venta activos fijos al final proyecto		Vr. en libros				

**2- Bases de cálculo para el entorno**

Tasa de impuestos	38,50%
Días del año	360
TREMA para evaluar el proyecto	20,00%

**3- Flujo de Fondos del Proyecto**

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ventas</b>		\$ 203.093.122	\$ 275.791.269	\$ 296.530.773	\$ 318.829.887	\$ 342.805.894
- Costo de ventas		-\$ 19.020.000	-\$ 19.971.000	-\$ 20.969.550	-\$ 22.018.028	-\$ 23.118.929
- Depreciación		-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456
- Gastos de operación		-\$ 194.919.699	-\$ 204.665.684	-\$ 214.898.969	-\$ 225.643.917	-\$ 236.926.113
Utilidad bruta		-\$ 12.776.034	\$ 49.225.129	\$ 58.732.798	\$ 69.238.486	\$ 80.831.397
- Provisión impuestos (38,5%)		\$ 4.918.773	-\$ 18.951.675	-\$ 22.612.127	-\$ 26.656.817	-\$ 31.120.088
<b>Utilidad neta</b>		-\$ 7.857.261	\$ 30.273.454	\$ 36.120.671	\$ 42.581.669	\$ 49.711.309
+ Depreciación		\$ 1.929.456	\$ 1.929.456	\$ 1.929.456	\$ 1.929.456	\$ 1.929.456
- Inversión en equipo	-\$ 10.719.200					
- Inversión en capital de trabajo	-\$ 53.409.175	-\$ 12.116.358	-\$ 3.456.584	-\$ 3.716.519	-\$ 3.996.001	
+ Recuperación capital de trabajo						\$ 23.285.462
+ Venta de activos fijos por su valor en libros						\$ 1.071.920
<b>FLUJO NETO DE FONDOS DEL PROYECTO</b>	-\$ 64.128.375	-\$ 18.044.163	\$ 28.746.326	\$ 34.333.608	\$ 40.515.124	\$ 75.998.147

**4- Indicadores de evaluación**

VPN al 20%	-\$ 19.794.920,89
TIR	24,49%

Al analizar el Flujo Neto del proyecto podemos observar un incremento significativo año tras año en el valor de los ingresos por ventas. Esta variación se origina debido a que los precios de ventas además de aumentar anualmente el porcentaje de la inflación Canadiense, están directamente relacionados con las proyecciones de la TRM promedio de cada año (ver tabla 24) generando un aumento adicional por la devaluación esperada.

## 5.7 INDICADORES FINANCIEROS

A continuación se listan algunos indicadores financieros que son utilizados para evaluar la viabilidad del proyecto:

### 5.7.1 Relación Costo - Beneficio

Este indicador permite determinar la relación entre cada unidad monetaria (COP) invertida en el proyecto y su reciprocidad directa; es decir la rentabilidad que este genera. En pocas palabras cuanto se gana por cada peso invertido

Tabla 31. Relación Costo/Beneficio. C.I.Frutas Exóticas del Huila Ltda.

Relacion Beneficio/Costo	
B/C	4,00

Fuente: Autores del Proyecto

### 5.7.2 Valor presente neto (VPN):

El valor presente neto permite determinar el valor a hoy de los flujos de caja obtenidos en la evaluación del proyecto. Es muy importante, pues en caso de que este indicador sea negativo indicará una pérdida de valor para la compañía.

Para este proyecto el resultado obtenido fue de \$19.794.920,89

### 5.7.3 Tasa Interna de Retorno (TIR):

Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo.

Si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento (tasa mínima de rendimiento requerida, para este proyecto 20%), el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido.

Para este proyecto el resultado fue TIR=24.49%. Al compararla con la rentabilidad mínima esperada por los inversionistas que es del 20%, podemos decir que el proyecto es una excelente alternativa pues está por encima de esta.

## 5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA CON FINANCIACIÓN

Para la evaluación financiera de un proyecto es importante tener en cuenta que los fondos necesarios para el desarrollo del mismo se pueden obtener por otros medio como el de la obtención de créditos y no solo con el aporte de los socios. Sin embargo cuando esta posibilidad es contemplada es necesario que se haga un estudio y análisis de los costos adicionales frente a los beneficios que esto puede traer para la compañía.

Es importante saber que existen diferentes alternativas de financiación y que cada una de ellas ofrece características diferentes dependiendo de las condiciones que cada proyecto maneje. Así mismo existen beneficios otorgados por el estado colombiano que han sido estipulados con el fin de estimular la consecución de recursos por este medio.

Para la evaluación de este proyecto se contempló la posibilidad de obtener la financiación del 50% del valor de las inversiones bajo la modalidad de crédito para capital de trabajo ofrecido por BANCOLDEX. Las condiciones de plazo y tasas se encuentran en el anexo “Tarifas BANCOLDEX”

### 5.8.1 Amortización del Crédito

Teniendo en cuenta las variables de la financiación como la tasa a la que será entregados los recursos, el plazo o duración del crédito y el monto se puede estimar el valor de los pagos anuales.

Tabla 32. Amortización Crédito C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.  
Plan de Amortización Crédito

Tasa de interés	19,01%		
Total Inversiones	\$ 64.128.374,84	Valor de la Cuota Anual	\$ 10.488.938,97
Capital Social	\$ 32.064.187,42		
Valor Crédito	\$ 32.064.187,42		

Año	Saldo Inicial	Capital	Intereses	Cuota Fija	Nuevo Saldo
					\$ 32.064.187,42
1	\$ 32.064.187,42	\$ 4.393.536,94	\$ 6.095.402,03	\$ 10.488.938,97	\$ 27.670.650,48
2	\$ 27.670.650,48	\$ 5.228.748,32	\$ 5.260.190,66	\$ 10.488.938,97	\$ 22.441.902,16
3	\$ 22.441.902,16	\$ 6.222.733,37	\$ 4.266.205,60	\$ 10.488.938,97	\$ 16.219.168,79
4	\$ 16.219.168,79	\$ 7.405.674,99	\$ 3.083.263,99	\$ 10.488.938,97	\$ 8.813.493,80
5	\$ 8.813.493,80	\$ 8.813.493,80	\$ 1.675.445,17	\$ 10.488.938,97	\$ -

Fuente: Autores del Proyecto

## 5.8.2 Flujo de operaciones con financiación

Tabla 33. Flujo de Caja con Financiación C.I. Frutas Exóticas del Huila Ltda.  
FLUJO NETO DE OPERACIONES

### 1- Bases de cálculo para la empresa

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$ 203.093.122	\$ 275.791.269	\$ 296.530.773	\$ 318.829.887	\$ 342.805.894
Costo de ventas		-\$ 19.020.000	-\$ 19.971.000	-\$ 20.969.550	-\$ 22.018.028	-\$ 23.118.929
Costos Financieros		-\$ 6.095.402	-\$ 5.260.191	-\$ 4.266.206	-\$ 3.083.264	-\$ 1.675.445
Gastos depreciación		-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456
Gastos operacionales		-\$ 194.919.699	-\$ 204.665.684	-\$ 214.898.969	-\$ 225.643.917	-\$ 236.926.113
Inversión equipo	\$ 10.719.200					
Inversión en Capital de trabajo	\$ 53.409.175					
Venta activos fijos al final proyecto	Vr. en libros					

### 2- Bases de cálculo para el entorno

Tasa de impuestos	38,50%
Días del año	360
TREMA para evaluar el proyecto	20,00%

### 3- Flujo de Fondos del Proyecto

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>		\$ 203.093.122	\$ 275.791.269	\$ 296.530.773	\$ 318.829.887	\$ 342.805.894
- Costo de ventas		-\$ 19.020.000	-\$ 19.971.000	-\$ 20.969.550	-\$ 22.018.028	-\$ 23.118.929
- Costos Financieros		-\$ 6.095.402	-\$ 5.260.191	-\$ 4.266.206	-\$ 3.083.264	-\$ 1.675.445
- Depreciación		-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456	-\$ 1.929.456
- Gastos de operación		-\$ 194.919.699	-\$ 204.665.684	-\$ 214.898.969	-\$ 225.643.917	-\$ 236.926.113
Utilidad bruta		-\$ 18.871.436	\$ 43.964.938	\$ 54.466.593	\$ 66.155.222	\$ 79.155.951
- Provisión impuestos (38,5%)		\$ 7.265.503	-\$ 16.926.501	-\$ 20.969.638	-\$ 25.469.761	-\$ 30.475.041
<b>Utilidad neta</b>		-\$ 11.605.933	\$ 27.038.437	\$ 33.496.954	\$ 40.685.462	\$ 48.680.910
+ Depreciación		\$ 1.929.456	\$ 1.929.456	\$ 1.929.456	\$ 1.929.456	\$ 1.929.456
- Inversión en equipo	-\$ 10.719.200					
- Inversión en capital de trabajo	-\$ 53.409.175	-\$ 12.116.358	-\$ 3.456.584	-\$ 3.716.519	-\$ 3.996.001	
+ Recuperación capital de trabajo						\$ 23.285.462
+ Venta de activos fijos por su valor en libros						\$ 1.071.920
<b>FLUJO NETO DE FONDOS DEL PROYECTO</b>	-\$ 64.128.375	-\$ 21.792.835	\$ 25.511.309	\$ 31.709.891	\$ 38.618.916	\$ 74.967.748

### 4- Indicadores de evaluación

VPN al 20%	-\$ 27.598.160,46
TIR	21,04%

Fuente: Autores del Proyecto

Aquí se contemplan los costos financieros (intereses) dentro del flujo de operaciones de la empresa y se ve como estos afectan directamente la utilidad. Sin embargo esto también ayuda a que el valor pagado por impuestos también sea menor.

## CONCLUSIONES

- El Departamento del Huila, por medio de la Secretaria de Agricultura del Huila que actualmente se encuentra en cabeza del Sr. Manuel Macias, esta promoviendo proyectos que promuevan el desarrollo agroindustrial del departamento, presentando una oportunidad de negocio que beneficie tanto a agricultores como a comercializadores.
- La exportación de maracuyá y cholupa se convierte en una solución al problema de que se presenta en Colombia por su alta producción y a su baja comercialización y consumo a nivel nacional.
- Con la entrada de vigencia del Tratado de Libre Comercio entre Canadá y La Republica de Colombia, Canadá se convierte en una plaza idónea para la comercialización de frutas exóticas por su privilegio de cero arancel.
- Debido a la creciente tendencia de inmigración de personas de origen latino y del pacifico, se espera que el consumo de frutas exóticas crezca en los próximos años beneficiando a los exportadores colombianos.
- La Cholupa es una fruta producida comercialmente exclusivamente en el departamento del Huila, la cual es desconocida tanto a nivel nacional como a nivel internacional, sin embargo consideramos que puede llegar a ser un producto muy apetecido en Canadá por sus propiedades organolépticas, por esta razón se pretende que una vez se tengan relaciones estables con los importadores, se envíen muestras gratis del producto con el fin de darlo a conocer y buscar una nueva oportunidad de negocio.
- Teniendo en cuenta las preferencia de los clientes potenciales se determino que el ICOTERM que se va a utilizar es el FCA – Free Carrie y que el tipo de trasporte más idóneo para la comercialización de fruta fresca es el aéreo.
- Teniendo en cuenta los indicadores financieros, el proyecto presenta una relación costo-beneficio de 4,00 y una TIR de 24.49%, siendo un proyecto atractivo para inversionistas.

