



INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

NOMBRE DEL PROYECTO

**PREFACTIBILIDAD DE CREAR UNA EMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE PULPA DE FRUTA DE MORA Y FRESA, PARA
EXPORTAR A COREA DEL SUR**

**INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO DE TECNÓLOGO
EN COMERCIO INTERNACIONAL**

NOMBRE DE LOS GRADUADOS

LAURA CRISTINA RIOS URREGO

MELISSA SARRAZOLA GUZMAN

PROFESORES GUÍAS: ANDRES FELIPE VELEZ ACOSTA

2016

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo de grado se lo queremos dedicar a nuestras familias en muestra de nuestro agradecimiento, ya que gracias a su apoyo incondicional podemos materializar este logro para nuestras vidas. También le queremos agradecer a todos los profesores y compañeros que nos acompañaron en este proceso formativo, compartiendo sus conocimientos y experiencias para así hacernos seres más completos y competitivos para el mercado laboral.

ÍNDICE

	Pág.
ABSTRACT	11
RESUMEN EJECUTIVO	12
INTRODUCCIÓN	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
JUSTIFICACIÓN.....	16
ANTECEDENTES.....	19
OBJETIVOS DEL PROYECTO	22
Objetivo general.....	22
Objetivos específicos.....	22
CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	23
1.1Nombre de la empresa y marca	23
1.1.1 Nombre de la empresa	23
1.1.2 Nombre de la marca:	24
1.2 Tipo de Empresa	25
1.3 Descripción de la Empresa	25
1.4 Visión Y Misión De La Empresa	26
1.4.1Misión.....	26
1.4.2 Visión.....	26
1.4.3 Relación Productos y/o Servicios.....	26
1.5 Relación Productos y/o Servicios.....	31
1.6 Ventajas Competitivas.....	31
1.7 Trámites y Costos.....	32
CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR.....	32
2.1 Entornos de Colombia y Corea del sur	33
2.1.1Entorno cultural Colombia.....	33
2.1.2Entorno cultural Corea del Sur	34
2.1.3 Entorno tecnológico Colombia	34

2.1.4 Entorno tecnológico Corea del Sur.....	34
2.1.5 Entorno económico Colombia	35
2.1.6 Entorno económico Corea del Sur.....	37
2.1.7 Entorno social Colombia.....	39
2.1.8 Entorno social Corea del Sur.....	40
2.1.9 Entorno político Colombia.....	41
2.1.10 Entorno político Corea del Sur.....	42
2.1.11Entorno ambiental Colombia	43
2.1.12 Entorno ambiental Corea del Sur.....	43
2.2 Sector o Industria.....	44
2.2.1 Sector al que pertenece el proyecto	45
CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO	50
3.1 Objetivos del mercado	50
3.2 Mercado meta	50
3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios	50
3.3.1 Edad de la población.....	51
3.3.2 Desempleo.....	52
3.3.3 Nivel de educación.....	53
3.3.4 Criterios de compras.....	53
3.3.4.1 Grupos de consumidores en Corea del Sur	54
3.4 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios.....	54
3.5 Mercado Competidor.....	55
3.6 Mercado Distribuidor	57
3.6.1 Distribuidor Tropical María.....	57
3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación	58
3.7.1 Comunicación.....	58
3.7.2 Actividades de promoción y divulgación.....	58
3.8 Plan de Ventas.....	59
3.8.1Proyección de la demanda	59

CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL	60
4.1 Tratados comerciales	60
4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios.....	62
4.3 Requisitos y vistos buenos.....	62
4.4 Capacidad Exportadora	63
4.5 Participación en Ferias Especializadas	64
4.6 Rutas de Acceso.....	65
4.7 Liquidación de Costos de Importación y Pecios de Exportación	69
CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO	70
5.1 Descripción del proceso de producción	70
5.2 Capacidad de producción	72
5.3 Plan de Producción	72
5.4 Recursos materiales y humanos para la producción	73
5.4.1 Locaciones	73
5.4.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.....	74
5.4.3Requerimientos de materiales e insumos	74
5.4.4Requerimientos de servicios.	75
5.4.5 Requerimientos de personal.	75
CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	76
6.1 Estructura Organizacional del Negocio	76
6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional.....	76
6.1.2 Organigrama Estructura Personal.....	77
6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio	78
6.2.1 Locaciones Empresa.....	78
6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres	78
6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área	82
6.2.4 Requerimientos de servicios por área	83
CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL	84
7.1Tipo de Organización empresarial.....	84
7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas	85

CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO.....	86
8.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad	86
8.2. Aportes de Capital de los Socios	86
8.3 Créditos y Préstamos Bancarios.....	87
8.4 Precios de los Productos	88
8.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	88
8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos	88
8.5. Ingresos y Egresos.....	89
8.5.1 Ingresos	89
8.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio	89
8.5.2 Egresos	89
8.5.2.1 Inversiones.....	89
8.5.2.2 Costos Fijos y Variables	90
8.5.3 Estados Financieros	92
8.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias	92
8.5.3.2 Flujo de Caja y VPN	93
8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad.....	94
8.5.4.1 Analisis de Sensibilidad.....	94
8.5.4.2 Estado de Perdida y Ganancias Proyectado.....	95
8.5.4.3 Flujo de Caja Proyectado	95
8.6 Evauación Financiera	96
8.6.1 VPN, TIR, PAYBACK Descontado.....	96
CONCLUSIONES	97
BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXOS	99

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Tierras cultivables en corea del sur 1961-2013.....	14
Figura 2. PIB percápita Corea del Sur 2013 – 2015	17
Figura 3. Importaciones coreanas de productos agrícolas 2001-2013	19
Figura 4. Exportaciones vía marítima Colombia-Corea del Sur	21
Figura 5. Exportaciones vía aérea Colombia-Corea del Sur.....	21
Figura 6. Frutos del campo S.A.S.....	23
Figura 7. Comprobante de disponibilidad nombre de la empresa.....	23
Figura 8. Pure Fruit.....	24
Figura 9. Comprobante de disponibilidad marca.....	24
Figura 10. Participación de productos minero energéticos en el PIB	45
Figura 11. Industria en el PIB Colombia 1965-2015	47
Figura 12. Posición geográfica de corea.....	51
Figura 13. Distribución por edad de la población de corea del sur	52
Figura 14. Tasa de desempleo Corea del sur	52
Figura 15. Empresa competidora N°1.....	56
Figura 16. Empresa competidora N°2.....	56
Figura 17. Distribuidor tropical María.....	57
Figura 18. Exportaciones Colombia a Corea del Sur por sector:	64
Figura 19. Feria de alimentos.....	65
Figura 20. Acceso marítimo.....	66
Figura 21. Autoridad portuaria	67
Figura 22. Navieras que prestan servicios a Corea del Sur.....	67
Figura 23. Acceso aéreo	68
Figura 24. Descripción del proceso de producción	70
Figura 25. Organigrama Estructura Organizacional.....	76
Figura 26. Organigrama Estructura Personal.....	77

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Ficha técnica pulpa de fresa.....	27
Tabla 2. Ficha técnica pulpa de mora	29
Tabla 3. PIB - Colombia	35
Tabla 4. PIB pp - Colombia.....	35
Tabla 5. Desempleo- Colombia.....	35
Tabla 6. Inflación - Colombia.....	36
Tabla 7. Importaciones- Colombia.....	36
Tabla 8. Exportaciones - Colombia	36
Tabla 9. PIB – Corea del Sur	37
Tabla 10. PIB pp– Corea del Sur	37
Tabla 11. Desempleo – Corea del Sur	37
Tabla 12. Inflación – Corea del Sur	37
Tabla 13. Importaciones – Corea del Sur	38
Tabla 14. Exportaciones – Corea del Sur	38
Tabla 15. Estructura de edad – Colombia	39
Tabla 16. Estructura edad – Corea del Sur	41
Tabla 17. Estructura del sistema educativo en corea	53
Tabla 18. Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios	54
Tabla 19. Mercado competidor	55
Tabla 20. Plan de ventas	59
Tabla 21. Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios	62
Tabla 22. Capacidad exportadora.....	63
Tabla 23. Gastos feria de negocio en Corea	65
Tabla 24. Frecuencias y tiempos de tránsito vía marítima Colombia-Corea del Sur.....	67
Tabla 25. Aerolíneas que prestan servicios Colombia-Corea del Sur.....	68
Tabla 26. Costos por exportación y precios de exportación	69

Tabla 27. Plan de producción	73
Tabla 28. Maquinaria necesaria para el proceso productivo:.....	74
Tabla 29. Requerimientos de materiales e insumos.....	74
Tabla 30. Requerimientos de servicios.....	75
Tabla 31. Requerimientos de personal.....	75
Tabla 32. Locaciones empresa.....	78
Tabla 33. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres	78
Tabla 34. Área de mercadeo.....	79
Tabla 35. Área administrativa	79
Tabla 36. Oficios varios	80
Tabla 37. Área de logística	80
Tabla 38. Área de comercio.....	81
Tabla 39 Todas las áreas	82
Tabla 40. Area de planta	82
Tabla 41. Requerimientos de servicios por área	83
Tabla 42. Costos para crear la empresa.....	84
Tabla 43. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas	85
Tabla 44. Aportes de Capital de los Socios	86
Tabla 45. Créditos y Préstamos Bancarios	87
Tabla 46. Precios de los productos tomando como base los Costos	88
Tabla 47. Ingreso mensual por año	89
Tabla 48. Total inversión.....	89
Tabla 49. Costos variables mora	90
Tabla 50. Costos variables fresa.....	90
Tabla 51. Costos fijos mensuales	91
Tabla 52. Estado de Perdida y Ganancias	92
Tabla 53. Flujo de caja	93
Tabla 54. Analisis de sensibilidad	94
Tabla 55. Estado de perdidas y ganancias proyectado.....	95
Tabla 56. Flujo de caja proyectado	95

Tabla 57. VPN, TIR, PAYBACK descontado.....	96
--	-----------

ABSTRACT

This project is based on doing a study to analyze the viability to create a company that produces and sells blackberry and strawberry pulp. The company will be known in these markets, as Pure Fruit, brand which represents a product made from 100% Colombian natural fruit, without additives, preservatives, flavorings and sweeteners.

For this project we have as target market South Korea, because since last July 26 entered into force the FTA between the two parties, which let us to reach this important market of the Asian continent with tariff and legal preferences.

The reason because we want to reach this market is that is one of the economies with the highest growth of the last decade, which has increased the purchasing power of the population with very positive figures; But they don't have enough national production to supply the national market, therefore they imports the majority of the foods that consume reason that turns this economy into a strategic partner for our company and the country.

The business model that we are going to use to enter the Korean market is a joint venture, this model is composed of a company that is already recognized in this country, so that they are in charge of the entire process of distribution, sale, and After sale, this type of association seems very important to us to reach the Korean market, because this allows us to enter in an easier way to this market saving us the costs that can be incurred to give a sense and position in this market.

Our client in South Korea is responsible for distributing food in educational institutions, restaurants, hotels, beverage shops, hospitals, places where the consume is massive, and with which long-term business can be realized.

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto está basado en hacer un estudio para analizar la viabilidad de crear una empresa productora y comercializadora de pulpas de fresa mora a nivel nacional e internacional llamada frutos de Campo S.A.S la empresa se dará a conocer en estos mercados, como Pure Fruit, marca la cual representa un producto hecho de 100% fruta natural colombiana, sin aditivos, preservantes, saborizantes ni edulcorantes.

Para este proyecto se tiene como mercado meta corea del sur, ya que el pasado 26 de julio entro en vigencia el TLC entre las dos partes, el cual nos permitirá llegar a este importante mercado del continente asiático con unas preferencias arancelarias y legales. A parte de esto corea es una de las economías con mayor crecimiento de la última década, la cual se ha aumentado el poder adquisitivo de la población con cifras muy positivas; pero que no cuenta con una producción nacional suficiente para suplir el mercado nacional, por lo tanto, importan la mayoría de alimentos que consumen motivo el cual convierte a esta economía en un socio estratégico para nuestra compañía y el país.

El modelo de negocio que vamos a utilizar para entrar al mercado sur coreano es un joint venture, este modelo consiste en asociarnos con una empresa que ya sea reconocida en este país, para que ellos sean los encargados de todo el proceso de distribución, venta y postventa allí, este tipo de asociación nos parece muy importante para llegar al mercado coreano, porque este nos permitirá entrar de manera más fácil a este mercado ahorrándonos los costos a los que se puede incurrir para dar a conocer y posicionar la marca, como publicidad, y pérdidas

Nuestro cliente en corea del sur es el encargado distribuir alimento en las instituciones educativas, restaurantes, hoteles, tiendas de bebidas, hospitales, lugares en los cuales el consumo es masivo, y con los cuales se pueden concretar negocios a largo plazo.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto lo realizamos con el fin de analizar la pre factibilidad de constituir una empresa procesadora y comercializadora de pulpas de fresa y mora a nivel nacional e internacional, teniendo como mercado meta a Corea del Sur.