## BIBLIOGRAFIA

### Libros y Publicaciones

- Proexport Colombia. Estudio de Mercado Canadá – Frutas Exóticas. Convenio ATN/MT-7253-CO
- Proexport Colombia. Guía para exportar a Canadá
- Nelson p.& tressler d., 1980 Fruit And Vegetables Juice Processing Technology. Third Edition Avi Pub. Co. Westport, Connecticut.
- Vargas m. 1983 “Diferentes métodos de conservación de pulpas de frutas tropicales”
- Romero Castaneda, Rafael. 1991 “Frutas silvestres de Colombia”. Bogota. Instituto Colombiano de Cultura Hispánica.
- Holdsworth, S.D. 1988 Conservación de frutas y hortalizas. Zaragoza (España). Acribia.
- Laudon – Laudon, 2004. “Sistemas de Información Gerencial”. Prentice Hall
- Hair – Bush – Ortinau, “Investigación de Mercados” 2003. Mc Graw Hill
- Besterfield, “Control de Calidad”, 1995. Prentice Hall Hispanoamericana.
- Acuerdo de Frutas Huila 2006, Secretaria de Agricultura del departamento del Huila.

### Entrevistas Personales

- Rodolfo Móseres Dieppa. Director de ProExport Colombia en Canadá.  
Tel: 1-614-363-9225, Toronto, Ontario, Canada
- Felipe Gallon. Presidente de Caribbean Juice Caracol Inc.  
Tel: 1-514-731-1233, Montreal, Québec, Canada

### Paginas de Internet

- [http:// www.proexport.com.co](http://www.proexport.com.co)
- <http://www.funtha.gov.ve>
- <http://www.cic.gc.ca/>
- <http://www.sena.edu.co>

- <http://www.minagricultura.gov.co>
- [http:// www.strategis.ic.gc.ca](http://www.strategis.ic.gc.ca)
- [http:// www.ccra-adrc.gc.ca](http://www.ccra-adrc.gc.ca)
- <http://www.ica.gov.co/Tramites/>
- <http://www.bancoldex.com/>
- <http://www.dane.gov.co/>

# ANEXOS

## **Anexo 1. Listado de Importadores-Mayoristas**

Empresa: Agrimax Ltd.  
Contacto: Al Henderson  
Teléfono: 403-935-8800  
Fax: 403-935-4123  
E-mail: alh@sulferworks.com  
Dirección: P.O. Box 9 T0M1B0  
Descripción: Importador  
Provincia: IRRICANA, Alberta

---

Empresa: Agri-mundo Inc  
Contacto: Contacto: Joseph Borsellino  
Teléfono: 514-323-9240  
Fax: 514 323-0611  
E-mail: pauldentremont@agri-modo.com  
Página Web: <http://www.agri-mundo.com/>  
Dirección: 9240 boul Pie IX H1Z 4H7  
Descripción: Importador  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: ALIMENTATION IMPACT INC.  
Contacto: Charles S. Tanguay  
Teléfono: 514-737-2977  
Fax: 514-737-9967  
E-mail: impact\_inc@qc.aira.com  
Página Web: [www.alimentationimpact.qc.ca](http://www.alimentationimpact.qc.ca)  
Dirección: 145 montée de Liesse, Of 200, H4T 1T9  
Descripción: Distribuidor del servicio de alimentación  
Provincia: Saint Laurent, Quebec

---

Empresa: Aliments Imex foods Inc  
Contacto: Roger Reimers  
Teléfono: 514-389-4639  
Fax: 514-382-2888  
E-mail: <http://www.fatcatsfruits.com/profil/producteur.html>  
Dirección: 1605 rue De Beauharnois Ouest #100 H4N 1J6  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Allied Food Services  
Teléfono: 604 251 2291

Dirección: 1020 Malkin Ave, V6A 3S9  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: Alpha One Produce Ltd  
Contacto: Manny Rodriguez  
Teléfono: 604-322-9100  
Dirección: 8392 Prince Edward Street,  
Vancouver, BC  
V5X 3R9  
Descripción: Mayoristas  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: Ayra Marine Supply  
Teléfono: 604 294 4444  
Dirección: 3440 Bridgeway St, V5K 1B6  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: Barney' Foodservice  
Teléfono: 250 762 6465  
Dirección: 1929 Bredin Road, V1Y 7S9  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Kelowna, BC

---

Empresa: Beauvais Ltee  
Contacto: Pierre Dumochel  
Teléfono: 514-871-0226  
Fax: 450-672-7126  
Dirección: 27 St. Louis, Ville Lemoyne J4R 2L3  
Descripción: importador  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: C.H. Robinson Co.  
Contacto: Michael Fontaine  
Teléfono: 905-760-7416  
E-mail: 368-internet@chrobinson.com  
Página Web: www.chrobinson.com  
Descripción: Importador  
Provincia: Toronto, Ontario

---

Empresa: Canadawide Fruits Wholesalers Inc  
Contacto: Greg Collias  
Teléfono: 514-382-3232  
Fax: 514-382-6830

E-mail: greg@canadawidefruits.com  
Página Web: www.canadawidefruits.com  
Dirección: 615 Rue du Marché Central, Suite 300 Mtl. QC H4N-1J8  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Can-Am Produce & Trading  
Teléfono: 604 253 8834  
Fax: 604 253 8894  
Dirección: 886 Malkin Avenue, V6A 2K7  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: CHENAIL FRUITS & LEGUMES  
Contacto: M. Jean Francois Chenail  
Teléfono: 514-858-7540  
Fax: 514-858-7443  
E-mail: jfc@chenail.ca  
Página Web: www.chenail.ca  
Dirección: 430 Bellarmin Montreal QC H2P 1G5  
Descripción: Importador  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Chiovitti Banana Co. Ltd.  
Contacto: Louie Bungaro  
Teléfono: 416-251-3774  
Fax: 416-251-1245  
E-mail: www.chiovitti.com  
Página Web: info@chiovitti.com  
Dirección: 26 Magnificent Rd.Etobicoke, M8Z 4T3  
Descripción: Mayoristas  
Provincia: Toronto, ON

---

Empresa: Connexions commerciales Intl Ct Inc  
Contacto: Gilles Goulet  
Teléfono: 514-768-1443  
Fax: 514-768-1448  
E-mail: connexions@qc.airo.com  
Dirección: 4 Place du Commerce #400 Ile des Soeurs H3E 1J4  
Descripción: importador  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Coosemans Montreal Inc  
Contacto: Connie Galucci  
Teléfono: 514-388-7676

Fax: 514-388-2133  
E-mail: [diam@total.net](mailto:diam@total.net)  
Página Web: [www.coosemans.com](http://www.coosemans.com)  
Dirección: 615 marche central, suite 360 H4N 1J8  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: COURCHESNE, LAROSE LTEE  
Contacto: Guy Milette  
Teléfono: 514-525-6381  
Fax: 514-525-1084  
E-mail: [guy.milette@courchesnelarose.com](mailto:guy.milette@courchesnelarose.com)  
Página Web: [www.courchesnelarose.com](http://www.courchesnelarose.com)  
Dirección: 1455 rue Bercy  
H2K 2V1  
Descripción: Importador  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Dai Lee Produce & Trading Ltd.  
Teléfono: 604 216 0083  
Dirección: 456 Prior Street, V6A 2E5  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: Delfrutti enr  
Contacto: Antoine Chahrouri [antoine@delfrutti.com](mailto:antoine@delfrutti.com)  
Teléfono: 514-633-6333  
Fax: 514-633-6444  
Página Web: [www.delfrutti.com](http://www.delfrutti.com)  
Dirección: 419 boul Lebeau Ville St laurent H4N 1S2  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: DELIBON MULTI-SALADES INC  
Contacto: Tony Fournel  
Teléfono: 418-847-3200  
Fax: 418-847-3239  
Dirección: 132 Giroux, G2B 2Y2  
Descripción: Manufacturero de ensaladas de frutas  
Provincia: Loretteville, Quebec

---

Empresa: Dominion Citrus  
Contacto: Michael F. Blair  
Teléfono: 416-259-6328  
Fax: 416-259-1731

Página Web: [www.dominioncitrus.com](http://www.dominioncitrus.com)  
Dirección: 165 The Queensway Suite 308 M8Y 1H8  
Descripción: Importador  
Provincia: Toronto, ON

---

Empresa: Dong Thanh Market  
Contacto: Eric  
Teléfono: 416-977-1268  
Dirección: 484 Dundas West  
Descripción: Importador  
Provincia: Toronto, ON

---

Empresa: Easley Produce Inc.  
Contacto: Lawrence Kwok  
Teléfono: 514-939-1987  
Fax: 514- 939-5728  
Dirección: 240 rue Rioux St. Montreal, Quebec H3C 2A5  
Descripción: Importador  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Easley Produce Inc.  
Teléfono: 416-391-2780  
Dirección: 129 Rainside Road, North York, M3A 1B7  
Descripción: Importador  
Provincia: Toronto, ON

---

Empresa: F.P.D. East Inc  
Contacto: Peter Martino  
Teléfono: 514-420-0330  
Fax: 514-420-0606  
E-mail: [pmartino@fpdeast.com](mailto:pmartino@fpdeast.com)  
Dirección: 475 dumont suite 101 dorval H9S 5W2  
Descripción: importador - distribuidor  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Four Seasons Food Ltd  
Teléfono: 604-321-5515  
Dirección: 125 E Kent Ave,  
Vancouver, BC  
V5K 1A1  
Descripción: Mayoristas  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: FRUITRADE INTERNATIONAL INC  
Contacto: Ingrid Hamburger

Teléfono: 416-504 3113 ext.225, 416-504-3113  
E-mail: [www.fruittrade.net](http://www.fruittrade.net)  
Página Web: [info@fruittrade.net](mailto:info@fruittrade.net)  
Dirección: 626 King Street West, Suite 301  
M8W 3N1  
Descripción: Importador  
Provincia: Toronto, ON

---

Empresa: Fruits & Legumes G. Bono Inc.  
Contacto: Joe Lavorato, Gaetan Bono  
Teléfono: 514-381-8679  
Fax: 514-381-9621  
E-mail: [joe.lavorato@gaetanbono.com](mailto:joe.lavorato@gaetanbono.com) [gaetanbono@gaetanbono.com](mailto:gaetanbono@gaetanbono.com)  
Dirección: 995 rue du Marche Central Montreal QC H4N 1K2  
Descripción: Mayorista.  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Gambles Produce Limited  
Contacto: Richard Rose  
Teléfono: 416-252-9562  
Fax: 416-259-7584  
E-mail: [richard.rose@gamblesontarioproduce.com](mailto:richard.rose@gamblesontarioproduce.com)  
Dirección: 165 The Queensway, Suite 240, M8Y 1H8  
Descripción: Importador  
Provincia: toronto, Ontario

---

Empresa: Global MJL ltee  
Contacto: Lina Mayrand  
Teléfono: 514858-5566  
Fax: 514-858-5828  
E-mail: [linamayrand@globalmjl.com](mailto:linamayrand@globalmjl.com)  
Dirección: 320 rue Bellarmin H2P 1G5  
Descripción: wholesaler  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Golden Boy Foods Inc.  
Teléfono: 604-433-2200  
Fax: 604-433-0051  
E-mail: [GoldenBoy\\_Foods@bc.sympatico.ca](mailto:GoldenBoy_Foods@bc.sympatico.ca)  
Página Web: [www.goldenboyfoods.com](http://www.goldenboyfoods.com)  
Dirección: 8820 Northbrook Ctr. V5J 5J1  
Descripción: Importador  
Provincia: Burnaby, BC

---

Empresa: HECTOR LARIVÉE  
Contacto: Andre Gagnon, Michel Larivee  
Teléfono: 514-521-0741 ext: 302 tel: 514-521-8331  
Fax: 514-521-7455, 514-521-3956  
E-mail: agagnon@hectorlarivee.com  
Página Web: www.hectorlarivee.com  
Dirección: 1755 Bercy  
Montréal (Québec)  
H2K 2T9  
Descripción: Importador  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Imex agro Inc  
Contacto: M. Real Gagnon  
Teléfono: 514-331-5125  
Fax: 514-331-5276  
E-mail: realgagnon@globetrotter.qc.ca  
Dirección: 3153 place de chazel H3M 1E1  
Descripción: importador  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Island Independent Buying Grp.  
Teléfono: 250 246 1828  
Dirección: 3110 Hope Place Road, V0R 1K0  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Chemainus, BC

---

Empresa: Islands West Mfg Ltd  
Teléfono: 250 727 0744  
Dirección: 4247 Dieppe Rd, V8X 2N2  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Victoria, BC

---

Empresa: J. B. Laverdure Inc  
Contacto: Carlo Cortina  
Teléfono: 514-382-7520  
Fax: 514-382-9006  
E-mail: carlo@jblaverdure.com  
Página Web: www.jblaverdure.com  
Dirección: 400 Boulevard Cremazie Ouest H2P 1C7  
Descripción: Mayorista.  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Jim K. Koo Produce Ltd.  
Teléfono: 604 253 6622

Dirección: 777 Clark Drive, V5L 3J3  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: Jirstrek Fruits Ltee  
Contacto: Wensan Jiranek  
Teléfono: 514-389-8500  
Fax: 514-389-12221  
Dirección: 615 du marche central H4N 3J5  
Descripción: importador - distribuidor  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: K.B fruits et legumes  
Contacto: Bill Kalantzis  
Teléfono: 514-745-4775  
Fax: 514-745-8090  
Dirección: 441 deslauriers H4N 1W2  
Descripción: wholesaler  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Kenwest Enterprises Ltd  
Contacto: Jessie  
Teléfono: 604-688-4211  
E-mail: jessie@kenwest.bc.ca  
Dirección: 750 Pender Street West,  
Vancouver, BC  
V6C 2T7  
Descripción: Mayoristas  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: Lee Chum Produce Ltd.  
Contacto: Norman Lee  
Teléfono: 416-251-6887  
Fax: 416-251-6135  
Dirección: 875 Islington Avenue,  
Etobicoke  
M8Z 4N9  
Descripción: Importador  
Provincia: Toronto, ON

---

Empresa: LES FRUITS EXOTIQUES JO-KA INC  
Contacto: Pierre Allar  
Teléfono: 514- 381-6660 fax: 381-4777  
E-mail: joka@bellnet.ca, exotica99@sympatico.ca  
Página Web: www.joka.ca

Dirección: 1517, rue Antonio-Barbeau,  
Montréal, QC  
H4N 2R5  
Descripción: Importador  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Luc Charbonneau Fruits et legumes Inc  
Contacto: Luc Charbonneau  
Teléfono: 514337-3955  
Fax: 514-337-5866  
Dirección: 331 deslauriers H4N 1W2  
Descripción: wholesaler  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Maison sami t.a. fruits inc.  
Contacto: Sami Alashar  
Teléfono: 514-858-6363  
Fax: 514-858-6364  
E-mail: samifruit@qc.aibn.com  
Página Web: www.samifruits.com  
Dirección: 1505 legendre ouest H4N 1H6  
Descripción: wholesaler  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: MARCHANDS EN ALIMENTATION AGORA INC  
Teléfono: 514-324-1010  
Fax: 514-324-575, 514-324-7089  
Dirección: Sobeys Québec Inc.  
11 281, boul. Albert-Hudon  
Montréal-Nord, Québec  
H1G 3J5  
Descripción: importador  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Mar-gi fruit Inc  
Contacto: Marcel Lapointe  
Teléfono: 418-651-0980  
Fax: 418-651-7437  
E-mail: margifruit@qc.aira.com  
Dirección: 2435 rue Watt, local 5, GP1 3X2  
Descripción: Importador  
Provincia: Ste. Foy, QC

---

Empresa: Mayrand Ltee.  
Contacto: Tony Baratta , Renald Petit

Teléfono: Tel: 514-255-9330 Fax: 514-255-1647, 255-1894  
E-mail: [fruits@mayrand.qc.ca](mailto:fruits@mayrand.qc.ca)  
Página Web: [www.mayrand.qc.ca](http://www.mayrand.qc.ca)  
Dirección: 5650 Metropolitaine est H1N 1K9  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Mel-O-Ripe Banana Brands  
Contacto: Anthony Pitoscia  
Teléfono: 416-251-6356  
Fax: 416-251-2537  
Dirección: 165 The Queensway,  
Etobicoke,  
M8Y 1H8  
Descripción: Importador  
Provincia: Toronto, ON

---

Empresa: Michel desjardins  
Contacto: Edi Carry  
Teléfono: 514-384-3540  
Fax: 514-384-3048  
Página Web: [www.mdesjardins.com](http://www.mdesjardins.com)  
Dirección: 975 marche central H4N 1K2  
Descripción: Importador  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Morris Brown & Sons Company Limited  
Contacto: Angelo Nicastrò  
Teléfono: (416) 259-7343  
Fax: (416) 259-1213  
E-mail: [angelo@morris-brown.com](mailto:angelo@morris-brown.com)  
Página Web: [www.morris-brown.com](http://www.morris-brown.com)  
Dirección: 34 Vansco Road, M8Z 5J4  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Toronto, Ontario

---

Empresa: Nelson Roy Associates Ltd  
Teléfono: 250-428-5885  
Dirección: 218 24 Ave RR 5,  
Creston, BC  
V0B 1G0  
Descripción: Mayoristas  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: North - West Produce Ltd.

Teléfono: 604 683 8822  
Dirección: 730 Terminal Avenue, V6A 2M5  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: NUTRI SERVICES INTERNATIONAL INC.  
Contacto: Roland Cyr  
Teléfono: 514-328-0754, 877-561-6767  
Fax: 514-328-4566  
E-mail: nutriservices@bellnet.ca  
Dirección: 4555, des Grandes Prairies, Of 95, H1R 1A5  
Descripción: Broker para el servicio de alimentación  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Overwaitea Food Group  
Teléfono: 604 888 2079  
Dirección: P.O. Box 7200, V6B 4E4  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: PACIFIC PRODUCE CO LTD  
Contacto: Alex Lee  
Teléfono: 604 253 1551  
Dirección: 1020 Malkin Avenue V6A 3S9  
Descripción: Mayoristas  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: Premier Fruits and Vegetables BBL, Inc.  
Contacto: Khaled Maloum  
Teléfono: 514-852-7736  
Fax: 514-852-5442  
E-mail: kmaloum@premiercanada.ca  
Dirección: 9210 Pie IX Blvd.H1Z 4H7  
Descripción: Importador  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: RAIN BOW KING FRESH EXOTIC PRODUCE LTD  
Contacto: Mr. Normal Globlacher  
Teléfono: 604-322-5507  
E-mail: rainbowking@telus.net  
Dirección: 348 53rd Avenue East,  
Vancouver, BC  
V5X 1J1  
Descripción: Mayoristas  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: sagi international inc  
Contacto: Gino Collabela  
Teléfono: 514-920-0500  
Fax: 514-920-05060  
Dirección: 513 rue lebeau ville st laurent H4N 1S2  
Descripción: wholesaler  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: SAMSON PRODUCE MONTREAL  
Contacto: Ricky Chu  
Teléfono: 514-388-3805  
Fax: 514-388-8163  
Dirección: 1500 antonio barbeau H4N 1H5  
Descripción: wholesaler  
Provincia: Montreal, Quebec  
Empresa: Shoppers Wholesale Food Co.  
Teléfono: 250 562 6655  
Dirección: 1959 Nicholson Street, V2N 2Z9  
Descripción: Mayoristas  
Provincia: Prince George, BC

---

Empresa: Sol Produce Imports Ltd  
Contacto: Adam Ng  
Teléfono: 604-683-1916  
Fax: 604- 683 1917  
Dirección: 1234 Glen Drive, Vancouver, BC V6A 3M9  
Descripción: Mayoristas  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: T.T.S. MARKETING VENTES LTÉE  
Contacto: Robert Gray  
Teléfono: 514-457-2080  
Fax: 514-457-3422  
E-mail: ndubord@ttsmarketing.ca  
Dirección: 19140 Cruickshank Avenue, H9X 3P1  
Descripción: Broker para el servicio de alimentación  
Provincia: Montreal, Quebec

---

Empresa: Terminal Fruit & Produce Ltd  
Teléfono: 604 251 3383  
Dirección: 788 Malkin Avenue, V6A 2K2  
Descripción: Mayoristas  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: Van Whole Produce Ltd.  
Contacto: Leonard Jang  
Teléfono: 604-251-3330  
Fax: 604-251-3691  
E-mail: leonard@vanwhole-produce.com  
Dirección: 830 Malkin Ave., V6A 2K2  
Descripción: Mayorista  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: Western Grocers  
Teléfono: 604 322 3688  
Dirección: 350 S.E. Marine Drive, V5X 2S8  
Descripción: Mayoristas  
Provincia: Vancouver, BC

---

Empresa: Wing Chong Farm Ltd.  
Contacto: Judy Chong  
Teléfono: 416-231-3777  
Fax: 416-234-0832  
Dirección: 370 Olivewood Rd. M8Z 2Z9  
Descripción: Importador  
Provincia: Toronto, ON

---

Empresa: Wing Soon Trading Co.  
Contacto: David Chung  
Teléfono: 416-368-3888  
Fax: 416-368-3880  
Dirección: 738 Dundas St., E. M5A 2C3  
Descripción: Importador  
Provincia: Toronto, ON

## Anexo 2. Formato Encuesta en Español

Formato Encuesta  
Importadores de Fruta  
Maracuyá (Pasiflora edulis L)

Nombre: \_\_\_\_\_  
Empresa: \_\_\_\_\_  
Cargo: \_\_\_\_\_  
Fecha: \_\_\_\_\_  
Teléfono de Contacto: \_\_\_\_\_  
Dirección de Contacto: \_\_\_\_\_

De antemano agradecemos su tiempo y colaboración al contestar esta encuesta.  
Por Favor Marque con una X su respuesta a las siguientes preguntas:

1. Usted conoce el maracuyá?  
Si \_\_\_\_ No\_\_\_\_
2. Esta interesado en importar maracuyá?  
Si \_\_\_\_ No\_\_\_\_

Si su respuesta anterior es "No". De por Terminada esta encuesta. Gracias

3. Usted ha importado maracuyá últimamente?  
Si \_\_\_\_ No\_\_\_\_
4. En que Forma prefiere usted importar maracuyá?  
Fruto\_\_\_\_ Pulpa\_\_\_\_
5. Que cantidad de maracuyá importa usted en promedio por compra?  
De 1 a 100Kg\_\_\_\_  
De 101 a 300Kg\_\_\_\_  
De 301 a 1000Kg\_\_\_\_  
De 1001 a 3000Kg\_\_\_\_  
Mas de 3001Kg\_\_\_\_
6. Con que frecuencia importa maracuyá usted?  
Semanal\_\_\_\_  
Quincenal\_\_\_\_  
Mensual\_\_\_\_

Otros \_\_\_ Cual? \_\_\_\_\_

7. Que tipo de transporte prefiere usted al importar maracuyá?

Transporte Aéreo \_\_\_

Transporte Marítimo \_\_\_

8. De que países usted ha importado maracuyá?

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

9. Que INCOTERM utiliza usted cuando importa Maracuyá?

EXW \_\_\_

FOB \_\_\_

FCA \_\_\_

CIF \_\_\_

Otro \_\_\_ Cual \_\_\_\_\_

10. Cuál es la forma de pago que usted utiliza generalmente cuando importa maracuyá?

Contra Entrega \_\_\_

A 30 Dias \_\_\_

A 60 Dias \_\_\_

11. Cuál es el Precio Promedio que usted paga por un Kilo de Maracuyá (Fruta fresca o Pulpa)?

Menos de US\$5,99 \_\_\_

Entre US\$6 y US\$8,99 \_\_\_

Entre US\$9 y US\$12,99 \_\_\_

Mas de US\$13 \_\_\_

Agradecemos su Colaboración y tiempo para contestar esta encuesta.