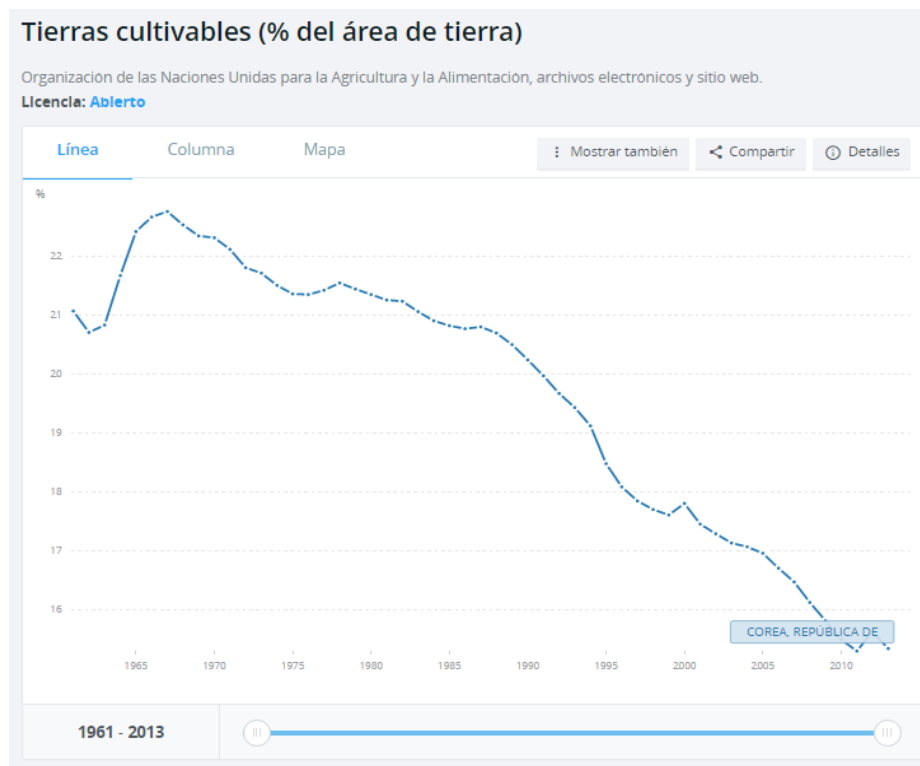
En este trabajo analizamos las variables que nos llevaron a escoger este país como objetivo, como los beneficios con los que contamos producto de la entrada en vigencia del tratado de libre, el cual nos permite entrar a este mercado tan prometedor, con preferencias arancelarias y de trámites, otro factor muy importante que nos llevó a escoger este mercado entre otros, es el crecimiento extraordinario que ha tenido este país en la última década y el déficit con el que cuentan en cuanto a la producción de alimentos, por lo cual se ven obligados a importar la mayoría de estos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Este proyecto se pretende desarrollar, para determinar la viabilidad de constituir una empresa que se dedique a la producción y comercialización de pulpas de frutas derivadas de la mora y fresa a nivel nacional e internacional, incursionando en el mercado surcoreano.

Anteriormente, por tradición la economía surcoreana era basada en la agricultura; sin embargo, a partir de la década de los 60's se ha llevado a cabo una industrialización extraordinariamente rápida, y uno de los principales factores que impulsó el crecimiento del país, fueron las políticas económicas orientadas a la apertura al comercio internacional.

Figura 1. Tierras cultivables en corea del sur 1961-2013



Fuente: Banco Mundial

El desarrollo de este país, también se ha visto reflejado en sus hábitos alimenticios, y Aunque como se puede ver en la tabla anterior, la disminución del sector agrícola ha sido considerable en las últimas cuatro décadas, el gobierno de Corea de Sur ha implementado políticas saludables que son monitoreadas por la KFDA (Korea Food and drug administration), organización la cual promueve entre la población unos óptimos hábitos alimenticios, los cuales requieren de una dieta rica en frutas y verduras, alimentos que en su mayoría deben ser importados.

Teniendo en cuenta lo anterior y el acuerdo de TLC recién firmado entre Colombia y Corea del Sur, la empresa Pure Fruit quiere aprovechar esta oportunidad para entrar al mercado coreano y comercializar la pulpa de fruta ya que, según estudios hechos por Procolombia, los consumidores coreanos tienen muy buena percepción de los alimentos que provenientes de Sudamérica; Y aunque Colombia todavía no cuenta con mucho reconocimiento en este país en productos que no estén relacionados con el café, los exportadores de frutas en general que han llegado allí, han tenido una gran aceptación por parte de los consumidores.

Aprovechando esta brecha y buenas referencias con las que cuentan otros países de la región, Pure fruit desea llegar a este mercado y competir con países como, China, Chile y Estados Unidos los cuales son los principales exportadores de pulpa de fruta actualmente en este país.

Un factor importante a tener en cuenta es que llegar a este mercado no es fácil, puesto que este es un mercado muy exigente a la hora de importar este tipo de productos, así que se debe estimar, que aparte de la calidad de la fruta, el consumidor final coreano prefiere que las pulpas tengan un sabor natural, que los niveles de azúcar deberían ser menores a los que se utilizan para el mercado nacional y tener unos altos estándares de calidad, en el empaçado, etiquetado y embalaje.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se justifica en la necesidad de buscar nuevas alternativas para la estimulación de las exportaciones en Colombia, teniendo en cuenta que el sector agrícola va a estar soportado en una gran demanda proveniente principalmente de mercados internacionales.

Por lo anterior y teniendo en cuenta que Colombia es un país tropical, que posee una posición geográfica privilegiada, con gran variedad de relieves y climas, los cuales permiten el cultivo de gran variedad de frutas y verduras, esta ventaja permite incrementar su producción agrícola y así convertir al país en una de las grandes despensas del mundo, pues es uno de los siete países en Latinoamérica con mayor potencial para el desarrollo de áreas cultivables según la FAO.

Las pulpas de frutas no son ajenas a estas proyecciones ya que gracias a que los cultivos de fruta se facilitan en el país, se pueden adquirir materias primas de calidad con precios muy asequibles, lo cual se va a ver reflejado en el precio final, para que así lleguen con precios muy competitivos a otros mercados del mundo.

Además, de lo argumentado anteriormente, el gobierno nacional está adelantando una política de desarrollo agrario, “reforma rural integral”, política con la cual se refiere a:

“Un acuerdo sienta las bases para la transformación del campo y crea las condiciones de bienestar y buen vivir para la población rural. Busca la erradicación de la pobreza rural extrema y la disminución en un 50 % de la pobreza en el campo en un plazo de 10 años, la promoción de la igualdad, el cierre de la brecha entre el campo y la ciudad, la reactivación del campo y, en especial, el desarrollo de la agricultura campesina, familiar y comunitaria” (Alto comisionado para la paz, 2016)

Pure fruit cree que puede hacer parte de este momento histórico para Colombia y pretende hacer alianzas estratégicas con el gobierno, para así hacer un aporte impulsando el agro en el país, enseñando a los campesinos unas buenas prácticas de cultivo de mora y

fresa en sectores donde su suelo lo permita, adquiriendo tecnologías que den un valor agregado, faciliten y mejoren los procesos de producción, para que así la compañía pueda comprar frutas que nos permitan la producción de pulpas con calidad de exportación, las cuales nos permitan entrar y posesionarnos en el mercado sur coreano

Por otra parte, corea del sur cuenta con

“50 millones de habitantes y es considerada una de las economías más desarrolladas y abiertas del mundo, representando el 1,9% del producto mundial, convirtiéndose el año 2013 en la décimo segunda economía del planeta (aparidad de poder de compra), cuyo comercio internacional de bienes y servicios alcanza un 106% como proporción de su Producto Interno Bruto (PIB)” (Direcon Chile, s.f.) hoja1, parrafo1

El tamaño del mercado, poder de compra, nivel de ingresos de los coreanos y el creciente consumo de alimentos importados, hacen de Corea un mercado atractivo para la exportación de los productos colombianos.

Figura 2. PIB per cápita Corea del Sur 2013 – 2015



Fuente: elaboración propia

El montaje de una empresa industrial procesadora y comercializadora de pulpas de frutas, se justifica socialmente por el beneficio que traerá al país por medio de la generación de empleos directos e indirectos, también por el aporte que puede dar a la población rural del país.

La factibilidad para la creación de esta empresa productora comercializadora de pulpas frutas, beneficia en gran medida al país porque permite: estimular el cultivo de frutas, optimizar el tratamiento, manejo y los métodos de cuidado de las frutas para así darles un valor agregado.

El TLC representa grandes oportunidades en cuanto a disminución de las tarifas arancelarias para el ingreso de los alimentos colombianos al mercado coreano. El mercado coreano requiere productos de alta calidad y valor agregado. Productos con beneficios para la salud por lo cual las pulpas de fruta tienen una gran oportunidad en este mercado. (Procolombia, 2015)

ANTECEDENTES

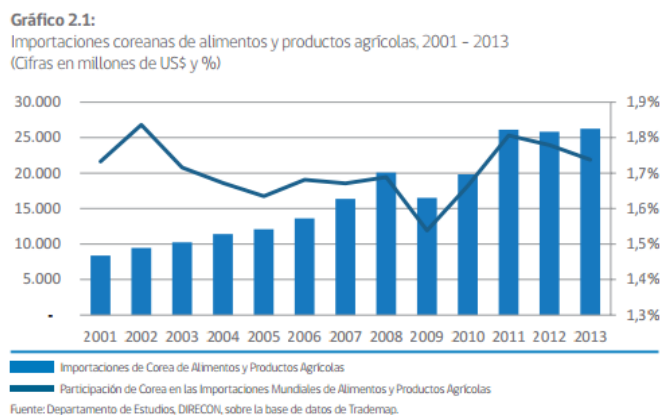
Las economías de Corea y Colombia son complementarias ya que lo que un país no tiene al otro le sobra, por lo cual el TLC firmado representa un buen negocio para las dos partes, teniendo en cuenta que los productos en los que son fuertes cada uno de estos países, van a entrar al otro una reducción considerable de tributos, lo cual va a permitir que entren a unos precios muy competitivos a cada una de estas economías.

“La complementariedad se puede observar mejor en los productos exportados e importados. Los coreanos son fuertes generando productos industriales (el 88% del total de sus exportaciones hace parte de este rubro), Colombia es importador de este tipo de mercancías (16,7% del total de las importaciones). En 2012 Colombia exportó a Corea un 65% en productos minero-energéticos y 35% en no minero-energéticos (agrícolas 17,5%, industriales 15,2% y agroindustriales 2,3%).” (Procolombia 2015)

Los principales países exportadores de pulpa de fruta a Corea del sur son:

- China 35.1%,
- Chile 22%,
- Estados Unidos 20.7%.” (procolombia, 2015) pag14. Párrafo 1

Figura 3. Importaciones coreanas de productos agrícolas 2001-2013



Fuente: TRADEMAP (direcon Chile, s.f.)

Empresas que han exportada pulpa de fruta anteriormente:

C.I. AGROFRUT S.A. Nació en 1992, inicialmente con la producción y cultivo de frutas de clima frío. Más tarde inicio con la comercialización de fruta fresca y con las pulpas de frutas "Canoa", ya han realizado exportaciones a Corea del Sur con éxito. Inicio sus exportaciones hace más de 10 años con el Mercado de los Estados Unidos. Luego se introdujeron las pulpas de frutas exóticas y tropicales a Europa desde 1.996. Debido a los excelentes resultados y aceptación de los sabores tropicales se iniciaron exportaciones a Asia en el año 2.000. El Mercado Japonés ha respondido a los magníficos estándares de calidad y proceso y es así como hoy en día se han difundido las pulpas de fruta CANOA y otras marcas privadas en Japón y Corea entre otros mercados asiáticos. Hoy en día la empresa exporta a más de 10 países en 4 continentes con una gran calidad, cumplimiento y buscando difundir los sabores del trópico en el resto del mundo.
(agrofrut, s.f.)

FRUCOLDEX – FRUTAS COLOMBIANAS DE EXPORTACION S.A.S. Empresa dedicada a la elaboración de alimentos congelados, derivados de frutas y verduras; especializados en la producción de pulpas de frutas tradicionales y exóticas con variedad de sabores y presentaciones.
(frucoldex, 2016)

MEGAFRUIT ALLIANCE. Empresa conformada desde abril del 2010 como la fusión de tres importantes empresas dedicadas a la producción y comercialización de productos a base de frutas, como pulpas de gran variedad de frutas tropicales en diferentes presentaciones.

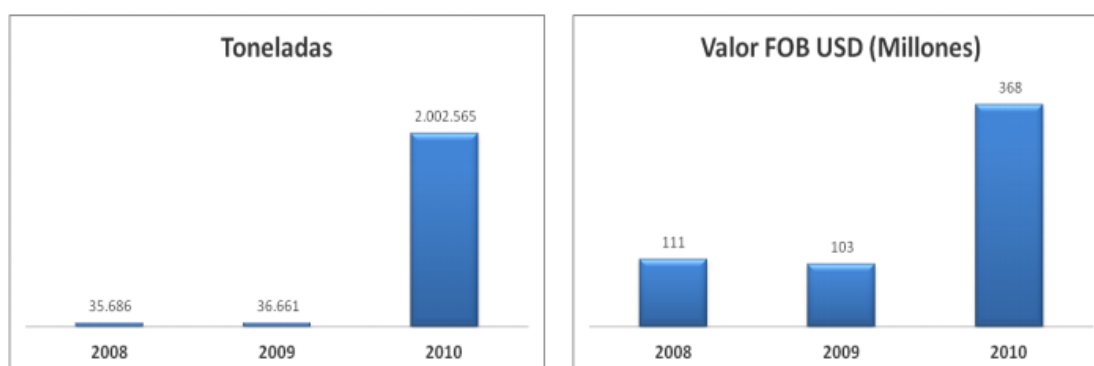
FRUIT JUICE COLOMBIA S.A.S. La idea de negocio surge en el año 2007 cuando se compra un gran cargamento de mango que se iba a deteriorar, surge la necesidad de pelarlo y empacarlo en bolsas plásticas dando un aspecto muy similar a la pulpa de fruta, dicha actividad en su proceso de transformación dejo mayores ingresos en la venta. (fruitjuice, 2016)

FRUTIDELICIAS Y CIA S.A.S. Empresa dedicada a la producción y comercialización de pulpa de fruta y otros productos derivados de las frutas. “En la

actualidad la empresa se está proyectando hacia la exportación para lo cual está implementando un sistema de calidad (B.P.M.), para cumplir con los requisitos del mercado.” (frutidelicias, 2016)

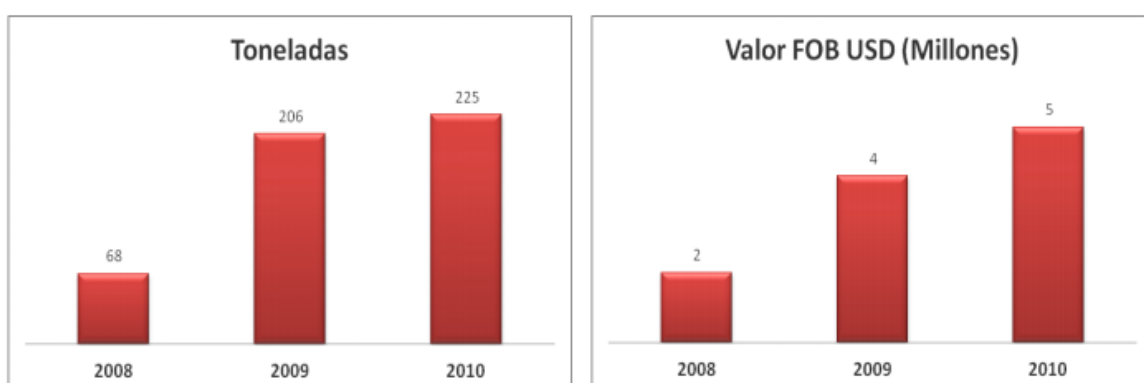
Exportaciones colombianas a Corea del Sur:

Figura 4. Exportaciones vía marítima Colombia-Corea del Sur



Fuente: Procolombia

Figura 5. Exportaciones vía aérea Colombia-Corea del Sur



Fuente: Procolombia

Según Procolombia: “En el 2015, se exportaron a Corea del Sur 198.525 toneladas, que correspondieron a US\$ 229,3 millones en valor FOB. El mayor volumen de carga se transportó vía marítima, representando el 99,67% del total.”

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo general

Determinar la viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de pulpa de frutas en el mercado nacional e internacional, teniendo como mercado objetivo corea del sur.

Objetivos específicos

- Revisar y analizar los datos históricos de importación de pulpas de fruta en corea del sur
- Identificar las ventajas y desventajas de corea del sur como mercado de incursión
- Hacer un presupuesto de los costos y gastos que se deben tener en cuenta para llevar a cabo este proyecto

CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1 Nombre de la empresa y marca

1.1.1 Nombre de la empresa

Figura 6. Frutos del campo S.A.S



Fuente:

Figura 7. Comprobante de disponibilidad nombre de la empresa

[Contáctenos](#) [¿Qué es el RUES?](#) [Cámaras de Comercio](#)


RUES Registro Único Empresarial y Social
 Cámaras de Comercio



[Inicio](#) [Consultas](#) [Veedurias](#) [Servicios Virtuales](#) [Acceso privado](#)

Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil Registro Nacional de Turismo

Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.
 Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social:

Advertencia:
 La consulta por Nombre no ha retornado resultados

RM - Registro Mercantil RUP - Registro Único de Proponentes ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro RNT - Registro Nacional de Turismo

Fuente: Confecámaras

1.1.2 Nombre de la marca:

Figura 8. Pure Fruit



Fuente:

Figura 9. Comprobante de disponibilidad marca

Contáctenos ¿Qué es el RUES? Cámaras de Comercio



RUES Registro Unico Empresarial y Social
Cámaras de Comercio



Inicio Consultas Veedurías Servicios Virtuales Acceso privado

► Realice aquí su consulta empresarial o social

Consulte si una empresa o persona natural está inscrita en el registro mercantil de las cámaras de comercio del país. Escoja el criterio que se ajuste a sus necesidades.

Razón Social Nombre Razón Social Palabra Clave Número de Identificación Matrícula Mercantil Registro Nacional de Turismo

Los resultados de la consulta por nombre siempre se mostrarán en orden alfabético, y retorna todos aquellos comerciantes cuya razón social o sigla inicie con las palabras ingresadas.
Instrucciones adicionales para la consulta de Homonimia y Condiciones de Uso

Razón social: **Consultar**

Advertencia:
La consulta por Nombre no ha retornado resultados

RM - Registro Mercantil RUP - Registro Unico de Proponentes ESAL - Entidad Sin Animo de Lucro RNT - Registro Nacional de Turismo

Fuente: Confecámaras

1.2 Tipo de Empresa

S.A.S. Tipo de persona jurídica de la empresa es Sociedad por Acciones Simplificada. Algunas ventajas representativas de una S.A.S.

Una S.A.S. se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero.

La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes.

La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima.

El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la SAS, no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si la entidad tiene la capacidad para desarrollar determinada transacción. (Finanzas personales, 2014)

Código CIIU: 1020, procesamiento y conservación de frutas, legumbres, hortalizas y tubérculos.

1.3 Descripción de la Empresa

Frutos de capo S.A.S, es una Pyme que se dedica a producción y comercialización de pulpas de fruta de mora y fresa, cuenta con una planta de procesos dotada con la tecnología necesaria para cumplir con todos los estándares de calidad y producción está ubicada en Caldas, Antioquia en una zona industrial a 100 mts de la zona franca y a 11 km de la estación estrella, esta empresa cuenta con una capacidad de producción para poder atender con de manera oportuna los compromisos establecidos en el mercado.

Frutos del campo S.A.S, cuenta en la actualidad con un total de 25 de empleados, de los cuales 6 son personal administrativo, y los otros 19 trabajadores de planta, que en su mayoría son madres cabezas de familia de la región de caldas.

Todos los productos de Frutos del campo S.A.S, tienen el Aval, registro de certificación del gobierno colombiano para su producción y Comercialización conocido como Invima (Instituto de vigilancia de medicamentos y alimentos), legislación decreto

3075/1997 Buenas prácticas de manufactura, Resolución 7992. La empresa cuenta con la certificación internacional de HACCP (Análisis de riesgos y puntos críticos de control, basados en un sistema de gestión de la inocuidad. El producto cuenta con análisis fisicoquímicos y microbiológicos constantes que garantizan el cumplimiento de la legislación y aseguran la calidad del producto.

1.4 Visión Y Misión De La Empresa

1.4.1 Misión

Frutos del campo S.A.S, es una empresa que produce y comercializa pulpas de fruta de mora y fresa, utilizando maquinaria de última tecnología, para así poder cumplir con los estándares de calidad que el mercado exige, y de esa manera poder ofrecer a nuestros clientes un producto de fácil consumo que satisfaga sus gustos y necesidades.

1.4.2 Visión

Para el 2020 frutos del campo S.A.S, desea ser una de las principales empresas exportadoras de pulpa de mora y fresa de Antioquia, posesionar su marca Pure Fruit a nivel nacional e internacional por ser una marca que ofrece un producto natural con todo el sabor del campo colombiano.

1.4.3 Relación Productos y/o Servicios

Pulpa de fruta. Producto pastoso, no diluido, ni concentrado, obtenido por el despulpado, refinado y pasteurizado de frutas frescas, sanas, maduras y limpias, congeladas y sin adición de conservantes

Tabla 1. Ficha técnica pulpa de fresa

Nombre	Pulpa de Fresa. Congelada a – 18 °C													
Descripción	Producto pastoso no diluido, concentrado, ni fermentado obtenido mediante el proceso de desintegración y tamizado la fracción comestible de Fresa, fresca, sana, madura, limpia, empacada y almacenada higiénicamente.													
Ingredientes	Fresa fresca, natural y seleccionada, ácido ascórbico.													
Características Microbiológicas	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Características Microbiológica</th> <th>especificaciones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Recuento de mesofilos (UFC/g) máx.</td> <td>Hasta 50.000 UFC/g</td> </tr> <tr> <td>Recuento de Mohos (UFC/g) máx.</td> <td>Hasta 3.000 UFC/g</td> </tr> <tr> <td>Recuento de Levaduras (UFC/g) máx.</td> <td>Hasta 3.000 UFC/g</td> </tr> <tr> <td>NMP Coliformes Totales</td> <td>Hasta 29/g</td> </tr> <tr> <td>NMP Coliformes Fecales</td> <td>Menor de 3/g</td> </tr> </tbody> </table>		Características Microbiológica	especificaciones	Recuento de mesofilos (UFC/g) máx.	Hasta 50.000 UFC/g	Recuento de Mohos (UFC/g) máx.	Hasta 3.000 UFC/g	Recuento de Levaduras (UFC/g) máx.	Hasta 3.000 UFC/g	NMP Coliformes Totales	Hasta 29/g	NMP Coliformes Fecales	Menor de 3/g
Características Microbiológica	especificaciones													
Recuento de mesofilos (UFC/g) máx.	Hasta 50.000 UFC/g													
Recuento de Mohos (UFC/g) máx.	Hasta 3.000 UFC/g													
Recuento de Levaduras (UFC/g) máx.	Hasta 3.000 UFC/g													
NMP Coliformes Totales	Hasta 29/g													
NMP Coliformes Fecales	Menor de 3/g													

Características Físicoquímicas	Características Físicoquímicas	Especificaciones
	Brix (20 °C)	Mínimo 7
	Acidez (% Ácido Cítrico)	Mínimo 0.7
	pH (20 °C)	2.8 +/- 0.5
Características Organolépticas	Apariencia: Producto Libre de materias extrañas Color: Semejante al color de la fresa. Olor: Característico de la fresa sin olores extraños. Sabor: Característico de la fresa sin sabores extraños	
Tipo de proceso	Despulpado	
Empaque y presentación	Empacado en bolsa de polietileno impresa, con capacidad de 1000 gr	
Vida útil transporte Almacenamiento	Doce meses (12) a temperatura de -18 °C. Se debe transportar en furgón Refrigerado (-18 °C.), exclusivo para alimentos. Temperatura de congelación a -18 C (No se debe romper la cadena de frio.	

Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Ficha técnica pulpa de mora

Nombre	Pulpa de Mora. Congelada a – 18 °C	
Descripción	Producto pastoso no diluido, concentrado, ni fermentado obtenido mediante el proceso de desintegración y tamizado la fracción comestible de la Mora, fresca, sana, madura, limpia, empacada y almacenada higiénicamente.	
Ingredientes	Mora fresca, natural y seleccionada, ácido ascórbico.	
Características Microbiológicas	CARACTERÍSTICAS MICROBIOLÓGICAS	ESPECIFICACIONES
	Recuento de mesofilos (UFC/g) máx.	Hasta 50.000 UFC/g
	Recuento de Mohos (UFC/g) máx.	Hasta 3.000 UFC/g
	Recuento de Levaduras (UFC/g) máx.	Hasta 3.000 UFC/g
	NMP Coliformes Totales	Hasta 29/g
	NMP Coliformes Fecales	Menor de 3/g
Características Físicoquímicas	CARACTERÍSTICAS FÍSICOQUÍMICAS	ESPECIFICACIONES
	Brix (20 °C)	Mínimo 6.5
	Acidez (% Ácido Cítrico)	Mínimo 0.8
	pH (20 °C)	2.3 +/- 1.0

Características Organolépticas	Apariencia: Producto Libre de materias extrañas Color: Semejante al color de la Mora. Olor: Característico de la Mora sin olores extraños. Sabor: Característico de la Mora sin sabores extraños
Tipo de proceso	Despulpado
Empaque y presentación	Empacado en bolsa de polietileno impresa, con capacidad de 1000 gramos
Vida útil Transporte Almacenamiento	Doce meses (12) a temperatura de -18 °C. Se debe transportar en furgón Refrigerado (-18 °C.), exclusivo para alimentos. Temperatura de congelación a -18 C (No se debe romper la cadena de frío.

Fuente: elaboracin propia

Presentacion y empaques:

- Bolsa por 1 kilo de 10 unidades de 100gr/cada una.
- Presentación Industrial de 20Kg, 60Kg, 200Kg.
- Presentación a necesidad y/o requerimiento del cliente.

1.5 Relación Productos y/o Servicios

1.6 Ventajas Competitivas

- Por la facilidad del cultivo de las frutas en Colombia, se puede ofrecer un producto con un precio muy competitivo.
- La pulpa congelada permite conservar el aroma, el color y el sabor de la fruta.
- Las características nutritivas en el proceso de congelación se preservan mejor.
- La pulpa de fruta es considerada una materia prima base para cualquier producto que necesite fruta. (Mermelada, néctar, jugos concentrados).
- Ahorro de tiempo. No se tiene que pelar o filtrar para la preparación de un jugo 100% natural.
- Elimina el desperdicio por manipulación, debido a que se estará comprando la parte comestible de la fruta, libre de cáscara y semillas.
- No tendrá que afrontar problemas como fruta desperdiciada o sobremadurada ya que esta tiene un periodo de vida útil más amplio.
- Alto valor nutricional. Producto natural, el consumo de frutas tiene múltiples beneficios.
- Las pulpas actúan como reguladores de los suministros de fruta, porque se procesan en las épocas de cosecha para utilizarlas cuando halla poca disponibilidad.

1.7 Trámites y Costos

- Consultar que tanto el nombre de la empresa como de marca este disponibles
- Suscripción de los estatutos, ya sea por documento privado o público, según tipo social.
- PRE-RUT. Registro único tributario.
- Solicitar Matrícula mercantil del establecimiento de comercio, Previo pago de Impuesto de registro.
- Abrir cuenta bancaria para depositar el capital social en el caso que la aportación sea en dinero.
- Llevar la cuenta, o el certificado de PRE-CUENTA a la DIAN para que expidan NIT definitivo, el NIT temporal es entregado al registro de los estatutos.
- Llevar el NIT definitivo expedido por la DIAN a la Cámara de comercio para que los inscriban en el Certificado De existencia y Representación Lega. Mientras no se inscriba el certificado no lo tendrá por lo que la empresa no se podrá identificar.
- Solicitar resolución de Facturación, por medio de apoderado o con el representante legal ante la DIAN, sin resolución de facturación no se puede prestar ningún servicio.
- Se debe solicitar la inscripción de libros en la cámara de comercio, el libro de actas y de accionistas.

Se debe registrar la empresa en alta seguridad social de empleados. Pensión, salud, riesgos profesionales, Caja de compensación familiar, en el caso que los tenga.

CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y SECTOR

2.1 Entornos de Colombia y Corea del sur

2.1.1Entorno cultural Colombia

La cultura colombiana está constituida a partir de la herencia de los pueblos indígenas presentes en el territorio desde tiempos ancestrales, algunas de las tradiciones, religiones y demás son de origen español, y fueron adoptadas durante la época colonial y las costumbres africanas incorporadas por los esclavos.

De hecho, dentro del territorio colombiano hay multitudinarias diferencias entre las regiones. Unas de las regiones más representativas son los llamados cachacos, localizados en el centro del país; los paisas, asentados en Antioquia y el eje cafetero; los llaneros, habitantes de los Llanos Orientales; los vallunos, asentados en el del valle del Cauca; los costeños, habitantes de la costa Caribe, y los santandereanos, los residentes de los departamentos de Santander y Norte de Santander. Estas regiones se identifican por mostrar grandes diferencias culturales entre sí, lo que convierte a Colombia un país multicultural.