Gracias!!!

Anexo 3. Encuesta Traducida al Ingles.

Survey Form  
Fruit's Importer  
Passion Fruit (*Pasiflora edulis* L)

Name : \_\_\_\_\_  
Company : \_\_\_\_\_  
Title: \_\_\_\_\_  
Date : \_\_\_\_\_  
Contact Phone : \_\_\_\_\_  
Contact address : \_\_\_\_\_

Beforehand appreciate your time and cooperation to answer this survey.  
Please check with an X your answer in the following questions:

1. Do you know Passion Fruit?  
Yes \_\_\_ No\_\_\_
2. Are you interested to import Passion Fruit?  
Yes \_\_\_ No\_\_\_

If your last answer is "No". You can quit this inquiry. Thank you.

3. Have you imported Passion Fruit lately?  
Yes \_\_\_ No\_\_\_
4. In what type of presentation have you imported passion fruit??  
Fresh Fruit\_\_\_ Pulp\_\_\_
5. On average, how much passion fruit do you buy?  
De 1 a 100Kg\_\_\_  
De 101 a 300Kg\_\_\_  
De 301 a 1000Kg\_\_\_  
De 1001 a 3000Kg\_\_\_  
Mas de 3001Kg\_\_\_
6. How often do you import Passion Fruit?  
Weekly\_\_\_  
Fortnightly\_\_\_  
Monthly \_\_\_  
Others\_\_\_ Which? \_\_\_\_\_

7. What kind of Transportation do you prefer when you import Passion Fruit?

Air Transportation\_\_\_\_

Sea Transportation\_\_\_\_

8. From which countries have you imported Passion fruit?

1.\_\_\_\_\_

2.\_\_\_\_\_

3.\_\_\_\_\_

9. Which INCOTERM have you preferred when you imported Passion Fruit?

EXW\_\_\_\_

FOB\_\_\_\_

FCA\_\_\_\_

CIF\_\_\_\_

Others\_\_\_\_ Which?\_\_\_\_\_

10. What is the payment method you use often when imported passion fruit?

To Delivery\_\_\_\_

30 Days to pay\_\_\_\_

60 Days to pay\_\_\_\_

Thank for the collaboration and the time that you spent to answer this inquiry.

Thank You!!!

Anexo 4. Encuesta Traducida al Francés.

Format Enquête  
Importateurs de Fruits

Nom : \_\_\_\_\_  
Entreprise : \_\_\_\_\_  
Poste: \_\_\_\_\_  
Date : \_\_\_\_\_  
Téléphone: \_\_\_\_\_  
Adresse: \_\_\_\_\_

Avant tout, nous vous remercions de votre temps et de votre collaboration en répondant à cette enquête. S'il vous plaît Marquez avec une X votre réponse aux questions suivantes:

1. Connaissez-vous la grenadille?  
Oui \_\_\_ Non\_\_\_
2. Etes-vous intéresser par l'importation de grenadille?  
Oui \_\_\_ Non\_\_\_

Si vous avez répondu non à la question antérieure, considérez comme terminée cette enquête. Merci.

3. Avez-vous, dernièrement, importé de la grenadille?  
Oui \_\_\_ Non\_\_\_
4. Sous quelle forme préférez-vous l'importer?  
Fruit\_\_\_ Pulpe\_\_\_
5. Quelle quantité de grenadille importez-vous en moyenne par achat?  
De 1 à 100 Kg\_\_\_  
De 101 à 300 Kg\_\_\_  
De 301 à 1000 Kg\_\_\_  
De 1001 à 3000 Kg\_\_\_  
Plus de 3000 Kg\_\_\_
6. Avec quelle fréquence importez-vous de la grenadille?

Hebdomadaire\_\_\_\_  
Bimensuel\_\_\_\_  
Mensuel\_\_\_\_  
Autre\_\_\_\_ Laquelle? \_\_\_\_\_

7. Quel type de transport préférez-vous pour l'importation de grenadille?

Transport Aérien\_\_\_\_  
Transport Maritime\_\_\_\_

8. De quels pays avez-vous importé de la grenadille?

1.\_\_\_\_\_  
2.\_\_\_\_\_

9. Quel INCOTERM utilisez-vous quand vous importez de la grenadille?

EXW\_\_\_\_  
FOB\_\_\_\_  
FCA\_\_\_\_  
CIF\_\_\_\_  
Autre\_\_\_\_ Lequel\_\_\_\_\_

10. Quelle forme de paiement utilisez-vous la plupart du temps quand vous importez de la grenadille ?

Comptant\_\_\_\_  
A 30 jours \_\_\_\_  
A 60 jours\_\_\_\_

11. Quel est le prix moyen que vous payez pour un kilo de grenadille (fruit frais ou pulpe)?

Moins de US\$5,99\_\_\_\_  
Entre US\$6 et US\$8,99\_\_\_\_  
Entre US\$9 et US\$12,99\_\_\_\_  
Plus de US\$13\_\_\_\_

Nous vous remercions d'avoir pris votre temps pour répondre a cette enquête et de votre collaboration.

Merci!!!

## Anexo 5 - Ley 67 de 1979

"Por la cual se dictan las normas generales a las que deberá sujetarse el Presidente de la República, para fomentar las exportaciones a través de las Sociedades de Comercialización internacional, y se dictan otras disposiciones para el fomento del comercio exterior"

### **EL CONGRESO DE COLOMBIA**

DECRETA:

#### **Artículo Primero:**

Con el fin de fomentar las exportaciones de conformidad con los términos de la presente Ley y en desarrollo del ordinal 22 del Artículo 120 de la Constitución Nacional, el Gobierno podrá otorgar incentivos especiales a las Sociedades Nacionales o Mixtas que tengan por objeto la comercialización de productos colombianos en el exterior. Entre sus actividades dichas compañías podrán contemplar también la importación de bienes o insumos, bien sea para abastecer el mercado interno o para la fabricación de productos exportables.

#### **Artículo Segundo:**

Para disfrutar de los incentivos especiales que se establezcan conforme al Artículo anterior, además de los requisitos generales fijados por el Código de Comercio y demás normas comunes sobre la materia, las Sociedades de Comercialización Internacional deberán satisfacer las condiciones específicas que sobre su constitución, funcionamiento y régimen de inspección y vigilancia establezca el Gobierno.

Entre tales requisitos deberá contemplarse expresamente que el objetivo de tales sociedades esté constituido por la venta de productos colombianos en el exterior, sea que la sociedad los adquiera en el mercado interno o exporte bienes fabricados por productores que sean socios de la misma.

#### **Artículo Tercero:**

Las operaciones de venta de mercancías que realicen fabricantes o productores nacionales a una Sociedad de Comercialización Internacional para que esta los exporte, darán derecho a que aquellos se beneficien de los incentivos fiscales y aduaneros otorgados conforme a esta Ley, en la oportunidad y en las condiciones que determine el Gobierno.

#### **Artículo Cuarto:**

En desarrollo de la presente Ley y con sujeción las normas que reglamenten cada uno de tales incentivos, el gobierno podrá otorgar los siguientes:

- Certificado de Abono Tributario CAT tanto para las Sociedades de Comercialización Internacional como para los productores que vendan a éstas sus artículos con indicación del término de su vigencia.

- Los beneficios de que tratan los Artículos 10 y 13 de la ley 20 de 1979, en las condiciones allí previstas.
- Un régimen aduanero especial.
- Sistemas adecuados de importación - exportación
- Un régimen de exportaciones en consignación que permita la adquisición de bodegas en el exterior

**Artículo Quinto:**

La realización de las exportaciones será de exclusiva responsabilidad de la Sociedad de Comercialización Internacional y por tanto, si no se efectúan estas últimas dentro de la oportunidad y condiciones que señale el Gobierno Nacional, con base en el Artículo 3º de esta Ley, deberán las mencionadas sociedades pagar a favor del fisco nacional una suma igual al valor de los incentivos y exenciones que tanto ella como el productor se hubieran beneficiado, más el interés moratorio fiscal, sin perjuicio de las sanciones previstas en las normas ordinarias.

**Artículo Sexto:**

El Artículo 166 del Decreto Ley 444 de 1967 quedará así:

"El reintegro de las divisas provenientes de exportaciones diferentes de petróleo y sus derivados, café y cueros crudos de res, dará derecho al exportador para que el Banco de la República le entregue el Certificado de Abono Tributario en la cuantía, condiciones y oportunidad que determine anualmente el Gobierno Nacional.

El Gobierno Nacional podrá modificar anualmente la lista de los productos beneficiados de los Certificados de Abono Tributario y el porcentaje de los mismos.

Las revisiones se harán antes del 30 de agosto de cada año y no entrarán en vigencia sino a partir del 1º de enero del año siguiente.

Dichos títulos serán recibidos a la par por las oficinas recaudadoras de impuestos para el pago de los tributos sobre renta y complementarios, aduanas, ventas, una vez cumplido el término que señala el Gobierno, el cual no podrá exceder de un año.

Los certificados a que se refiere la presente Ley, serán documentos al portador libremente negociables y estarán exentos de toda clase de impuestos.

El Gobierno podrá establecer una lista de bienes de capital cuya elaboración o manufactura dure más de un año, con el fin de que la exportación de las mismas se pueda beneficiar de los incentivos fiscales vigentes en el momento en que se registren entre el Banco de la República los contratos correspondientes. Para tal efecto determinará el plazo máximo de reintegro a partir de la fecha de registro"

**Paragrafo Transitorio:** El Gobierno Nacional para el año 1980, podrá establecer los mismos porcentajes del CAT que rigieran para 1979, en el caso de los

sistemas especiales de importación - exportación. Igualmente podrá señalara el porcentaje que se aplicará a las Comercializadoras y al productor.

**Artículo Séptimo:**

Derógase el Artículo 171 del Decreto Ley 444 de 1967 y el 9º del Decreto Ley 2366 de 1974.

**Artículo Octavo:**

El Artículo 187 del Decreto Ley 444 de 1967 quedará así:

"El fondo podrá tomar acciones o participaciones en empresas o entidades que directa o indirectamente contribuyan al fomento de las exportaciones Nacionales, previa aprobación del Gobierno mediante Decreto.

Con el objeto de fomentar la exportación de Servicios el Fondo de Promoción de Exportaciones, podrá adquirir o constituir con sus propios recursos los inmuebles que fueren necesarios para tal finalidad.

Podrá también otorgar créditos a aquellas empresas oficiales que contribuyan al fomento de las exportaciones.

Para desarrollo de sistemas de transporte que estimulen el comercio exterior el Fondo de Promoción de Exportaciones podrá otorgar créditos y, con la aprobación del Gobierno Nacional, subvenciones o facilidades especiales".

**Artículo Noveno:**

Esta Ley rige a partir de la fecha de su sanción.

Dada en Bogotá D. E. a 28 de diciembre de mil novecientos setenta y nueve (1979).

## Anexo 6. Cotización cajas de Cartón Corrugado para frutas



SEÑOR(ES):  
FRUTAS EXOTICAS DEL HUILA LTDA.  
CII 9 No. 13-52  
NEIVA, HUILA

FECHA: DICIEMBRE 4 DE 2008  
VENDEDOR: FELIPE ARBELAEZ  
FOB:

ATN: SR. JUAN DIEGO DURAN

PAG: 1

NOS ES GRATO COTIZARLES EL SIGUIENTE EMPAQUE EN CARTÓN  
CORRUGADO PARA MARACUYA:

IDENTIF.	DESCRIPCIÓN	PRECIO/UN
"FRUVER PACK 10"	CA. TROQ. 60.0 CM. x 40.0 CM.x 10.0 CM. PARA 8 KL. APROX., MATERIAL C930 KW CON RECUB. ANTIHUMEDAD.	\$1.120
"FRUVER PACK 14"	CA. TROQ. 60.0 CM. x 40.0 CM.x 14.0 CM. PARA 13 KL. APROX., MATERIAL C930 KW CON RECUB. ANTIHUMEDAD.	\$1.362

ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN EL IMPUESTO A LAS VENTAS  
LOS PEDIDOS TENDRAN UNA TOLERANCIA PARA EL DESPACHO DE MAS O  
MENOS 10% SOBRE LA CANTIDAD. CUALQUIER CAMBIO EN LOS DATOS  
ESPECIFICADOS VARIA LA COTIZACIÓN.