Dentro de la gastronomía colombiana, el maíz es uno de los ingredientes esenciales de la cocina debido a la herencia indígena. Las arepas, tortas de harina de maíz, son uno de las comidas más utilizadas en la mesa colombiana. Una de las bebidas más consumidas es el café tiene un lugar muy importante entre los colombianos, además es un producto muy cotizado por grandes marcas internacionales.

Su música popular es el bambuco, la cumbia y el vallenato. Los cantantes más destacados a nivel mundial son Shakira, Juanes y Carlos vives.

Colombia también tiene figuras de la literatura conocidas mundialmente como Gabriel García Márquez, que gano un premio Nobel, Eduardo Caballero Calderón, Manuel Mejía Vallejo y Álvaro Mutis.

Es un país de fiestas, es uno de los países con más festivos del mundo.

2.1.2 Entorno cultural Corea del Sur

Los coreanos se inclinan al saludar, si la persona es mayor la inclinación es más pronunciada, no le gusta el contacto físico, no son muy expresivos, besarse y abrazarse en público no es bien visto las parejas tendrán que hacerlo en sus momentos privados, no se suele hablar mucho mientras se come, es de mala educación rechazar alcohol y más si ofrece una persona mayor, no se debe pagar la cuenta a medias, los alimentos nunca se tocan con los dedos, se usan los palillos o la cuchara. No es común dar la mano cuando presentan a alguien, y mucho menos dar dos besos en la mejilla. Quitarse los zapatos antes de entrar a casas si se está quedando en alojamiento tradicional.

2.1.3 Entorno tecnológico Colombia

En los hogares colombianos, en el año 2015 el 41,8% del total de hogares poseía conexión a internet, El 55,9% de las personas con edades mayores a cinco años usaba internet, el 45,5% de los hogares poseía computador de escritorio, portátil o tableta. El 92,4% del total nacional de hogares colombianos poseía televisor convencional a color, LCD, plasma o LED. En 2015, en el 95,6% de los hogares al menos una persona poseía teléfono celular. Las personas que más usan internet son para acceder a redes sociales, para obtener información y para correo y mensajería.

2.1.4 Entorno tecnológico Corea del Sur

Corea del Sur cuenta con el índice de acceso a internet de banca alta más alto del mundo, es el tercer país con más patentes registradas, sólo después de Japón y Estados Unidos.

La industria electrónica es la base de la economía Surcoreana, el 60% de la producción se va al extranjero y el de mayor productividad en la economía, cuenta con una red de transportes tecnológicamente avanzados que son ferrocarriles de alta velocidad, autopistas, rutas de autobuses, transbordadores y rutas aéreas que cruzan todo

el país. Es la mayor productora de pantallas LCD, LED y de plasma. Las empresas Samsung y LG son uno de los fabricantes más importantes de televisores y teléfonos móviles. Fue el primer país del mundo que llevó el acceso rápido a Internet escuelas y colegio en todo el país. La robótica es uno principales proyectos nacionales de investigación y desarrollo en Corea del sur. En 2005 desarrolló el segundo robot humanoide del mundo y en el 2006, desarrolló el primer androide coreano.

2.1.5 Entorno económico Colombia

Moneda oficial: Peso colombiano

Tabla 3. PIB - Colombia

PIB	
\$667.4 billion	2015
\$647.5 billion	2014
\$620.3 billion	2013

Fuente: CIA factbook

Tabla 4. PIB pp - Colombia

PIB pp	
\$ 13,800	2015
\$ 13,600	2014
\$ 13,200	2013

Fuente: CIA factbook

Tabla 5. Desempleo- Colombia

Desempleo	
8.9%	2015
9.1%	2014

Fuente: CIA factbook

Tabla 6. Inflación - Colombia

INFLACION	
5%	2015
2.9%	2014

Fuente: CIA factbook

Tabla 7. Importaciones- Colombia

IMPORTACIONES	
\$56.05 billón	2015
\$61.61 billón	2014
PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES 2015	
Estados Unidos	28.8%
China	18.6%
México	7.1%
Alemania	4.2%

Fuente: CIA factbook

Principales importaciones. Equipos industriales, equipos de transporte, bienes de consumo, químicos, productos de papel, combustibles, electricidad.

Tabla 8. Exportaciones - Colombia

EXPORTACIONES	
\$48.52 billón	2015
\$57.03 billón	2014
PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES 2015	
Estados Unidos	27.5%
Panamá	7.2%
China	5.2%
España	4.4%
Ecuador	4%

Fuente: CIA factbook

Principales exportaciones. Petróleo, carbón, esmeraldas, café, nickel, flores, bananos, prendas de vestir.

Datos generales. Colombia es considerada la cuarta economía más grande de América Latina, luego de Brasil, México y Argentina y en la clasificación internacional, se encuentra dentro de las 31 mayores del mundo.

2.1.6 Entorno económico Corea del Sur

Moneda oficial: won

Tabla 9. PIB – Corea del Sur

PIB	
\$1.849 trillion	2015
\$1.802 trillion	2014
\$1.744 trillion	2013

Fuente: CIA factbook

Tabla 10. PIB pp– Corea del Sur

PIB pp	
\$ 36,500	2015
\$ 35,700	2014
\$ 34,700	2013

Fuente:

Tabla 11. Desempleo – Corea del Sur

DESEMPLEO	
3.5%	2015
3.5%	2014

Fuente: CIA factbook

Tabla 12. Inflación – Corea del Sur

INFLACION	
0.7%	2015
1.3%	2014

Fuente: CIA factbook

Tabla 13. Importaciones – Corea del Sur

IMPORTACIONES	
\$430.8 billion	2015
\$528.6 billion	2014
PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES 2015	
China	20.7%
Japón	10.5%
Estados Unidos	10.1%
Alemania	4.8%
Arabia Saudita	4.5%

Fuente: CIA factbook

Principales importaciones. Crudo, productos de petróleo, semiconductores, gas natural, carbón, acero, computadores, equipos de comunicación inalámbrica, automóviles, químicos finos para textiles.

Tabla 14. Exportaciones – Corea del Sur

EXPORTACIONES	
\$535.5 billion	2015
\$621.3 billion	2014
PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES 2015	
China	26%
Estados Unidos	13.3%
Hong Kong	5.8%
Vietnam	5.3%
Japón	4.9%

Fuente: CIA factbook

Principales exportaciones. Semiconductores, petroquímicos, partes de automóviles, embarcaciones, equipos de comunicación inalámbrica, acero, electrónicos, plásticos, computadores.

Datos generales. Corea del Sur es la decimoquinta economía mundial, ha crecido en los últimos treinta años. Pero, debido a su gran importancia en los intercambios comerciales y financieros internacionales, el país está muy expuesto a las crisis externas.

2.1.7 Entorno social Colombia

Lenguaje: español

Religión: católico

Población: 46, 736,728 (Julio 2015)

Tabla 15. Estructura de edad – Colombia

Estructura de edad			
EDAD	PORCENTAJE	HOMBRES	MUJERES
0-14 años	24.94%	5,967,860	5,688,106
15-24 años	17.81%	4,234,56	4,087,134
25-54 años	41.71%	9,653,0	9,841,546
55-64 años	8.62%	1,885,481	2,141,618
65 años y mas	6.93%	1,349,613	1,887,712

Fuente: CIA factbook

Crecimiento de la población: 1.04% (2015)

Población urbana: 76.4% del total de la población (2015)

Urbanización: 1.66% ritmo de cambio anual (2010-2015)

Poblaciones principales ciudades:

Bogotá (capital) 9.765 millones

Medellín 3.911 millones

Cali 2.646 millones

Barranquilla 1.991 millones

Bucaramanga 1.215 millones

Cartagena 1.092 millones (2015)

Perfil del consumidor y poder adquisitivo. Hace varios años los hogares colombianos destinaban la mitad de sus presupuestos para adquirir alimentos; hoy ese porcentaje se ha reducido ya ese presupuesto lo invierten en educación, el entretenimiento, las comunicaciones y el transporte.

Años atrás solo un pequeño porcentaje de los hogares destinaba su presupuesto a comer por fuera de la casa, pero actualmente esa proporción se ha duplicado.

La distribución del gasto familiar depende del estrato socioeconómico. Una proporción de la población urbana más pobre dedica el 42% de sus presupuestos a la compra de productos alimenticios, mientras que, en el otro extremo más rico de esta población, la fracción se reduce al 15%. La otra población dedica el 5.4% de sus gastos en transporte y comunicaciones.

2.1.8 Entorno social Corea del Sur

Lenguaje: coreano e inglés

Religión: cristianos 31.6%

Protestantes 24.0%

Católicos 7.6%

Budistas 24.2%

Otras o desconocidas 0.9%

Ninguna 43.3%

Población: 50, 924,172 (Julio 2016)

Tabla 16. Estructura edad – Corea del Sur

Estructura de edad			
EDAD	PORCENTAJE	HOMBRES	MUJERES
0-14 años	13.69%	3,489,464	3,232,372
15-24 años	13.52%	3,518,488	3,122,997
25-54 años	46.63%	11,687,846	11,214,687
55-64 años	13.14%	3,190,093	3,264,411
65 años y mas	13.02%	2,662,353	3,732,485

Fuente: CIA factbook

Crecimiento de la población: 0.14% (2015)

Población urbana: 82.5% del total de la población (2015)

Urbanización: 0.66% anual (2010-15 est.)

Población principal ciudades

Seúl (capital) 9.774 millones

Busan 3.216 millones

Incheon 2.685 millones

Daegu 2.244 millones

Daejon 1.564 millones

Gwangju 1.536 millones (2015)

Perfil del consumidor y su poder adquisitivo. Gran parte de las familias coreanas son ricas, le dan mucha importancia a las marcas, son bastantes conformistas, es muy importante seguir las tendencias de los famosos locales (cantantes, actores).

El producto ha tenido una gran aceptación por las bebidas en base de pulpas de frutas, es de fácil acceso para cualquier tipo de consumidor ya que se distribuye en tiendas mayoristas, minoristas y en supermercados.

2.1.9 Entorno político Colombia

Nombre oficial: República de Colombia

Tipo de gobierno: República democrática presidencial.

Capital: Santa fe de Bogotá

Cuenta con 3 ramas del poder público:

Rama legislativa. La rama legislativa está conformada por el Congreso, el cual se divide en dos: el Senado de la República y la Cámara de Representantes; y por las Asambleas departamentales y los Concejos municipales. Los miembros del Congreso son elegidos por medio del voto popular para periodos de cuatro años.

Rama ejecutiva. Representa el gobierno. Está conformada por el Presidente de la República, el Vicepresidente, los Ministros y los directores de departamentos administrativos. A nivel departamental está conformada por los Gobernadores y los secretarios de gabinete; y a nivel municipal o distrital por los Alcaldes y sus secretarios de gabinete. El Presidente actúa como Jefe de Estado, Jefe de Gobierno y suprema autoridad administrativa durante un periodo de cuatro años, sin posibilidad de ser reelegido. Para llegar a ese cargo debe ser colombiano de nacimiento, ser ciudadano en ejercicio y tener más de treinta años al momento de la elección.

Rama judicial. Está conformada por las altas cortes y por la Fiscalía General de la Nación. Corte Constitucional; encargada de la Constitución.

Está conformada por nueve magistrados que ejercen durante un periodo de ocho años, a éstos los elige el Senado, la Corte Suprema de Justicia y el Presidente (cada uno propone un candidato).

2.1.10 Entorno político Corea del Sur

Nombre oficial: Republica de korea

Tipo de gobierno: Republica presidencial

Capital: Seúl

El poder ejecutivo. El presidente es el jefe de estado y se encuentra a la cabeza del Gobierno. Es elegido por sufragio universal por un único mandato de 5 años, es el comandante en jefe del ejército y el poder ejecutivo; escoge al Primer Ministro y al Consejo de estado con el consentimiento del Parlamento.

El Primer Ministro no tiene que ser necesariamente miembro del Parlamento. Su papel es ante todo el de asistir al Presidente.

El poder legislativo. La legislatura en Corea del Sur es monocameral. El Parlamento, denominado Asamblea Nacional, cuenta con 299 escaños, distribuidos entre los partidos según un sistema proporcional al número de votos, para un mandato de 4 años.

El brazo ejecutivo del gobierno es directa o indirectamente dependiente del apoyo

2.1.11 Entorno ambiental Colombia

Colombia ocupa el segundo lugar en biodiversidad en el mundo y está entre las 12 naciones más diversas, cuenta con alrededor del 10 por ciento de la fauna y flora de la Tierra, es el primero en diversidad de aves, porque tiene entre 1.860 y 1.885 especies, ocupa el primer lugar en especies de orquídeas con 4.010. Ocupa el segundo lugar en diversidad de plantas; tiene alrededor de 41.000 clases. Es el tercer país del mundo en diversidad de reptiles 524 especies y palmas 231 especies y el cuarto en diversidad de mamíferos 479 especies.

Colombia es conocida por sus esmeraldas, por tener bajo su cielo a 763 clases de anfibios, 1.435 especies de peces dulceacuícolas y 3.273 especies de mariposas.

2.1.12 Entorno ambiental Corea del Sur

Corea del Sur, tiene escasos recursos naturales por lo que debe importar la mayoría de sus productos alimentarios, ya que no tiene casi recursos agrícolas y de ganadería

Los pocos recursos naturales que tienen son con el carbón, mineral de hierro y grafito, plata, cobre, plomo, uranio y tungsteno; también tiene potencial para generar energía hidroeléctrica.

Actualmente el gobierno ha comenzado a preocuparse por el tema del medio ambiente y está haciendo esfuerzos para mejorar su situación como fomentar las industrias verdes que pretende mejorar el medio ambiente del país; debido al gran desarrollo económico, industrial, al crecimiento de las ciudades que ha llevado a la deforestación y continúa destrucción de los ecosistemas. Han solucionado problemas, como la calidad del agua en los hogares, que se ha hecho segura para el consumo, pero también el gobierno continúa teniendo temas pendientes que como mejorar la calidad del aire, la lluvia, etc.