ATENTAMENTE,

CONDICIONES DE VENTA: CONTADO

CARRERA 68 B No. 17-56 CONMUTADOR: 262 7799 TELEFAX: 260 3059 APARTADO AEREO 49713 BOGOTA, D. C. - COLOMBIA

## Anexo 7. INCOTERMS – FCA-Free Carrier

### FCA - Free Carrier

Fecha de publicación: 13 Abril 2007



FRANCO TRANSPORTISTA (...lugar convenido)

Significa que el vendedor cumple con su obligación de entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del transportista principal contratado por el comprador en el punto acordado. El exportador de efectuar el despacho de exportación de la mercancía.

Si la entrega se produce en el local del vendedor, éste es responsable de la carga de la mercancía en el vehículo del importador en ese momento se produce la transmisión de costos y riesgos.

Si la entrega ocurre en cualquier otro lugar, el vendedor no es responsable de la descarga.

Este término puede usarse en cualquier modo de transporte incluido el multimodal.

## Anexo 8. Datos de Inmigrantes Permanentes Legales por Provincia

### CANADA – PERMANENT RESIDENTS FROM SOUTH AMERICA, CENTRAL AMERICA AND THE UNITED STATES BY TOP SOURCE COUNTRIES

Source countries	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	Number									
United States	4,776	5,533	5,828	5,909	5,294	6,013	7,507	9,263	10,943	10,450
Colombia	922	1,296	2,228	2,967	3,226	4,273	4,438	6,031	5,813	4,833
Mexico	1,392	1,723	1,658	1,939	1,919	1,738	2,245	2,851	2,830	3,224
Jamaica	2,235	2,346	2,463	2,775	2,457	1,983	2,130	1,880	1,686	2,113
Brazil	550	645	842	857	759	865	933	976	1,209	1,759
Haiti	1,283	1,429	1,653	2,484	2,218	1,945	1,657	1,719	1,651	1,614
Peru	472	547	605	852	859	1,021	1,455	1,658	1,479	1,475
Venezuela	522	486	475	572	554	710	1,259	1,235	1,221	1,373
Cuba	524	693	854	971	866	876	857	979	1,044	1,338
Guyana	1,193	1,323	1,274	1,665	1,432	1,394	1,321	1,176	1,263	1,248
Trinidad and Tobago	1,199	1,164	896	916	937	693	724	844	804	990
Argentina	414	406	455	625	845	1,783	1,648	1,169	894	624
<b>Top 10 source countries</b>	<b>14,596</b>	<b>16,699</b>	<b>18,301</b>	<b>21,335</b>	<b>20,053</b>	<b>21,891</b>	<b>24,593</b>	<b>27,961</b>	<b>29,139</b>	<b>29,427</b>
<b>Other countries</b>	<b>4,226</b>	<b>4,116</b>	<b>4,535</b>	<b>4,785</b>	<b>4,714</b>	<b>4,471</b>	<b>5,167</b>	<b>5,941</b>	<b>6,108</b>	<b>6,913</b>
<b>Total</b>	<b>18,822</b>	<b>20,815</b>	<b>22,836</b>	<b>26,120</b>	<b>24,767</b>	<b>26,362</b>	<b>29,760</b>	<b>33,902</b>	<b>35,247</b>	<b>36,340</b>

### CANADA – PERMANENT RESIDENTS FROM ASIA AND PACIFIC BY TOP SOURCE COUNTRIES

Source countries	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	Number									
China, People's Republic of	19,790	29,148	36,750	40,365	33,307	36,254	36,430	42,292	33,078	27,014
India	15,376	17,457	26,123	27,903	28,838	24,593	25,574	33,147	30,754	26,054
Philippines	8,184	9,205	10,119	12,926	11,011	11,988	13,303	17,525	17,718	19,064
Pakistan	8,089	9,303	14,201	15,354	14,172	12,351	12,795	13,575	12,329	9,547
Korea, Republic of	4,917	7,217	7,639	9,606	7,334	7,089	5,337	5,819	6,178	5,864
Sri Lanka	3,329	4,728	5,849	5,520	4,968	4,448	4,135	4,690	4,490	3,934
Taiwan	7,193	5,483	3,535	3,114	2,910	2,126	1,992	3,092	2,823	2,780
Bangladesh	1,948	1,825	2,715	3,393	2,616	1,896	2,374	3,940	3,838	2,735
Vietnam, Socialist Republic of	1,628	1,397	1,800	2,097	2,282	1,686	1,802	1,821	3,122	2,548
Afghanistan	1,583	2,111	2,845	3,182	2,971	3,010	2,527	2,908	2,552	2,263
Hong Kong	8,087	3,672	2,865	1,965	1,541	1,472	1,547	1,783	1,489	1,131
<b>Top 10 source countries</b>	<b>78,541</b>	<b>90,149</b>	<b>112,641</b>	<b>123,464</b>	<b>110,409</b>	<b>105,441</b>	<b>106,269</b>	<b>128,809</b>	<b>116,882</b>	<b>101,803</b>
<b>Other countries</b>	<b>5,680</b>	<b>6,443</b>	<b>8,101</b>	<b>9,484</b>	<b>8,651</b>	<b>8,290</b>	<b>8,308</b>	<b>9,247</b>	<b>9,595</b>	<b>10,857</b>
<b>Total</b>	<b>84,221</b>	<b>96,592</b>	<b>120,742</b>	<b>132,948</b>	<b>119,060</b>	<b>113,731</b>	<b>114,577</b>	<b>138,056</b>	<b>126,477</b>	<b>112,660</b>

## CANADA – PERMANENT RESIDENTS BY PROVINCE OR TERRITORY

Province/territory	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
	Number									
Newfoundland and Labrador	402	424	417	392	404	359	579	497	508	545
Prince Edward Island	136	135	189	134	107	154	310	330	565	992
Nova Scotia	2,043	1,595	1,608	1,698	1,419	1,474	1,771	1,929	2,586	2,520
New Brunswick	724	660	758	798	705	666	795	1,091	1,646	1,643
Quebec	26,619	29,151	32,502	37,601	37,586	39,554	44,243	43,313	44,681	45,208
Ontario	92,398	104,164	133,508	148,636	133,588	119,721	125,090	140,524	125,910	111,312
Manitoba	2,997	3,725	4,635	4,592	4,615	6,503	7,426	8,096	10,047	10,955
Saskatchewan	1,564	1,728	1,882	1,703	1,667	1,668	1,942	2,108	2,724	3,517
Alberta	11,187	12,094	14,365	16,408	14,781	15,833	16,474	19,404	20,716	20,857
British Columbia	35,977	36,126	37,427	38,480	34,055	35,231	37,027	44,770	42,084	38,941
Yukon	62	76	59	65	50	59	62	64	64	86
Northwest Territories	63	58	83	95	60	94	89	84	98	88
Nunavut	0	14	12	13	12	9	8	12	9	19
Province or territory not stated	25	5	13	23	0	24	7	18	5	75
<b>Total</b>	<b>174,197</b>	<b>189,955</b>	<b>227,458</b>	<b>250,638</b>	<b>229,049</b>	<b>221,349</b>	<b>235,823</b>	<b>262,240</b>	<b>251,643</b>	<b>236,758</b>

Quebec	26,619	29,151	32,502	37,601	37,586	39,554	44,243	43,313	44,681	45,208
Africa and the Middle East	18,477	18,533	22,849	26,643	25,459	22,202	25,345	25,663	24,178	21,657
Asia and Pacific	42,849	53,060	73,863	83,394	74,362	66,297	65,682	78,901	68,514	57,405
South and Central America	8,457	9,190	10,210	11,784	11,191	10,214	10,924	12,512	12,120	12,217
United States	2,495	3,004	3,288	3,255	2,845	3,007	3,849	5,147	6,705	6,133
Europe and the United Kingdom	20,115	20,376	23,307	23,539	19,727	17,603	19,262	18,235	15,312	14,846
Source area not stated	5	1	3	21	4	8	28	66	81	54
Ontario	92,398	104,164	133,508	148,636	133,588	119,721	125,090	140,524	125,910	111,312
Africa and the Middle East	452	626	1,044	1,089	957	1,347	1,671	1,570	1,922	1,766
Asia and Pacific	1,167	1,436	1,731	1,815	2,055	2,606	3,264	3,807	5,000	5,871
South and Central America	255	228	283	267	415	614	563	555	433	811
United States	102	152	99	135	107	139	155	207	195	210
Europe and the United Kingdom	1,021	1,283	1,468	1,266	1,081	1,707	1,771	1,957	2,407	2,294
Source area not stated	0	0	0	0	0	0	2	0	0	3

## Anexo 9. Días Festivos Oficiales en Canadá

<b>Fiestas 2008</b>			
<b>Fechas</b>	<b>Nombre en castellano</b>	<b>Nombre local (inglés y francés)</b>	<b>Notas</b>
1 de enero	Año nuevo	<i>New Year's Day</i> o <i>Nouvel an</i>	
1 de julio	Día de Canadá	<i>Canada Day</i> o <i>Fête du Canada</i>	Día de la Independencia del país. Día de la Confederación.
25 de mayo	Fiesta de la Reina.	<i>Victoria Day</i> o <i>Fête de la Reine</i>	El cumpleaños oficial de la reina en Canadá.
El primer lunes de septiembre.	Día del Trabajador	<i>Labour Day</i> o <i>fête du travail</i>	
El segundo lunes de octubre.	Día de Acción de Gracias	<i>Thanksgiving</i> o <i>Action de grâces</i>	Día de gracias por la cosecha del otoño.
25 de diciembre	Navidad	<i>Christmas</i> o <i>Noël</i>	
26 de diciembre	Día siguiente de Navidad.	<i>Boxing Day</i> o <i>lendemain de Noël</i>	Día en el cual guardan las cajas de los regalos.

## Anexo10. Descripción de Cargos

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Cargo:</b>	Gerente General
<b>Cargo jefe inmediato:</b>	N/A
<b>Área desempeño:</b>	Comercial y Administrativa

<b>MISIÓN DEL CARGO</b>
Administrar y controlar los diferentes procesos de la organización interna y externa de la compañía. Persona encargada de dirigir y manejar el área comercial. De igual forma debe controlar supervisar y manejar las políticas y procesos de la empresa.

<b>RESPONSABILIDAD</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar todos los procesos de la compañía.</li> <li>• Supervisar los procesos contables, logísticos, producción, etc.</li> <li>• Atender al Cliente, en relación con la estrategia de ventas, y en coordinación con el personal asociado al área de operaciones y logística para el cumplimiento de los pedidos.</li> <li>• Establecer las políticas y metas de la compañía.</li> <li>• Ser la imagen y representación legal de la compañía.</li> <li>• Firmar de contratos y de acuerdos comerciales.</li> </ul>

<b>FACTORES DE HABILIDAD</b>	
<b>Educación</b>	Ser profesional en Ingeniería Industrial o Administración de Empresas, o áreas afines. Tener experiencia o estudios de especialización en áreas relacionadas con la administración manejo y control gerencial de empresas.
<b>Experiencia</b>	Mínimo entre 1 y 3 años de experiencia en cargos relacionados con manejo y control gerencial en empresa.
<b>Iniciativa</b>	Por la complejidad y la importancia del cargo que desempeña debe poder tomar decisiones autónomas, respetando siempre las políticas establecidas en la compañía.

<b>FACTORES DE RESPONSABILIDAD</b>	
<b>Bienes y Valores</b>	Escritorio, silla, computador, Internet, teléfono.
<b>Supervisión y dirección</b>	Administrativa. Supervisión de Grupos Funcionales de la Empresa, y a más de diez (10) empleados y cargos.
<b>Información</b>	Debe presentar Informes Gerenciales, en cada uno de los cierres contables, y un informe mensual de seguimiento.
<b>Contacto</b>	Interno: Todo el personal Externo: Proveedores y Clientes

<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
Esfuerzo físico	Ninguno
Esfuerzo mental y visual	Su trabajo requiere esfuerzo visual y mental permanentemente
Condiciones de trabajo	Debe tener buena iluminación, cómodos equipos de trabajo, buen personal.

<b>OTROS REQUISITOS</b>	
<b>Aspectos adicionales</b>	Dominio del idioma ingles. Buenas relaciones interpersonales. Liderazgo y conocimiento sobre administración de empresas.

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Cargo:</b>	Gerente de Operaciones y Logística
<b>Cargo jefe inmediato:</b>	N/A
<b>Área desempeño:</b>	Operaciones

<b>MISIÓN DEL CARGO</b>
Dirige y controla los procesos productivos y de exportación de la compañía. Persona encargada de la logística y distribución del producto terminado. Encargado de seleccionar y manejar a los diferentes proveedores.

<b>RESPONSABILIDAD</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar todos los procesos de la compañía.</li> <li>• Dirige los procesos logísticos y producción.</li> <li>• Atender al Cliente, en relación con la estrategia de ventas, y en coordinación con el personal asociado al área de operaciones y logística para el cumplimiento de los pedidos.</li> <li>• Establecer las políticas y metas de la compañía.</li> </ul>

<b>FACTORES DE HABILIDAD</b>	
<b>Educación</b>	Ser profesional en Ingeniería Industrial o Administración de Empresas, o áreas afines. Tener experiencia o estudios logística y distribución.
<b>Experiencia</b>	Mínimo entre 1 y 3 años de experiencia en cargos relacionados con manejo y control de operaciones.
<b>Iniciativa</b>	Por la complejidad y la importancia del cargo que desempeña debe poder tomar decisiones autónomas, respetando siempre las políticas establecidas en la compañía.

<b>FACTORES DE RESPONSABILIDAD</b>	
<b>Bienes y Valores</b>	Escritorio, silla, computador, Internet, teléfono.
<b>Supervisión y dirección</b>	Operaciones.

	Supervisión de grupos operativos de a más de diez (10) empleados.
<b>Información</b>	Debe presentar un informe mensual de seguimiento.
<b>Contacto</b>	Interno: Todo el personal Externo: Proveedores

<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
Esfuerzo físico	Medio
Esfuerzo mental y visual	Su trabajo requiere esfuerzo visual y mental permanentemente
Condiciones de trabajo	Debe tener buena iluminación, cómodos equipos de trabajo, buen personal.

<b>OTROS REQUISITOS</b>	
<b>Aspectos adicionales</b>	Dominio del idioma ingles. Buenas relaciones interpersonales.

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Cargo:</b>	Secretaria
<b>Cargo jefe inmediato:</b>	Gerente General
<b>Área desempeño:</b>	Administrativa

<b>MISIÓN DEL CARGO</b>
Colaborar con las funciones administrativas de la compañía. Persona encargada de el envío y recibimiento de correspondencia y de las llamadas telefónicas. Encargada de el archivo de documentos de la compañía.

<b>RESPONSABILIDAD</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir, referenciar y enviar correspondencia</li> <li>• Recibir y hacer llamadas telefónicas</li> <li>• Recibir a los visitantes</li> <li>• Llevar el archivo de la compañía</li> </ul>

<b>FACTORES DE HABILIDAD</b>	
<b>Educación</b>	Ser técnica en secretariado o bachiller con conocimientos en computación.
<b>Experiencia</b>	Mínimo entre 1 de experiencia en cargos relacionados .
<b>Iniciativa</b>	Ninguna

<b>FACTORES DE RESPONSABILIDAD</b>	
<b>Bienes y Valores</b>	Escritorio, silla, archivador, computador, Internet, teléfono.

<b>Supervisión y dirección</b>	Ninguna
<b>Información</b>	Debe presentar un informe diario de seguimiento.
<b>Contacto</b>	Interno: Todo el personal Externo: Todos

<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
Esfuerzo físico	Bajo
Esfuerzo mental y visual	Su trabajo requiere esfuerzo visual permanentemente. Permanece la mayor parte de su jornada laboral frente a un computador. Esfuerzo mental medio.
Condiciones de trabajo	Debe tener buena iluminación, cómodos equipos de trabajo.

<b>OTROS REQUISITOS</b>	
<b>Aspectos adicionales</b>	Buenas relaciones interpersonales. Habilidad par manejo de equipos de oficina. Buena presentación personal.

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Cargo:</b>	Almacenista
<b>Cargo jefe inmediato:</b>	Gerente de Operaciones y Logística
<b>Área desempeño:</b>	Operativa

<b>MISIÓN DEL CARGO</b>
Desarrollar funciones operativas en el proceso productivo. Persona encargada de supervisar el trabajo de los operarios y llevar un control del producto que se esta procesando y el producto terminado

<b>RESPONSABILIDAD</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alistar los pedido.</li> <li>• Supervisar el trabajo de los operarios.</li> <li>• Llevar el inventario del producto.</li> </ul>

<b>FACTORES DE HABILIDAD</b>	
<b>Educación</b>	Bachiller.
<b>Experiencia</b>	Mínimo entre 1 de experiencia en cargos relacionados .
<b>Iniciativa</b>	Ninguna

<b>FACTORES DE RESPONSABILIDAD</b>	
<b>Bienes y Valores</b>	Escritorio, silla y teléfono, cajas y materiales de empaque, etiquetas del producto
<b>Supervisión y dirección</b>	Operarios
<b>Información</b>	Debe presentar un informe diario de seguimiento.
<b>Contacto</b>	Interno: Gerentes y Operarios

	Externo: Ninguno
--	------------------

<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
Esfuerzo físico	Alto
Esfuerzo mental y visual	Su trabajo requiere esfuerzo visual permanentemente. Permanece la mayor parte de su jornada laboral frente de pie. Debe levantar objetos pesados. Esfuerzo mental bajo.
Condiciones de trabajo	Debe tener buena iluminación, equipos de protección personal.

<b>OTROS REQUISITOS</b>	
<b>Aspectos adicionales</b>	Ninguna

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Cargo:</b>	Operario
<b>Cargo jefe inmediato:</b>	Almacenista
<b>Área desempeño:</b>	Operativa

<b>MISIÓN DEL CARGO</b>
Desarrollar funciones operativas en el proceso productivo. Persona encargada de manipular, seleccionar el producto y empacarlo.

<b>RESPONSABILIDAD</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alistar los pedido.</li> <li>• Supervisar el trabajo de los operarios.</li> <li>• Llevar el inventario del producto.</li> </ul>

<b>FACTORES DE HABILIDAD</b>	
<b>Educación</b>	Bachiller.
<b>Experiencia</b>	Ninguna
<b>Iniciativa</b>	Ninguna

<b>FACTORES DE RESPONSABILIDAD</b>	
<b>Bienes y Valores</b>	Mesa de trabajo, banco y herramientas de trabajo.
<b>Supervisión y dirección</b>	Ninguna
<b>Información</b>	Debe presentar un informe diario de seguimiento.
<b>Contacto</b>	Interno: Otros Operarios Externo: Ninguno

<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	
Esfuerzo físico	Alto
Esfuerzo mental y visual	Su trabajo requiere esfuerzo visual permanentemente. Permanece la mayor parte de su jornada laboral frente de pie.

	Debe levantar objetos pesados. Esfuerzo mental bajo.
Condiciones de trabajo	Debe tener buena iluminación, equipos de protección personal.

<b>OTROS REQUISITOS</b>	
<b>Aspectos adicionales</b>	Ninguna

## Anexo 11. Modelo De Contrato Compraventa Internacional

Este contrato de COMPRA-VENTA se celebra por una parte la empresa \_\_\_\_\_ representada en este acto por \_\_\_\_\_ y por la otra la empresa \_\_\_\_\_ representada por \_\_\_\_\_ a quienes en lo sucesivo se les denominará "El vendedor" y "El comprador" respectivamente de acuerdo con las siguientes declaraciones y cláusulas:

### **DECLARACIONES**

#### **DECLARA "EL VENDEDOR"**

I. Que es una sociedad legalmente constituida de conformidad con las leyes de la República de..... según consta en la escritura ..... o el certificado de Cámara de Comercio de .....

II. Que dentro del objeto social se encuentran entre otras actividades, la fabricación, comercialización, importación y exportaciones de.....

III. Que cuenta con la capacidad, conocimientos, experiencia y personal adecuado para realizar las actividades a que se refiere la declaración que antecede.

IV. Que el señor ... es su legítimo representante y en consecuencia se encuentra debidamente facultado para suscribir el presente instrumento y obligar a su representada en los términos del mismo.

V. Que tiene su domicilio en ... mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

#### **DECLARA EL COMPRADOR:**

I. Que es una empresa constituida de acuerdo con las leyes de la República de... y que se dedica entre otras actividades a la comercialización e importación de los productos a que refiere la declaración II de "El vendedor"

II. Que conoce las características y especificaciones de los productos objeto del presente contrato.

III. Que el Señor... es su legítimo representante y esta facultado para suscribir este contrato.

IV. Que tiene su domicilio en... mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar

#### **AMBAS PARTES DECLARAN:**

Que tienen interés en realizar las operaciones comerciales a que se refiere el presente contrato, de conformidad con las anteriores declaraciones y así al tenor de las siguientes:

#### **CLAUSULAS.**

PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO.- Por medio de este instrumento "El vendedor" se obliga a vender y "El comprador" a adquirir ....

SEGUNDA.- PRECIO. El precio de los productos objeto de éste contrato que "El comprador" se compromete a pagar será la cantidad de.... FOB puerto de..... INCOTERMS 2000 CCI.

Ambas partes se comprometen a renegociar el precio antes pactado, cuando éste sea afectado por variaciones en el mercado internacional o por condiciones económicas, políticas y sociales extremas en el país de origen o en el de destino, en perjuicio de las partes. ....

TERCERA. FORMA DE PAGO.- "El comprador" se obliga a pagar a "el vendedor" el precio pactado en la cláusula anterior, mediante ....., contra entrega de los siguientes documentos .....De conformidad con lo pactado en el párrafo anterior, "El comprador", se compromete a realizar las gestiones correspondientes, a fin de que se realicen los trámites necesarios para su cancelación en las condiciones señaladas.

Los gastos que se originen por la apertura y manejo de la carta de crédito o sistema de pago convenido serán por cuenta de "El comprador".

CUARTA. ENVASE Y EMBALAJE DE LAS MERCANCIAS. " El vendedor" se obliga a entregar las mercancías objeto de este contrato, en el lugar señalado en la cláusula segunda, cumpliendo con las especificaciones siguientes: ....

QUINTA. FECHA DE ENTREGA. "El vendedor se obliga a entregar las mercancías a que se refiere este contrato dentro de los .....días, contados a partir de la fecha de confirmación por escrito del pedido y convenido el sistema de pago previsto en la cláusula tercera.

SEXTA. PATENTES Y MARCAS. "El vendedor" declara y " El comprador" reconoce que los productos objeto de este contrato se encuentran debidamente registrados al amparo de la patente ...