El capítulo anterior se elaboró como producto de una investigación de las siguientes fuentes: CIA factbook, universia, DANE, Fenalco, korea.net, portafolio.

2.2 Sector o Industria

Colombia es un país el cual la mayoría de sus exportaciones son basadas en productos del sector primario, esto es muy preocupante, teniendo en cuenta que este es un sector el cual es muy mal remunerado, ya que estos son productos que no tienen un valor agregado, y peor aún es que estos recursos no son renovables por lo cual no se puede abusar de la explotación de ellos.

Aunque este panorama ha cambiado un poco en los últimos años, ya que se ha impulsado más el sector manufacturero con los diferentes acuerdos comerciales y apoyo de algunas entidades públicas, el panorama sigue siendo muy desalentador

Figura 10. Participación de productos minero energéticos en el PIB



Fuente: procolombia

Por lo anterior y teniendo en cuenta que Colombia es un país con muchas riquezas naturales, que debe desarrollar una ventaja competitiva la cual nos dé un reconocimiento y nos haga un país interesante para hacer negocios, se decide comenzar este proyecto que hace parte del sector agro industrial, sector el cual consideramos puede ser muy potencial para dar a conocer el país en el mundo.

Por lo anterior y teniendo en cuenta que Colombia es un país con muchas riquezas naturales, a las cuales les debe dar un valor agregado sin abusar de ellos, se pueden utilizar recursos de manera consiente para así desarrollar una ventaja competitiva la cual nos dé un reconocimiento y nos haga un país interesante para hacer negocios, se decide comenzar este proyecto que hace parte del sector agro industrial, sector el cual consideramos puede ser muy potencial para dar a conocer el país en el mundo.

2.2.1 Sector al que pertenece el proyecto

Sector secundario:

Transformación, manufactura

El sector secundario es aquel dedicado a la transformación de las materias primas que obtiene el sector primario. Es decir: mientras que el sector primario se limita a obtener de manera directa los recursos de la naturaleza, el sector secundario apela a procedimientos industriales para transformar dichos recursos.

Se divide en dos sub-sectores: industrial extractivo e industrial de transformación:

Industrial de transformación: envasado de legumbres y frutas, embotellado de refrescos, fabricación de abonos y fertilizantes, vehículos, cementos, aparatos electrodomésticos, etc. (Banco de la república, s.f.)

Historia:

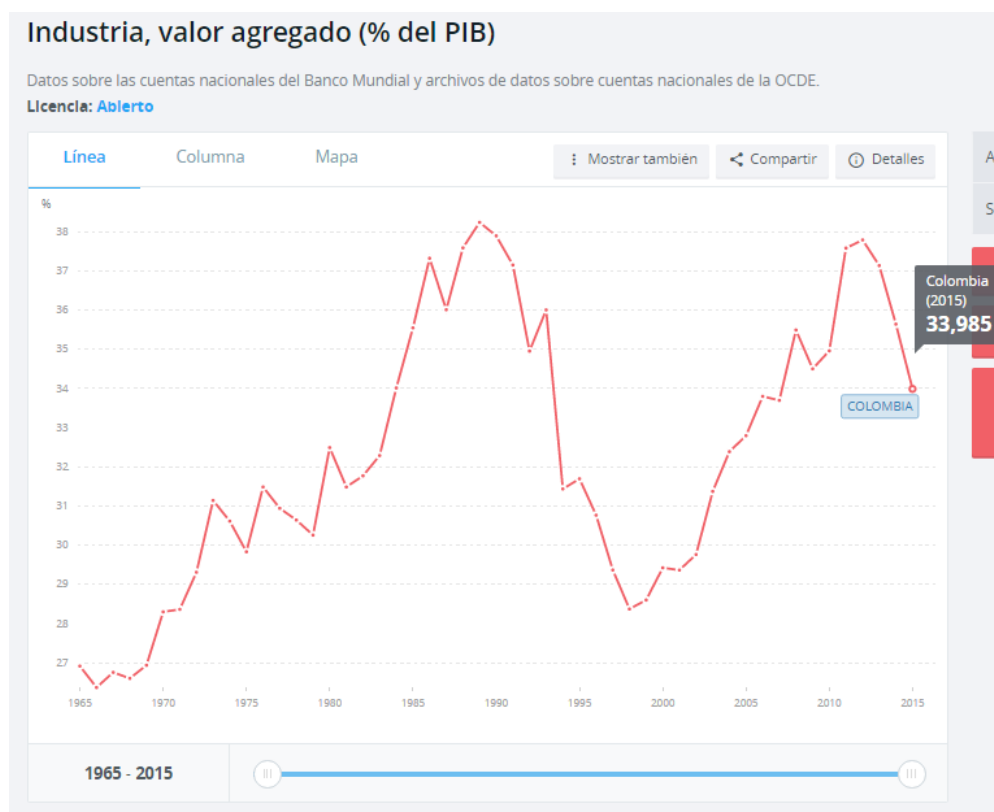
Las primeras empresas en el sector industrial en Colombia surgieron a fines del siglo XIX y se fueron aumentando con mayor aceleración en las primeras décadas del siglo XX, esto debido a los beneficios que se dieron producto de la reconstrucción postguerra de la segunda guerra mundial, de la expedición de ciertas leyes proteccionistas, de la ampliación del mercado motivada por una elevación de los ingresos generados por la venta del café.

En Antioquia, más específicamente en Medellín, en los tiempos de la Guerra de los Mil Días se impulsa el sector industrial textil con el comienzo de la producción de tela por parte de algunos distribuidores que antes la traían de Inglaterra debido a las dificultades para importar por la guerra antes mencionada.

En los 90's aparecen las principales compañías textiles como "Fabricato" y "Coltejer", también la productora de bebidas carbonatadas "Postobon". Empresas las cuales hoy por hoy siguen siendo de las más importantes de país.

En el siglo XX se desarrolló la producción en varios sectores industriales, el sector de alimentos a escala industrial como el, tabaco, caucho, aluminio, hierro, acero, confecciones, cemento, empaques plásticos y de papel, vidrio, petróleo..." (Quintero, 2013, p21))

Figura 11. Industria en el PIB Colombia 1965-2015



Fuente: Banco mundial

En Colombia al igual que la mayoría de países, se ha dado una tendencia al crecimiento del sector industrial. Este crecimiento se ha dado, debido a que la globalización ha permitido que las nuevas tecnologías se difundan cada vez de rápido, y que, gracias a estas tecnologías, los procesos de las compañías son cada vez más estandarizados, rápidos, eficaces y eficientes. Para así brindar al consumidor el mejor producto terminado posible. Este desarrollo, en el país se dio como resultado de la implementación del modelo de la Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI), implementado por la CEPAL (Comisión Económica Para América Latina y el Caribe), donde se destaca una priorización en la protección a la producción nacional, complementadas con las políticas de crédito de fomento, por medio de tasas de interés subsidiadas por el estado. (Cruz & Perdomo Rosas)

Por otra parte, crecimiento de este sector también se debe a que en la industria se le da un valor agregado a los productos del sector primario lo que los convierte en más útiles y competitivos. En Pure Fruit se pretende incluirle valor agregado a la fruta después de la cosecha con el procesamiento de la pulpa, para su posterior comercialización en los mercados nacional e internacional.

Sector industrial hoy en Colombia. La ministra de Comercio, Industria y Turismo, Cecilia Álvarez-Correa, afirmó: “Pese a la complicada coyuntura internacional, llevamos seis meses consecutivos en terreno positivo, lo que demuestra la fortaleza del mercado interno colombiano y la recuperación de la industria”

Este crecimiento se debe más que todo debido a de la refinería Reficar, y al alza del dólar, porque, aunque no se exporta mucho, los divisas que entran son muy importantes para la economía nacional

Desde 4 décadas para atrás la economía coreana, ha crecido muy rápidamente, este crecimiento se ha dado en su mayoría gracias al crecimiento del sector industrial en este país, según korea.net

“La tecnología de información es el elemento de mayor influencia en la economía coreana un sector industrial que implica tanto habilidades requeridas para gestionar la innovación y reformas administrativas como pericia en computación, software, internet, multimedia, y dispositivos de comunicación”. (korea.net, s.f.)

Por otro lado, y también muy importante para Corea, está la construcción naval, la cual es otra industria surcoreana de gran éxito, “en 2011 obtuvo órdenes de construcción de embarcaciones por un total de 13,55 millones de CGT (Tonelada Bruta Compensada, por sus siglas en inglés), ocupando el 48,2% del total de contrataciones del mercado mundial”

Esta es una cifra muy importante, ya que significa que por lo menos la mitad de la producción mundial en esta industria, es realizada por los coreanos. Cabe resaltar que Corea del sur cuenta con una ventaja competitiva en este sector, ya que son muy buenos para construir embarcaciones como: plantas offshore (o en altamar), buques portacontenedores de gran escala, y buques transportadores de GNL

También en el año 2012 Corea de posesionó como uno de los países más importantes en términos de producción de automóviles, este importante lugar, se lo han ganado gracias a que han estado mejorando sus estándares de calidad y también gracias a la gran apertura económica que ha vivido este país en la última década, la cual le ha permitido firmar tratados de libre comercio con muchos países y expandir su mercado. (santandertrade, s.f.)

Para concluir este análisis sectorial, podemos decir que el sector agrícola y el industrial son dos sectores muy importantes para el crecimiento y la generación de empleo en el país; pero así mismo, han sido de los más descuidados por el estado, ya que se estaban ofreciendo garantías a las personas que se dedican a estos, ni se está fomentando al desarrollo de ellos.

Este panorama ha cambiado en el último año, ya que debido a la caída del petróleo Colombia se ha visto obligado a producir otros productos con valor agregado y se consideran los productos agrícolas, uno de los productos potenciales para poder formar una ventaja competitiva.

Es indiscutible que el sector agrario está pasando por un momento muy especial, las cifras lo demuestran y el compromiso del Gobierno lo ratifica

Es importante que se estén dando estos cambios

CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Objetivos del mercado

- Brindar a nuestro cliente el mejor producto, que se identifique por su buen sabor y naturalidad.
- Ser reconocidos por nuestros clientes como una empresa responsable que cumple de manera oportuna
- En dos años ser una de los distribuidores más importantes de pulpa de piña mango en Corea del sur

3.2 Mercado meta

Se escogió a Corea del Sur como mercado objetivo porque lo consideramos un país que tiene mucho potencial como cliente para Colombia, ya que este es un país con una gran capacidad de compra, que ha tenido un crecimiento económico muy importante y que además importa muchos alimentos por que no cuentan con los recursos necesarios para suplir esta demanda.

Otro factor que impulsa la realización de negocios con Corea del Sur, es el TLC suscrito, ya que con este se facilita más la entrada a este país en cuestiones de normatividad y por supuesto de la disminución de tributos.

3.3 Perfil del Mercado Potencial de Bienes y/o Servicios

Corea del sur es un país ubicado en el Este asiático, pertenece al sur de la península de corea, limita al norte con corea del norte, al este con el mar de Japón, al sur con el estrecho de corea y al oeste con el mar amarillo.

Corea del sur tiene una población aproximada de 50, 924,172 habitantes, cuya lengua materna es el coreano. Sin embargo, el inglés es ampliamente enseñado en la escuela secundaria y preparatoria.

La población de corea del sur está dividida en 9 provincias

Figura 12. Posición geográfica de corea



Fuente: google images

Los clientes que se consideran potenciales potencial para este producto son Institucionales: Restaurantes, Hoteles, casinos, Clubes y Universidades, Tiendas, Colegios, Panaderías y Heladerías, ya que en la cultura de este país se tiende mucho al consumo de alimentos por fuera del

La ciudad a la que se pretende llegar en un principio es a Seúl ya que esta es la capital o por lo cual es la sede de las empresas más grandes del mundo como Kia Motors, Daewoo, Ite, Hyundai, Samsung, grupo LG, entre otras. lo cual hace que los habitantes de esta ciudad tengan un mayor poder adquisitivo y mayor flujo de dineros

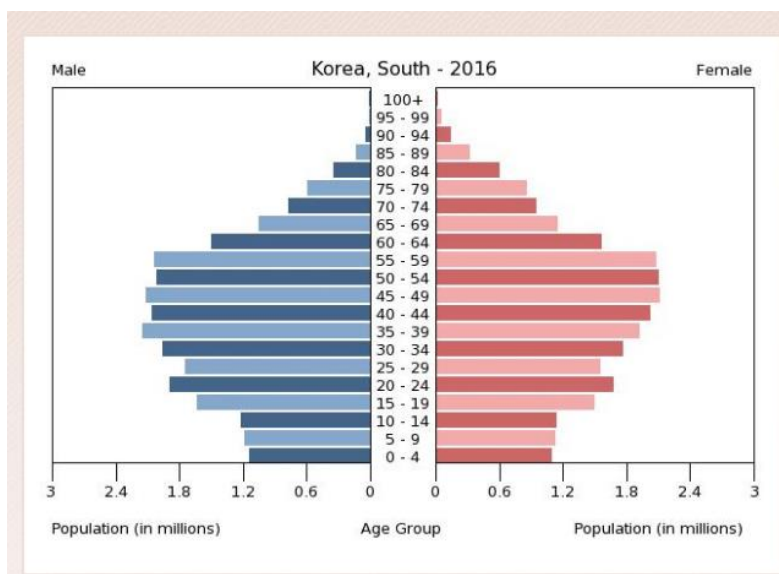
Otro factor es que esta ciudad es considerada la quinta ciudad más poblada del mundo con casi 11 millones de habitantes, y es centro político y económico de corea del sur.

3.3.1 Edad de la población

La población de corea del sur alcanzo los más de 50 millones de habitantes para julio del 2016, de los cuales el 13.45% son menores de 14 años de edad, el 13.08%

pertenece a la población de los 15 a los 24 años de edad. El mayor número de habitantes pertenece a la edad entre 25 y 54 años de edad, el 14.1% pertenece a la población entre los 55 y 64 años de edad y el 13.53 % pertenece a las personas mayores de 65 años de edad.