Así mismo "El comprador " se compromete a notificar al "Vendedor", tan pronto tenga conocimiento, de cualquier violación o uso indebido de dicha patente o marca, a fin de que "el vendedor" pueda ejercer los derechos que legalmente le correspondan.

SEPTIMA. VIGENCIA DEL CONTRATO. Ambas partes convienen que una vez "El vendedor" haya entregado la totalidad de la mercancía convenida en la cláusula primera, y "El comprador " haya cumplido con cada una de las obligaciones estipuladas en el presente instrumento, se da por terminado.

OCTAVA. RESCISION POR INCUMPLIMIENTO. Ambas partes podrán rescindir este contrato en caso de que una de ellas incumpla sus obligaciones y se abstenga de tomar medidas necesarias para reparar el incumplimiento dentro de los .....días siguientes al aviso, notificación o requerimiento que la otra parte le haga en el sentido de que proceda a reparar el incumplimiento de que se trate.

La parte que ejercite su derecho a la rescisión deberá dar aviso a la otra, cumplido el término a que se refiere el inciso anterior.

NOVENA. INSOLVENCIA. Ambas partes podrán dar por terminado el presente contrato, en forma anticipada y sin necesidad de declaración judicial previa en caso de que una de ellas fuere declarada en quiebra, suspensión de pagos, concurso de acreedores o cualquier otro tipo de insolvencia.

DECIMA. SUBSITENCIA DE LAS OBLIGACIONES. La rescisión o terminación de este contrato no afecta de manera alguna a la validez y exigibilidad de las obligaciones contraídas con anterioridad, o de aquellas ya formadas que, por su naturaleza o disposición de la ley, o por voluntad de las partes, deben diferirse a fecha posterior, en consecuencia, las partes podrán exigir aun con posterioridad a la rescisión o terminación del contrato el cumplimiento de estas obligaciones.

DECIMA-PRIMERA. CESION DE DERECHOS Y OBLIGACIONES. Ninguna de las partes podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos ni las obligaciones derivadas de este contrato, salvo acuerdo establecido por escrito previamente.

DECIMA-SEGUNDA. LIMITE DE LA RESPONSABILIDAD CONTRACTUAL. Ambas partes aceptan que no será imputable a ninguna de ellas, la responsabilidad derivada de caso fortuito o fuerza mayor y convienen en suspender los derechos y obligaciones establecidos en el presente contrato, los cuales podrán reanudarse de común acuerdo en el momento en que desaparezca el motivo de la suspensión, siempre y cuando se trate de los casos previstos en esta cláusula.

DECIMA -TERCERA, LEGISLACION APLICABLE. En todo lo convenido y en lo que se encuentre expresamente previsto, éste contrato se regirá por las leyes vigentes en la República de ....., particularmente lo dispuesto en la "Convención de Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías" y, en su defecto, por los usos y prácticas comerciales reconocidas por éstas.

DECIMA-CUARTA. ARBITRAJE. Para la interpretación ejecución y cumplimiento de las cláusulas de este contrato y para la solución de cualquier controversia que se derive del mismo, las partes convienen en someterse a la conciliación y arbitraje para el comercio exterior existente en el país exportador.

Se firma este contrato en la ciudad de ..... a los .....días del mes de .....de, .....

"EL VENDEDOR"

EL COMPRADOR"

-----

-----

Anexo 12. Cuadro Resumen Exportaciones Posición Arancelaria desde Colombia.

Puesto	Cod. País	Nombre del País al que se Exporto	2005	2006	2007	Total	Variación 2005 a 2006	Variación 2006 a 2007
1	23	REP. FEDERAL ALEMANA	\$ 1.322.060,60	\$ 993.408,66	\$ 747.788,16	\$ 3.063.257,42	-24,86%	-24,73%
2	573	PAISES BAJOS ( HOLLANDA)	\$ 825.673,76	\$ 1.004.723,72	\$ 668.553,74	\$ 2.498.951,22	21,69%	-33,46%
3	149	CANADA	\$ 163.055,67	\$ 249.656,18	\$ 433.883,92	\$ 846.595,77	53,11%	73,79%
4	275	FRANCIA	\$ 504.655,13	\$ 395.119,38	\$ 361.737,93	\$ 1.261.512,44	-21,71%	-8,46%
5	245	ESPAÑA( EXCL. ISLAS CANARIAS )	\$ 219.440,80	\$ 219.069,36	\$ 227.555,17	\$ 666.065,33	-0,17%	3,87%
6	628	REINO UNIDO (INC. CANAL, ISLAS - NORMANDA ISLA)	\$ 489.838,02	\$ 538.374,65	\$ 227.427,98	\$ 1.255.640,65	9,91%	-57,76%
7	767	SUIZA	\$ 105.438,59	\$ 164.823,95	\$ 152.437,32	\$ 422.699,86	56,32%	-7,52%
8	850	VENEZUELA	\$ 210.484,10	\$ 299.322,50	\$ 149.777,50	\$ 659.584,10	42,21%	-49,96%
9	196	CO STA RICA	\$ 70.498,08	\$ 153.662,33	\$ 131.701,20	\$ 355.861,61	118,00%	-14,29%
10	764	SUECIA	\$ 84.626,22	\$ 98.560,60	\$ 118.627,20	\$ 291.814,02	4,65%	33,95%
11	386	ITALIA	\$ 94.562,91	\$ 109.537,76	\$ 89.220,37	\$ 293.321,04	15,84%	-18,55%
12	607	PORTUGAL	\$ 18.626,73	\$ 19.465,14	\$ 40.563,32	\$ 78.655,19	4,50%	108,39%
13	87	BELGICA- LUXEMBURGO	\$ 162.767,76	\$ 98.586,28	\$ 33.431,21	\$ 294.785,25	-39,43%	-66,09%
14	580	PANAMA	\$ 27.751,59	\$ 35.776,20	\$ 22.050,66	\$ 85.578,45	28,92%	-38,37%
15	317	GUATEMALA	\$ 0,00	\$ 2.322,00	\$ 18.776,00	\$ 21.098,00	0,00%	708,61%
16	244	EMIRATOS DE ARABIA UNIDA	\$ 9.464,00	\$ 10.721,60	\$ 11.195,00	\$ 31.380,60	13,29%	4,42%
17	232	DINAMARCA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 8.593,46	\$ 8.593,46	0,00%	
18	249	ESTADOS UNIDOS	\$ 11.497,50	\$ 46.338,28	\$ 7.017,75	\$ 64.853,53	303,03%	0,00%
19	47	ANTILLAS HOLANDESES	\$ 5.549,94	\$ 7.779,49	\$ 6.836,75	\$ 20.166,18	40,17%	-12,12%
20	271	FINLANDIA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 6.656,00	\$ 6.656,00	0,00%	0,00%
21	27	ARUBA	\$ 790,51	\$ 4.101,76	\$ 3.410,97	\$ 8.303,24	418,88%	-16,84%
22	105	BRASIL	\$ 13.852,60	\$ 14.266,55	\$ 2.877,80	\$ 30.996,95	2,99%	-79,83%
			\$ 4.340.624,51	\$ 4.455.616,39	\$ 3.470.119,40	\$ 12.266.360,30	2,65%	-22,12%

## Anexo 13. Tarifas BANCOLEX



BANCO DE COMERCIO EXTERIOR DE COLOMBIA-BANCÓLDEX TÉRMINOS Y CONDICIONES TARIFAS PRODUCTOS OPERACIÓN BANCARIA INTERNACIONAL			
		Fecha de actualización: agosto 1 de 2007	
PRODUCTO	RANGO		
	HASTA USD 100.000	USD100.001 HASTA USD500.000	MAYORES DE USD500.001
<b>CARTAS DE CRÉDITO DE IMPORTACIÓN</b>			
<b>Apertura</b>			
All in	0.35%	0.25%	0.20%
Mes o fracción adicional a los primeros 90 días de validez	0.08%	0.05%	0.03%
Comisión mínima	USD 250	USD 250	USD 250
<b>Modificación</b>			
Prórroga por mes o fracción	0.08%	0.05%	0.03%
Aumento de valor	0.35%	0.25%	0.20%
Comisión mínima	USD 70	USD 70	USD 70
<b>CARTAS DE CRÉDITO DE EXPORTACIÓN</b>			
<b>Avisadas - Comisión flat.</b>			
<b>Confirmadas</b>	USD 150	USD 200	USD 250
All in	0.50%	0.40%	0.20%
All in (A través de ALADI o A plazo)	0.60%	0.50%	0.30%
Mes o fracción adicional a los primeros 90 días de validez	0.04%	0.03%	0.02%
Comisión mínima	USD 250	USD 250	USD 250
<b>Modificación</b>			
Prórroga por mes o fracción	0.04%	0.03%	0.02%
Aumento de valor	0.60%	0.50%	0.20%
Comisión mínima	USD 50	USD 50	USD 50
<b>CARTAS DE CRÉDITO STANDBY Y GARANTÍAS ( ENVIADAS )</b>			
<b>Emisión</b>			
All-in mes o fracción	0.125%	0.10%	0.083%
Comisión mínima	USD 250	USD 250	USD 250
<b>Modificación</b>			
Prórroga por mes o fracción	0.125%	0.10%	0.083%
Aumento de valor	0.125%	0.10%	0.083%
Comisión mínima	USD 70	USD 70	USD 70
<b>CARTAS DE CRÉDITO STANDBY Y GARANTÍAS ( RECIBIDAS )</b>			
<b>Avisadas - Comisión flat.</b>			
<b>Confirmadas</b>	USD 150	USD 200	USD 250
<b>Apertura</b>			
All in por mes o fracción	0.125%	0.10%	0.083%
Comisión mínima	USD 250	USD 250	USD 250
<b>Modificación</b>			
Prórroga por mes o fracción	0.125%	0.10%	0.083%
Aumento de valor	0.125%	0.10%	0.083%
Comisión mínima	USD 70	USD 70	USD 70
<b>COBRANZAS DE EXPORTACIÓN / IMPORTACIÓN</b>			
All in : manejo de documentos	0.18%	0.15%	0.12%
Comisión mínima	USD 100	USD 100	USD 100
Comisión máxima	USD 250	USD 250	USD 300
<b>TRANSFERENCIAS RECIBIDAS ( ÓRDENES DE PAGO )</b>			
Comisión ( si no hay negociación de divisas con Bancóldex )	USD 40	USD 40	USD 40
Comisión ( si negocian divisas con Bancóldex )	USD 20	USD 20	USD 20
Convenio ( reembolso a través de Aladi )	<i>Tarifa cobrada por el Banco de la República</i>		
<b>TRANSFERENCIAS ENVIADAS ( GIROS )</b>			
Comisión	USD 35	USD 35	USD 35

La tarifa "All In" para las cartas de crédito de importación y exportación, incluye : comisión de apertura (primeros 90 días), modificaciones (diferentes a prórroga y aumento de valor ), utilización, pago, no utilización, portes, mensajes, fotocopias, comisión de reembolso.  
}  
} Todos los gastos generan impuesto IVA ( actualmente 16% )

Anexo 14. Cotizacion Arriendo – Inmobiliaria Rocha



Carrera 7 No. 12-23 - Edificio La Concordia - Neiva  
Teléfonos: (058) 8713919 - Fax: (058) 8713818

AFILIADO A:



FEDELONJAS

Neiva, 15 de Noviembre de 2008

Señor  
GERARDO ANDRES MENDEZ ARTUNDUAGA  
Calle 116 No. 48-86 Ed. Marandua  
Bogotá D.C

REF. Oferta de Arrendamiento

En atención a su solicitud, con gusto le presentamos la cotización

DIRECCIÓN : Calle 12 No. 11-35 La Toma

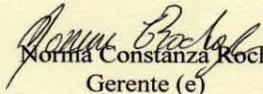
DESCRIPCIÓN

- Salón amplio sin divisiones con baño
- Pisos en cemento

AREA LOCAL : 155 mts aproximadamente

VALOR CANON : Quinientos Mil Pesos  
( \$500.000)