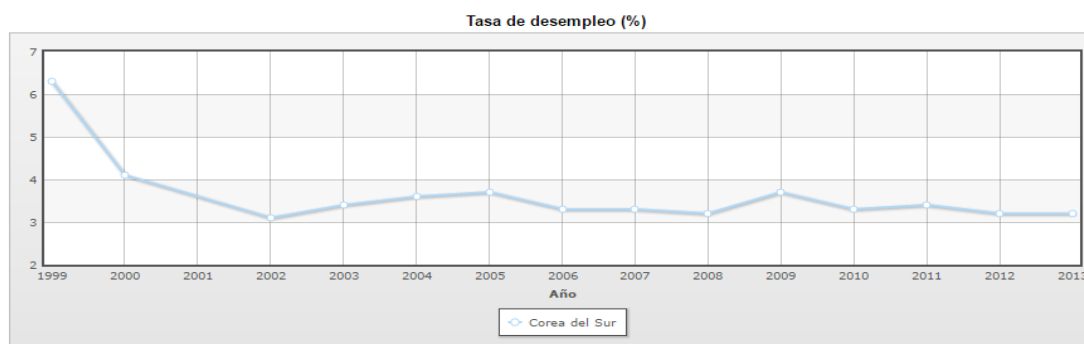
Figura 13. Distribución por edad de la población de corea del sur



Fuente: CIA

3.3.2 Desempleo

Figura 14. Tasa de desempleo Corea del sur



Country	1999	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Corea del Sur	6,3	4,1	3,1	3,4	3,6	3,7	3,3	3,3	3,2	3,7	3,3	3,4	3,2	3,2

Fuente: Inxmundi

3.3.3 Nivel de educación

Corea del sur tiene uno de los mejores sistemas educativos del mundo, ocupa el sexto lugar. El principio fundamental del sistema educativo coreano es fomentar la formación como medio para el crecimiento económico del país; el gobierno destina 7% del PIB a la educación, los alumnos pueden acceder a estudiar en otros lugares del mundo. (Universia)

Tabla 17. Estructura del sistema educativo en corea

Tabla resumen de los niveles educativos

Periodo educativo	Edad	Años necesarios
Guardería	3-6 años	No es obligatorio
Escuela elemental	7 -12 años	6
Escuela primaria	13- 15 años	3
High School	16 -18 años	3
Junior College	19 -21 años	2-3
Universidad	19-22 años	4
Postgrado		
MA Degree	22-24	2-3
PH Degree	24-27	2-4

Fuente: Universia

3.3.4 Criterios de compras

El consumidor coreano se preocupan por el nombre de la marca y las características de salud del producto, pero también se preocupan por el servicio posventa.

El consumidor coreano antes de comprar un producto nuevo busca en internet y en redes sociales.

Las modas son muy importantes y quienes las imponen tienen gran influencia en ellos.

3.3.4.1 Grupos de consumidores en Corea del Sur

- Princess club: mujer de 15 a 30 años, la imagen es lo más importante, compran frecuentemente en los mercados de descuentos, les gusta los días de celebraciones (día de san Valentín, Black/ White day, etc.)
- Mundo gadget: Hombre de 15 a 30 años, su vida vive rodeada a la tecnología, antes de comprar un gadget (móvil, mp3, tv, Xbox, etc.) se informan bien en internet.
- Queens: Mujer de 30 a 55 años, dedican gran parte de su tiempo libre al cuidado personal (cosméticos, productos de belleza, etc.) , se encargan de las compras del hogar y frecuentan comprar por internet.
- Status quo: Hombre de 35 a 55 años, gastan mucho en la educación y manutención de sus hijos, compran ropa de marca, carros lujosos, casas caras, esto les da más status social.
- Global brain: Hombres y mujeres de 20 a 35 años, mayormente solteros su nivel de información influye en el diseño del producto, participan en eventos, fiestas y salir de vacaciones. (Casa Asia)

3.4 Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios

Tabla 18. Cuantificación de los Clientes Potencial de Bienes y/o Servicios

LUGAR	CANT	DINERO	CRECIMIENTO
HOTELES	46.210	\$11,111,883	5.4%
RESTAURANTES	650.890	\$83,819,931	8.5%
TIENDAS BEBIDAS NO ALCOHOLICAS	55693	\$4.294.162,00	31%

Fuente: gain.fas.usda.gov

3.5 Mercado Competidor

Tabla 19. Mercado competidor

Producto: 081190 Otras frutas congeladas		
Exportadores	2012	2013
Mundo	82	92
China	29	29
Chile	13	22
Estados Unidos	20	18
Vietnam	7	10
Canadá	7	6
Tailandia	3	3
Perú	1	1
Filipinas	1	1
Nueva Zelandia	1	1
Polonia	0,2	0,2

Producto: 080610 Uvas frescas		
Exportadores	2012	2013
Mundo	139	177
Chile	118	144
Estados Unidos	16	20
Perú	5	12

Fuente: direcon

El principal mercado con el cual tiene que comenzar a competir los productos colombianos en Corea el sur es Chile, ya que este país, es el proveedor de Corea en 18 de los 24 capítulos agrícolas considerados bajo el Sistema Armonizado. De esta forma, Chile lidera los envíos de pescados y crustáceos, seguidos de carne y despojos comestibles y frutos comestibles.

Chile tiene preferencias arancelarias por la firma del TLC con Corea, desde abril de 2004.

Figura 15. Empresa competidora N°1



Fuente: <http://www.verfrut.cl/>

El Grupo Verfrut es una empresa frutícola de capitales chilenos dedicada a la producción, procesamiento y exportación de fruta fresca

Sociedad Exportadora Verfrut

Dedicada a la exportación de fruta. La exportadora nace en 1996 y actualmente la exportación de fruta fresca alcanza los 7 millones de cajas (65 millones de KG aprox). El 100% de la fruta exportada por Verfrut es de producción propia.

Figura 16. Empresa competidora N°2



Fuente: <http://www.frutasol.cl/esp/exportadora.html>

Las empresas Agrícola Frutasol Chile S.A., Agroindustrial Frutasol S.A. y Exportadora Frutasol Chile S.A., ofrecen un servicio integral que va desde la producción, almacenaje en frío, embalaje y posterior exportación de los productos, cumpliendo los más altos estándares de calidad exigidos por los mercados.

Frutasol, alcanza un volumen de exportación alcanza a las 800.000 cajas. Se cierra así un ciclo que comienza en la zona central de Chile y finaliza en los más diversos lugares del mundo.

3.6 Mercado Distribuidor

La estrategia de negocios que Pure Fruit va a implementar para llegar y posesionarse en el mercado sur coreano es un “joint venture”, este modelo de negocio consiste en una definición utilizada en el mundo de los negocios para describir la acción de juntarse o asociarse dos o más empresas para la consecución de un proyecto común es el resultado de un compromiso entre dos o más sociedades, cuya finalidad es realizar operaciones complementarias en un negocio determinado. (Diccionario temas económicos)

3.6.1 Distribuidor Tropical María

Esta compañía tiene dos líneas de negocio, una consiste en tiendas distribuidas que vender bebidas preparadas a base de fruta la otra la comercialización y distribución de los tipos de puré (endulzado y natural) y fruta cortada.

El joint venture se pretende realizar con la compañía Tropical María. Esta es una compañía con sede en Japón y Corea del Sur, que se encarga de comprar las mejores frutas frescas congeladas y procesadas de Sur y Centro América, para luego de distribuir la fruta en Corea y Japón.

Figura 17. Distribuidor tropical María



Fuente: ASC

Tropical maría compra la pulpa de fruta a frutos del campo directamente y ya ello se encarga de la distribución y de poner el precio a criterio de ellos, se tienen negociado el envío de un contenedor de 10 toneladas mensualmente de las cuales 6 son de pulpa de fresa y 4 de mora

Fortalezas. Teniendo en cuenta la barrera del idioma y geografía que tienen las empresas colombianas para llegar al continente asiático. Pulpy Fruit escogió este es el modelo de negocio, ya que para con este, nos evitamos tener que entrar a competir con empresas que ya están posesionadas, por otro lado, de esta manera se reducirían los costos en distribución publicidad y todos los gastos en los que incurriría la empresa para poder empezarse a dar a conocer.

3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación

3.7.1 Comunicación

- Logo de la Empresa
- Slogan de la Empresa

Pure colombian taste



Rojo: nuestras principales frutas son la fresa y la mora, ya que casi siempre se identifica con este color.

Verde: queremos dar entender que es un producto 100% natural lo cual es asimilado con este.

3.7.2 Actividades de promoción y divulgación

Debido a la estrategia de permealización que vamos a utilizar es el joint venture, la publicidad será hecha por nuestro cliente distribuidor.

Para darnos a conocer pretendemos ir a feria como seúl food & hotel, entre otras.

3.8 Plan de Ventas

Frutas del campo plantea 3 escenarios: pesimista, medio y optimista.

El escenario medio es el 100% de las ventas que se van a vender

El escenario pesimista es el 80% del escenario medio

El escenario optimista es el 125% del escenario medio

Estos ingresos por escenario son mensuales, en el promedio de 5 años.

Tabla 20. Plan de ventas

INGRESOS MENSUALES POR AÑO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1 Mes	AÑO 2 Mes	AÑO 3 Mes	AÑO 4 Mes	AÑO 5 Mes
Ventas Mensuales Pesimista	\$ 90.833.609	\$ 98.160.084	\$ 106.077.500	\$ 114.633.520	\$ 123.879.653
Ventas Mensuales medio	\$ 113.542.011	\$ 122.700.105	\$ 132.596.875	\$ 143.291.900	\$ 154.849.567
Ventas Mensuales Optimista	\$ 141.927.514	\$ 153.375.131	\$ 165.746.093	\$ 179.114.875	\$ 193.561.958
Ventas Promedio Mensuales	\$ 115.434.378	\$ 124.745.107	\$ 134.806.823	\$ 145.680.098	\$ 157.430.393
Unidades Promedio Mensuales	\$ 10.980,00	\$ 11.441,16	\$ 11.921,69	\$ 12.422,40	\$ 12.944,14

Fuente: elaboración propia

3.8.1 Proyección de la demanda

La proyección de la demanda está calculada a 5 años, con un aumento del 4.2% Anual, Frutas del campo plantea 3 escenarios: pesimista, medio y optimista.

El escenario medio es el 100% de la demanda que desea tener

El escenario pesimista es el 80% del escenario medio

El escenario optimista es el 125% del escenario medio

Al finalizar la casilla se puede observar las unidades promedio de demanda mensuales

CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL

4.1 Tratados comerciales

Este acuerdo comercial es una relación bilateral que fue firmado este año, tiene como beneficios las materias primas e insumos que clasifican bienes industriales tiene desgravación inmediata.

Lo que buscan estos tipos de acuerdos es disminuir las barreras en la negociación entre países, buscando como beneficio el aumento de ventas y de trabajo en ambas partes.

A corto plazo, los sectores más favorecidos son los de manufacturas de cuero, confecciones, productos farmacéuticos y artículos promocionales.

A mediano plazo, las flores, derivados de café, confitería y las tendencias del mercado coreano, como bebidas a base de polvos, bebidas a base de pulpa de fruta entrarán con arancel cero a Corea.

Este tratado de libre comercio entre corea del sur y colombia es el primero acuerdo que se suscribe con algun pais del continen asiatico, esto resultaria como una oportunidad para colmbia de darse a conocer en este continente que cuenta con un gran potencial para negociar, ya que estos paises cuentan con una cultura de comercio internacional muy interesante

¿Por qué Asia es atractivo para Colombia?. Porque esta region representa alrededor del 60% de la población, el 35% del PIB (AméricaLatina es el 9%), aporta el 31% de las exportaciones mundiales y adquiere el 31% de las importaciones del mundo.

Se trata de economías que se han desarrollado de manera extraordinaria en las últimas décadas, con lo cual podemos entender que el poder adquisitivo va en aumento lo cual lo hace atractivo para la inversion exrajera.

¿Por qué un Acuerdo Comercial con ese país?.De tiempo atrás se vienen adelantando gestiones para que los empresarios colombianos, tanto de bienes como de servicios, logren acceso preferencial a diferentes mercados. En este caso particular, el objetivo es estrechar lazos comerciales con los países asiáticos y atraer inversión

productiva. Hay que recordar que este es el primer Acuerdo con un mercado asiático, la región económicamente dinámica del mundo.

un reto en materia de competitividad, pero a la vez la opción de penetrar en un mercado con un potencial inmenso, gran poder adquisitivo y con mucho conocimiento por compartir.

Porque el país no puede quedarse atrás en materia de comercio con Asia, uno de los continentes que más fuerza comercial viene mostrando en el mundo.

Es por ello que los empresarios colombianos deben estrechar lazos comerciales con los países asiáticos y atraer inversión productiva.

¿Qué se negoció en el Acuerdo?-El acuerdo negociado con Corea del Sur es un acuerdo comprensivo que abarca diferentes disciplinas que van más allá del comercio de bienes e incluye disciplinas como comercio de servicios, inversión, compras públicas y cooperación entre otros.

El acuerdo contiene un total de 22 capítulos que cubren: Acceso a Mercados de bienes industriales y agrícolas, Reglas de Origen, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Obstáculos Técnicos al Comercio, Defensa Comercial, Inversión, Propiedad Intelectual, Comercio y Desarrollo Sostenible, Cooperación. El Acuerdo también contempla un Preámbulo, Provisiones Iniciales y Definiciones, Asuntos Institucionales, Política de Competencia, Administración Aduanera y Facilitación del Comercio, Compras Públicas, Comercio Transfronterizo de Servicios, Entrada Temporal de Personas de Negocios, Telecomunicaciones, Comercio, Electrónico, Cooperación Transparencia, Solución de Controversias, Excepciones y Provisiones Finales.

¿Cuáles son los sectores más beneficiados en Colombia con este Tratado? Esta negociación es especialmente importante para el sector agropecuario, agroindustrial, manufacturero dado que Corea es un gran importador de estos productos del mundo. También se trata de un gran inversionista en el exterior en áreas que coinciden con necesidades colombianas como la infraestructura y el desarrollo tecnológico.

Igualmente, la economía coreana tiene múltiples complementariedades con la economía colombiana. De hecho, hoy en día Corea es un importante proveedor de materias primas de diversos sectores de la economía nacional.

4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

Tabla 21. Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios

Aranceles

Pulpas y conservas de frutas - Corea del Sur				
Posición	Descripción	Arancel general	Arancel Colombia después de entrada en vigencia TLC	Periodo de desgravación Colombia (años) ⁶
20.08.99	Pulpas de frutas	45%	38,6%	7
20.07.99	Conservas de frutas	30%	24%	5

Fuente: MacMap

Fuente: procolombia

Como se puede apreciar en la tabla anterior la pulpa de fruta tuvo una desminucion de gravamenes

4.3 Requisitos y vistos buenos

Documentos requeridos:

- 2 Facturas comerciales
- Factura consular cuando es requerida por el oficial de aduana
- Licencia de importación
- Certificado de origen
- Carta de garantía del banco.

Licencias y vistos buenos:

- Los alimentos exportados que deseen llegar al mercado coreano deben cumplir con las normas KFDA.
- Las exportaciones para poder entrar a este país deben cumplir con 4 requisitos fundamentales:

Licencias previas: la mayoría de bienes para entrar a este país no necesitan de estas licencias

Notificaciones: los alimentos deben ser autorizados por la KFDA, entidad la cual se encargara de hacer la respectiva inspección de acuerdo a las leyes alimentarias.

Registro de importadores: se hace ante la KFDA y su aceptación dependerá de los ingredientes del producto, embalaje, instalaciones del sitio de fabricación, administración de la seguridad de alimentos durante su fabricación y conservación para el producto ya terminado.

Proceso de inspección: los alimentos exportados que deseen llegar a Corea del Sur, deben ser previamente inspeccionados y puestos en cuarentena si así lo amerita.

Normatividad de embalaje. La normativa que aplica para Corea del Sur con respecto a el embalaje de las mercancías, es basada en la norma NIMF-15, medida la cual controla la introducción y propagación de plagas relacionadas con la madera (estibas), por lo tanto si el producto que se va a exportar a este país cuenta con estibas para su embalaje, debe asegurarse primero de que estos objetos estén autorizados por el ICA, entidad encargada de esta certificación en Colombia.

4.4 Capacidad Exportadora

Tabla 22. Capacidad exportadora

PRODUCTO	CANTIDAD KG
PULPA DE MORA	6,48
PULPA DE FRESA	4,32

Fuente: elaboracion propia

Figura 18. Exportaciones Colombia a Corea del Sur por sector:



Fuente: Procolombia

4.5 Participación en Ferias Especializadas

El objetivo de la empresa es hacer presencia en ferias donde se considere se puedan hacer negocios y donde, donde se pueda dar a conocer el producto. Como mercado meta es Corea del sur, de pretender asistir a la principal feria internacional de alimentos llamada:

Seul food and hotes, esta es una feria internacional para la industria de alimentos, bebidas, panadería, insumos para hoteles, restaurante, foodservice y supermercados, ya que estos son los mercados objetivo de Pure Fruit.

La finalidad de esta es servir de escenario de negocios, por medio de la oferta y exhibición de productos, novedosos procesos de producción, materiales, suministros y la divulgación de las últimas tendencias del mercado.

Adicionalmente se llevan a cabo charlas técnicas y comerciales, para capacitar a la industria y se realizan ruedas de negocios para promover encadenamientos entre las mismas empresas del sector gráfico y las de otros sectores. (Portal ferias, 2014)

Figura 19. Feria de alimentos



Fuente: http://www.seoulfoodnhotel.co.kr/2009_IFIES_allworld/index.asp

Tabla 23. Gastos feria de negocio en Corea

GASTO	USD	COP
Inscripción a la feria	\$350,00	\$1.085.000,00
Montaje del stand	\$200,00	\$620.000,00
viáticos para dos personas (3 días)	3500	\$10.850.000,00
Material de promoción	\$150,00	\$465.000,00
TOTAL GASTOS	\$4.200,00	\$13.020.000,00
tasa de cambio 3.100 pesos por cada dólar		

Fuente: elaboración propia

4.6 Rutas de Acceso

Debido al cierre de la frontera terrestre con Corea del Norte y extensa y fácil conexión al mar, han hecho que el medio más usado para el transporte de mercancías sea el marítimo,

es por esto que Corea del Sur posee 16 puertos marítimos ubicados sobre sus costas, y los dos más importantes son los de Busan e Incheon.

Figura 20. Acceso marítimo



Fuente: procolombia

El transporte marítimo a Corea del Sur es de gran importancia, ya que este país importa más de medio billón de dólares en productos provenientes de todo el mundo. Del transporte marítimo a Corea del Sur una opción prioritaria en las exportaciones al continente asiático.

Corea cuenta con tres principales autoridades portuarias: la autoridad portuaria de Busán (BPA), la autoridad portuaria de Incheon (IPA) y la autoridad portuaria de Ulsan (UPA). El total de mercancías que pasa por los puertos coreanos es de unos 17 millones de TEUs. En términos de cifras de paso de mercancías, las importaciones y exportaciones alcanzan los 11 millones de TEUs, mientras que la carga de tránsito alcanzó los 6 millones de TEU.

Figura 21. Autoridad portuaria



Fuente: LEGISCOMEX

Tabla 24. Frecuencias y tiempos de tránsito vía marítima Colombia-Corea del Sur

Origen	Destino	Tiempo de Tránsito directo (días)	Tiempo Tránsito con conexión (días)	Frecuencia
Barranquilla	Pusan - Busan		30-40	Semanal
Buenaventura	Pusan - Busan	28-46	23-58	Semanal
Cartagena	Pusan - Busan	31	23-53	Semanal

Fuente: Procolombia

Figura 22. Navieras que prestan servicios a Corea del Sur



Fuente: Procolombia

Figura 23. Acceso aéreo



Fuente: procolombia

Existen ocho aeropuertos internacionales, incluyendo el aeropuerto internacional de Incheon, y siete aeropuertos domésticos. Alrededor de 77 líneas de pasajeros y cargamento internacionales operan con vuelos frecuentes entre Corea y muchos países de todo el mundo.

Tabla 25. Aerolíneas que prestan servicios Colombia-Corea del Sur

AEROLINEA	CONEXIONES	FRECUENCIA	CLASE
 AIR CANADA	VANCOUVER – CANADA TORONTO – CANADA	Todos los Días	Pasajeros
 Continental Airlines Cargo	HOUSTON – ESTADOS UNIDOS	Todos los Días	Pasajeros
 Martinair CARGO the can do crew	AMSTERDAM - PAISES BAJOS	Martes a Domingo	Carga
 cargolux	LUXEMBURGO - LUXEMBURGO	Martes, Viernes y Domingo	Carga
 aerolias	MIAMI – ESTADOS UNIDOS TAIPEI - TAIWAN	Lunes a Sábados	Carga
 Lufthansa	FRANKFURT - ALEMANIA	Martes a Domingo	Carga

Fuente: Procolombia

4.7 Liquidación de Costos de Importación y Precios de Exportación

Tabla 26. Costos por exportacion y precios de exportación

COSTOS POR EXPORTACION DE: PULPAS DE FRUTA DE MORA Y FRESA A COREA DEL SUR			
FECHA: 15 de noviembre de 2016			
PRODUCTO: PULPA DE FRUTA			
PARTIDA ARANCELARIA: 20.08.99			
MODO DE TRANSPORTE: maritimo			
TIPO DE CARGA: 30 pallets			
UNIDAD COMERCIAL Y CANTIDAD: 9000 UNIDADES			
PESO NETO TOTAL: 9 TONELADAS			
PESO BRUTO TOTAL: 10.8 Toneladas			
PUERTO o AEROPUERTO DE SALIDA: Puerto de Buenaventura			
PUERTO o AEROPUERTO DE LLEGADA: Busan			
ITEM	VALORES EN PESOS	TRM AL DIA	TRM PROYECTADA
		3100,00	2600,00
VALOR EXW	38.133.000	12300,97	14666,54
Transporte Local	1.200.000	387,10	461,54
Gastos Varios	60.000	19,35	23,08
Intermediacion aduanera	170.000	13,82	11,59
Elaboracion DEX	20.000	6,45	7,69
Planilla traslado zona primaria	20.000	6,45	7,69
Incorporacion al MUISCA	20.000	6,45	7,69
Elaboracion certificado de origen	40.000	12,90	15,38
Comunicaciones y papelería	27.000	8,71	10,38
VALOR FOB	39.690.000	12803,23	15265,38
Flete internacional	2.512.215	826,80	966,24
Due Agent	75.962	25,00	29,22
Due Carrier	136.731	45,00	52,59
Corte de Guia	75.962	25,00	29,22
VALOR FAS	42.490.870	13725,03	16342,64
Seguro Internacional	163.397	52,71	62,85
VALOR CIF	42.654.267	13777,73	16405,49
Arancel 38%	16.208.621	5228,59	6234,09
impuestos10%	5.886.289	1898,80	2263,96
transporte interno des	1.200.000	387,10	461,54
VALOR DDP	65.949.177	21292,22	16867,03

Fuente: elaboracion propia

CAPITULO V. ANÁLISIS TÉCNICO

5.1 Descripción del proceso de producción

Figura 24. Descripción del proceso de producción



Fuente: elaboración propia

Orden De Pedido De La Materia Prima: el encargado de compras de la empresa se comunica con el proveedor de la materia prima y le solicita el pedido de la cantidad adecuada para la elaboración del producto.

Recepción de la materia prima: Consta de recibir la cantidad de materia prima requerida, verifica el estado de la fruta, la cual debe encontrarse en buen estado para la elaboración del producto.

Pesaje de la fruta: El propósito de esta operación es determinar, conocer la cantidad y rendimiento de la fruta.

Pago de la materia prima: Consta en realizar el pago del pedido al proveedor, después de haber realizado la inspección.

Selección de la fruta: Consta en escoger la fruta que este en buen estado, que no tenga hongos, que no esté mallugada, que no esté muy madura, que no tenga colores extraños, ya que estos incurrir en el deterioro de la pulpa.

Prelavado: La fruta debe ser sumergida en un tanque con agua y desinfectante por unos minutos, donde se remueve las impurezas, para facilitar los procesos de lavado.

Lavado: La fruta debe ser lavada con agua potable, para terminar de sacar las impurezas.

Escaldado: El escaldado es un procedimiento térmico aplicado a frutas y verduras con el objetivo de ablandar el tejido de la fruta, disminuye la contaminación de la fruta y a reducir alteraciones en las características del color, sabor, y apariencia de la pulpa durante la congelación y descongelación. Esta operación consta de dejar hervir la fruta por unos minutos.

Despulpado: Esta operación consta en separar la pulpa de los demás residuos como las semillas y cáscaras.

Refinado: Solo aplica para cierto tipo de frutas, para la cual se requiere hacer más pura la pulpa, como terminar de eliminar pequeños residuos de cascara y semilla.

Ensayo: Se le realiza a la pulpa un análisis, donde se evalúan características como sabor, olor, color y textura y análisis fisicoquímicos de acidez, pH, para determinar la aprobación de la pulpa de acuerdo a los parámetros establecidos

Empacado de la pulpa de fruta: primero se debe desinfectar los utensilios; para el empaque se utilizan bolsas plásticas de alta densidad, con capacidad de 1000 gramos para el empaque institucional. Al llenar se debe evacuar el aire al máximo y sellar herméticamente, para luego almacenar a una temperatura de -18°C .

Sellado y etiquetado: el empaque que será utilizado para empacar las pulpas de frutas al vacío son las bolsas de polipropileno personalizadas donde aparece la etiqueta en

la cual se indicara las características del lote producido, sabor, fechas de vencimiento indicadas y el nombre de la empresa, la bolsa se cierra con sellador térmico.

Control de calidad al producto terminado: Se realiza una inspección al producto terminado, donde se evalúan características como color, textura, empaque, sellado y etiquetado para determinar la calidad del producto terminado de acuerdo a los parámetros establecidos.

Embalaje: La pulpas serán embaladas en canastillas plásticas para su almacenamiento 30 kilogramos por canastillas.

Almacenamiento: Las pulpas serán almacenadas en cuartos fríos a temperatura entre -10°C y -20°C . Las canastillas serán marcadas teniendo en cuenta el sabor, la fecha de elaboración, el número de lote y la referencia.

Comercialización del producto: consiste en que el encargado de ventas ofrezca el producto y logre un acuerdo con el cliente para la venta del producto.

Distribución del producto: se realizara por diversos canales de distribución, se utilizara el medio más adecuado, según sea el lugar de destino del producto.

Cobro del pedido: cuando se realice la entrega del pedido se realizara el cobro.

5.2 Capacidad de producción

En frutos del campo, contamos con una capacidad productiva de 200 kg de pulpa de fruta por hora, de las cuales 100kg son de mora y 100kg de fresa, para un total de 48 toneladas mensuales.

Esta producción mensual se divide de la siguiente manera:

10,8 toneladas será enviada a Corea del sur

37.2 toneladas para el mercado nacional

5.3 Plan de Producción

El plan de producción fue proyectado con el primer mes de producción, donde se planean las proyecciones de ventas en los primeros 5 años.

La producción inicial está basada en el plan de ventas, las unidades mensuales que va a producir la frutas del campo es de 10.800 unidades.

El 60% de las ventas para el producto medio corresponde a la mora y el 40% del producto medio para la fresa.