Cordial saludo

  
Norma Constanza Rocha Arévalo  
Gerente (e)

Anexo 15. Cotización Transporte de Carga Bogotá – Montreal

**KUEHNE+NAGEL**



**PROPUESTA COMERCIAL**

<b>FECHA</b>		<b>COTIZACIÓN NO.</b>		<b>VALIDEZ</b>	
15/12/2008		BOG-CAYE-35740N		30 Días	
<b>CLIENTE</b>		Kuehne + Nagel S.A.			
Bogotá-Colombia		Av. El Dorado # 97 – 51 Oficina 203			
Sr: Juan Diego Duran		Bogotá / Colombia			
Tel. : +		Tel.: 571 - 4227660			
Fax: +		Fax: 571 - 4131010			
		Contacto: Carolina Yepes			
		Celular:			
<b>PRODUCTO:</b>		Carga general, no peligrosa, ni extra dimensionada			
<b>DIMENSIONES:</b>		<b>Lar.</b>	<b>Anc.</b>	<b>Alt.</b>	<b>PIEZAS</b>
					<b>KG</b>
					<b>M3</b>

Estimado Sr Juan Diego Duran, Agradecemos su solicitud de cotización; basándonos en los datos informados, encuentre nuestra oferta:

<b>1.1.1 ORIGEN</b>	Bogotá	<b>1.1.1 SERVICIO A COTIZAR</b>	<b>1.1.2 Exportación Aérea</b>
<b>1.1.3 DESTINO</b>	Montreal	<b>1.1.4 INCOTERM</b>	<b>1.1.5 EXW - Ex Works</b>

<b>GASTOS EN ORIGEN</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALORES</b>
<b>Recogida</b>	
1-100 Kilos.....	USD 20.00 + IVA
101 - 300 Kilos.....	USD 30.00 + IVA
301 - 500 Kilos.....	USD 35.00 + IVA
501 - 1000 Kilos.....	USD 45.00 + IVA
1001 - 2000 Kilos.....	USD 50.00 + IVA
Certificado de Origen (Si aplica).....	USD 18.00 + 19% IIVA
AWB.....	USD 35.00 / Despacho
Certificado Fitosanitario.....	USD 50.00 + 19% IVA
Aduana de Exportación.....	USD 80.00 + 19% IVA

<b>FLETE INTERNACIONAL</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALORES</b>
<b>FLETE AEREO DESDE FCA AEROPUERTO DE ORIGEN HASTA CPT AEROPUERTO DE DESTINO</b>	
Tarifa Mínima.....	USD 100.00
- 45 Kilos.....	USD 3.50 KG/ VOL
+ 45 Kilos.....	USD 3.00 KG/ VOL
+ 100 Kilos.....	USD 2.70 KG/ VOL
+ 500 Kilos.....	USD 2.45 KG/ VOL
+1000 Kilos.....	USD 2.10 KG/ VOL
*FS Min. USD 35.00.....	USD 0.95 KG/ VOL
*SSC Min. USD 15.00.....	USD 0.15 KG/ VOL
*Recargos sujetos a cambios sin previo aviso, dependen directamente de lo decretado por las líneas aéreas.	
Seguro Opcional: 0,6 % sobre el valor declarado. Mínimo USD 50,00, Deducible USD 250,00	
Nota: En lo referente al Transporte Local, la responsabilidad por el valor declarado de la mercancía va hasta por la suma de \$ 120 millones de pesos.	

GASTOS LOCALES	
DESCRIPCIÓN	VALORES
4% Flete al cobro, Mínimo.....	USD 40,00 + IVA
Manejo Aeropuerto.....	USD 60,00 + IVA/ Hawb
Traslado de carga USD 0,08 kg/vol. o Mínimo.....	USD 12,00
<b>Si el embarque se va a realizar en otra fecha, favor confirmar las tarifas</b>	

SERVICIO DE SIA	
DESCRIPCIÓN	VALORES
Intermediación aduanera .....	\$ 300.000 por embarque
Gastos Varios .....	\$ 50.000
Elaboración de declaración de exportación.....	\$ 20.000 C/U
Formularios oficiales .....	\$ Al costo
Certificado de origen .....	\$ 25.000
<b>Nuestras tarifas no incluyen IVA</b>	
<b>Si el embarque se va a realizar en otra fecha, favor confirmar las tarifas</b>	

CONDICIONES GENERALES	
<p><b>Condiciones Generales:</b>  Trabajamos bajo las condiciones generales estipuladas en los documentos de transporte. Todos los precios están basados en las tarifas y tasas de KUEHNE + NAGEL y serán ajustados proporcionalmente sin previo aviso, según los transportadores que intervienen en él. La responsabilidad de KUEHNE + NAGEL, se limita a las cláusulas legales de límite de responsabilidad estipuladas por las empresas participantes en cada contrato de transporte (en el dorso del documento). Importante: Kuehne + Nagel está tomando a su cargo su negocio, sujeto a las "Regulaciones FIATA para servicios de expedición de Fletes" que se encuentran disponibles mediante solicitud.</p> <p>Las tarifas excluyen carga peligrosa, perecederos, extra dimensionales, carga pesada, bienes domésticos, textiles, repuestos y electrodomésticos, sujeto a Inventario en Puerto, salvo daramente especificado en nuestra oferta. La liquidación de la tarifa y la declaración de la mercancía se basa en la información y datos obtenidos del proveedor y la factura comercial.</p> <p>KUEHNE + NAGEL tiene la libertad de selección del transportista según las reservas y sujeto a disponibilidad de espacio, salvo previamente estipulado.</p> <p>Los embarques serán efectuados en líneas de primera categoría, según normas internas e ISO 9001/2000.</p>	
<p><b>Seguro:</b>  Teniendo en cuenta que la actividad del embarcador en caso de siniestro es limitada de acuerdo con las reglas establecidas, y con el propósito de cubrir cualquier riesgo para su Empresa, le sugerimos asegurar cada despacho de mercancías a través de un seguro de transporte adecuado. KUEHNE + NAGEL, no tomará ningún seguro de transporte, salvo previa solicitud por escrito, deduciendo el valor a asegurar. (KUEHNE + NAGEL, no asegura: Carga perecedera, Antigüedades, Arte, Joyas, Notas Bancarias, Documentos Valiosos, Metales Preciosos, Carga Peligrosa, Animales Vivos, Mercancía a Granel, Computer Chips y/o Similares).</p> <p>Un seguro a sus necesidades puede ser cotizado sin compromiso por medio de KUEHNE + NAGEL y su agente de seguros.</p>	
<p><b>Gastos en Origen:</b>  Nuestra oferta no incluye gastos en origen que no estén asumidos por el exportador, "Inland Freight", ni costos por retorno al puerto o demora de contenedores en origen / destino.</p>	
<p><b>Facturación y Pagos:</b>  Nuestras facturas se emiten en Dólares de los Estados Unidos y se convierten al cambio ASONAV (Marítimo) o ALAICO (Aéreo) vigente al día de su Cancelación. Todos los gastos locales están sujetos a la liquidación de IVA según la legislación vigente. Forma de Pago General, contra entrega de documentos, exceptuando previo convenio.</p> <p>Las tarifas <b>excluyen</b>; carga peligrosa, perecederos, extra dimensional y menajes domésticos.</p> <p>Kuehne + Nagel S.A., tiene la libertad de selección del transportista según las reservas y sujeto a disponibilidad de espacio. Todos los precios están basados en las tarifas y cambios actualmente en vigor, y están sujetos a cambios sin previo aviso. La responsabilidad de Kuehne + Nagel S.A., se limita a las cláusulas legales estipuladas por las empresas participantes en cada contrato de transporte. Tasas de Cambio (Asonav Marítimo, Alaico Aéreo).</p>	
<p><b>Instrucciones de embarque:</b>  Toda instrucción de embarque deberá ser enviada por escrito a KUEHNE + NAGEL antes del embarque.</p> <p>Para garantizar que la tarifa ofrecida sea aplicada correctamente por KUEHNE + NAGEL en el exterior, necesitamos que nos envíen una copia del pedido mencionando a KUEHNE + NAGEL como su agente embarcador.</p>	
<p><b>Servicio al Cliente:</b>  Por favor, envíe sus sugerencias, reclamaciones o cualquier otra inquietud a nuestro Encargado Nacional de Calidad: <b>Andrea Pérez</b>, Correo electrónico: <a href="mailto:andrea.perez@kuehne-nagel.com">andrea.perez@kuehne-nagel.com</a>  Tel. 4227660 Fax. 4131010, quien le asistirá en todo lo necesario.</p>	

## KUEHNE + NAGEL S.A.

Jose Cañón R.	Ricardo Rocha
Inside Sales/Sales Assistant/Sales Coordinator	Gerente Nacional de Ventas
e-mail: <a href="mailto:jose.canon@kuehne-nagel.com">jose.canon@kuehne-nagel.com</a>	e-mail: <a href="mailto:ricardo.rocha@kuehne-nagel.com">ricardo.rocha@kuehne-nagel.com</a>
Direct Tel: +57-1-4227660	Tel: +57 1 4227660 ext.11-120

## Anexo 16. Cotización Almacén Brissa

### Gerardo Mendez

---

**De:** unicentro@brissa.com.co  
**Enviado el:** miércoles, 01 de abril de 2009 06:58 p.m.  
**Para:** gerardo.mendez@pfi-sa.com  
**Asunto:** cotizacion acc oficina brissa unicentro

\$ 52900 : Jardin zen - accesorio de centro de mesa \$ 46900 : Kit \* 6 toallas \$ 39900 : Tapete de cuero 60 \* 90 cm \$ 19900 : Recipiente para el jabon iced \$ 11900 : Jabonera iced \$ 20900 : jgo \* 4 vasos \$ 79900 : jarron espiral madera negro

No virus found in this incoming message.

Checked by AVG - [www.avg.com](http://www.avg.com)

Version: 8.0.238 / Virus Database: 270.11.35/2034 - Release Date: 04/01/09 06:06:00

Anexo 17. Cotización Silva Impresores Ltda.

FROM : SILVAIMPRESORES PRINCIPAL      PHONE NO. : 4176122      Apr. 01 2009 08:12AM P1

**SILVA**  
NIT.830.115.200-2

FECHA DE RECIBO: 01/04/09  
 HORA: 8:45 AM  
 NOMBRE DE QUIEN REDICÓ: TSA  
 RADICADO No. 615

<b>SILVA</b>		<b>COTIZACION No 682</b>			
IMPRESORES LTDA      Nit 830.115.200-2					
<b>CLIENTE</b>		<b>FECHA</b>	01	04	009
Señor(es): GERARDO MENDEZ ARTUNDUAGA		<b>CIUDAD</b>	Bogota		
		<b>TELEFONO</b>	635 25 00	105	

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR TOTAL
1.000	Stiker de tamaño 10 x 20, Impresos a Full Color	\$ 400.000
2.000	Stiker de tamaño 10 x 20, Impresos a Full Color	\$ 550.000
3.000	Stiker de tamaño 10 x 20, Impresos a Full Color	\$ 650.000

<b>ATENCION</b> Gerardo Mendez	<b>SILVA IMPRESORES</b> NELSON SILVA Gerente
-----------------------------------	--

CI 24 Sur No 68H - 48, silvaimpresores@yahoo.com  
290 4187- 413 6417 - 420 0294.

**SILVA**  
IMPRESORES  
NIT.830.115.200-2

Calle 24 Sur No. 68 H - 48  
290 4187 - 413 6417 - 420 0294  
silvaimpresores@yahoo.com  
Bogotá - Colombia