Tabla 27. Plan de producción

REFERENCIA					
Producto Mora Pesimista	62.208	64.821	67.543	70.380	73.336
Producto Mora Medio	77.760	81.026	84.429	87.975	91.670
Producto Mora Optimista	97.200	101.282	105.536	109.969	114.587
Producto Fresa Pesimista	41.472	43.214	45.029	46.920	48.891
Producto fresa Medio	51.840	54.017	56.286	58.650	61.113
Producto fresa Optimista	64.800	67.522	70.358	73.313	76.392
Total Unidades Pesimista	103.680	108.035	112.572	117.300	122.227
Total Unidades Medio	129.600	135.043	140.715	146.625	152.783
Total Unidades Optimista	162.000	168.804	175.894	183.281	190.979

Fuente: elaboración propia

5.4 Recursos materiales y humanos para la producción

5.4.1 Locaciones

La bodega se encuentra ubicada en un parque industrial en el municipio de la ceja Antioquia, esta cuenta con un área de 1200 mt², los cuales conforman el área de producción y administrativa, este local es alquilado y se pagan 3.500.000 pesos mensuales más una administración de 350.000 pesos

5.4.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

Tabla 28. Maquinaria necesaria para el proceso productivo:

Tipo de suministro	Cantidad	Tipo de inversión	Proveedor	Precio	Costo total
EQUIPOS DEL PROCESO					
Despulpadora	2,00	Inicial	Jotagallo	5.200.000	10.400.000
Lavadora de frutas	2,00	Inicial	Sormac	10.000.000	20.000.000
Escaldadora	1,00	Inicial	Sormac	3.000.000	3.000.000
Monta Carga	1,00	Inicial	Carvajal	15.000.000	15.000.000
Bascula	5,00	Inicial	Braunker	300.000	1.500.000
Empacadora y selladora	5,00	Inicial	Braunker	3.800.000	19.000.000
Estibas	50,00	Inicial	Imduar S.A.S	130.000	6.500.000
Cuarto frio	2,00	Inicial	Campeones en cuartos frios	9.000.000	18.000.000
Refractometro	3,00	Inicial	Braunker	280.000	840.000
TOTAL INVERSION					94.240.000

Fuente: elaboración propia

5.4.3 Requerimientos de materiales e insumos

Tabla 29. Requerimientos de materiales e insumos

MATERIAL	CANTIDAD KG
MORASFRESCAS	8000
FRESAS FRESCAS	7200
ÁCIDO ASCÓRBICO.	500

Fuente: elaboración propia

5.4.4 Requerimientos de servicios.

Tabla 30. Requerimientos de servicios.

Tipo de servicio	Cantidad	Proveedor	Periodicidad	Precio
Servicio de telefonía e internet	Ilimitada	Une	Mensual	\$ 150.000
Arrendamiento Admon	Mensual	Finca Raiz	Mensual	\$ 2.000.000
Arrendamiento Planta	Mensual	Finca Raiz	Mensual	\$ 3.500.000
Servicio publicos: Agua, luz, y sanidad Admon	Depende variación mensual de consumo	EPM	Mensual	\$ 700.000
Servicio publicos: Agua, luz, y sanidad Planta	Depende variación mensual de consumo	EPM	Indefinidamente	\$ 7.000.000

Fuente: elaboración propia

5.4.5 Requerimientos de personal.

Tabla 31. Requerimientos de personal.

Área	Cargo	Cantidad Meses	Salario
Dirección general	Gerente	1,00	\$ 4.000.000
Área de mercadeo	Coordinador de compras y ventas	1,00	\$ 1.700.000
Área administrativa	Coordinador administrativo y financiero	1,00	\$ 1.700.000
	Operario	10,00	\$ 689.454
	Auxiliar de oficios varios	1,00	\$ 800.000
Área de logística	Director de logística	1,00	\$ 1.700.000
	Coordinador de bodega	1,00	\$ 1.500.000
Área de comercio exterior	Coordinador de comercio	1,00	\$ 1.800.000
TOTAL			

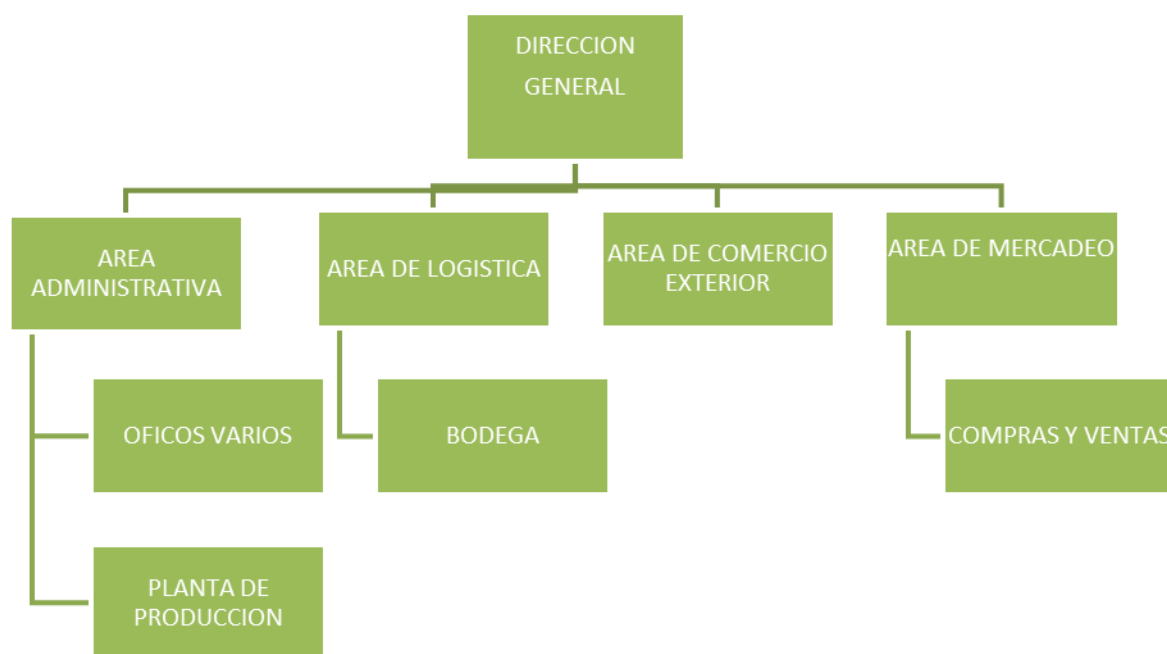
Fuente: elaboración propia

CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

6.1 Estructura Organizacional del Negocio

6.1.1 Organigrama Estructura Organizacional

Figura 25. Organigrama Estructura Organizacional



Fuente: elaboración propia

Dirección general: Es el área que lidera toda la compañía, es la encargada de establecer los objetivos y estrategias de desarrollo referente a los productos y mercados, también formula o aprueba las normas y procedimientos de la empresa.

Área administrativa: Es el área encargada de la planificación y toma de decisiones del sector económico, las áreas que están vinculadas a esta sección son contabilidad, tesorería, servicios administrativos, recursos humanos.

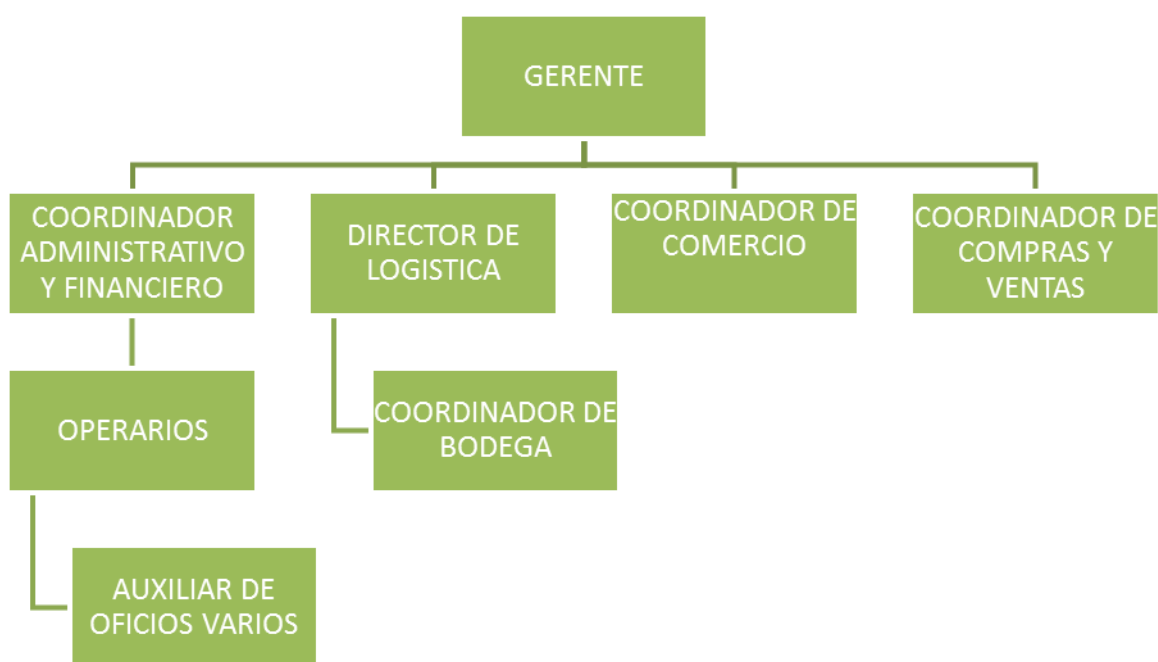
Área de logística: Es el área encargada de la organización de las materias primas, recepción de suministros, productos terminados, almacenamiento, distribución,

Área de comercio exterior: Es la encargada de todos los trámites inherentes a las exportaciones

Área de mercadeo La función de esta área en la empresa es desarrollar estrategias de publicidad, relaciones públicas y en buscar nuevos clientes.

6.1.2 Organigrama Estructura Personal

Figura 26. Organigrama Estructura Personal



Fuente: elaboración propia

Gerente: es el encargado de la empresa funcione en perfecto estado, conocer cada una de las áreas de la empresa y el funcionamiento de ellas.

Coordinador administrativo y financiero:

Operario: Es el encargado del procesamiento del producto, de realizar la manipulación, transformación y fabricación del producto.

Auxiliar de oficios varios: Es el encargado de mantener el área de la empresa limpias y ordenadas.

Director logístico: Es el encargado de coordinar la cadena de valor y abastecimiento de la empresa, para que así los procesos se han más eficaces y eficientes.

Coordinador de bodega: Es el encargado de almacenar todas las materias primas, insumos para tenerlas lista para comenzar el proceso productivo, de igual manera almacenar todo el producto terminado.

Coordinador de comercio: Es el encargado de coordinar los procesos de exportación, las negociaciones, y requisitos necesarios para la exportación.

Coordinador de comprar y ventas: es el encargado de buscar nuevos clientes, proveedores, planear estrategias de ventas, promoción, publicidad, elaborar escenarios futuros, mantenerse en las tendencias mundiales del sector.

6.2 Costos Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Locaciones Empresa

Tabla 32. Locaciones empresa

Tipo de locación	Área	Proveedor	Tipo de contrato	Precio
Arrendamiento Admón.	50 mt2	Finca Raíz	arrendamiento	\$ 2.000.000
Arrendamiento Planta	1000 mt2	Finca Raíz	arrendamiento	\$ 3.500.000

Fuente: elaboración propia

6.2.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres

Tabla 33. Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres

DIRECCION GENERAL					
Tipo de suministro	Cantidad	Tipo de inversión	Proveedor	Precio	Costo total
Escritorio Ejecutivo	1,00	Inicial	Homecenter	\$ 270.000	270.000
Silla Ergonómica	1,00	Inicial	Homecenter	\$ 150.000	150.000
Teléfono	1,00	Inicial	Homecenter	\$ 44.900	44.900

Computador portátil	1,00	Inicial	Lenovo	\$ 1.525.000	1.525.000
Total costo por área					1.989.900

Fuente: elaboración propia

Tabla 34. Área de mercadeo

AREA DE MERCADEO					
Tipo de suministro	Cantidad	Tipo de inversión	Proveedor	Precio	Costo total
Escritorio Ejecutivo	1,00	Inicial	Homecenter	\$ 270.000	270.000
Silla	1,00	Inicial	Homecenter	\$ 60.000	60.000
Teléfono	1,00	Inicial	Homecenter	\$ 44.900	44.900
Computador portátil	1,00	Inicial	Lenovo	\$ 1.525.000	1.525.000
Total costo por área					1.899.900

Fuente: elaboración propia

Tabla 35. Área administrativa

AREA ADMINISTRATIVA					
Tipo de suministro	Cantidad	Tipo de inversión	Proveedor	Precio	Costo total
Escritorio Ejecutivo	1,00	Inicial	Homecenter	\$ 270.000	270.000
Silla	1,00	Inicial	Homecenter	\$ 60.000	60.000
Teléfono		Inicial	Homecenter	\$ 44.900	

	1,00				44.900
Computador portátil	1,00	Inicial	Lenovo	\$ 1.525.000	1.525.000
Total costo por área					1.899.900

Fuente: elaboración propia

Tabla 36. Oficios varios

OFICIOS VARIOS					
Tipo de suministro	Cantidad	Tipo de inversión	Proveedor	Precio	Costo total
Escoba	1,00	semestral	Jumbo S.A.	16.000	16.000
Trapeadora	1,00	semestral	Jumbo S.A.	7.000	7.000
Recogedor	1,00	semestral	Jumbo S.A.	5.500	5.500
Sacudidor	2,00	semestral	Jumbo S.A.	3.500	7.000
Costo total					35.500

Fuente: elaboración propia

Tabla 37. Área de logística

AREA DE LOGISTICA					
Tipo de suministro	Cantidad	Tipo de inversión	Proveedor	Precio	Costo total
Escritorio Ejecutivo	2,00	Inicial	Homecenter	\$ 270.000	540.000
Silla	2,00	Inicial	Homecenter	\$ 60.000	120.000
Teléfono	2,00	Inicial	Homecenter	\$ 44.900	89.800

Computador portátil	2,00	Inicial	Lenovo	\$ 1.525.000	3.050.000
Total costo por área					3.799.800

Fuente: elaboración propia

Tabla 38. Área de comercio

AREA DE COMERCIO					
Tipo de suministro	Cantidad	Tipo de inversión	Proveedor	Precio	Costo total
Escritorio Ejecutivo	1,00	Inicial	Homecenter	\$ 270.000	270.000
Silla	1,00	Inicial	Homecenter	\$ 60.000	60.000
Teléfono	1,00	Inicial	Homecenter	\$ 44.900	44.900
Computador portátil	1,00	Inicial	Lenovo	\$ 1.525.000	1.525.000
Total costo por área					1.899.900
Costo total suministros áreas					11.489.400

Fuente: elaboración propia

Tabla 39 Todas las áreas

TODAS LAS AREAS					
Tipo de suministro	Cantidad	Tipo de inversión	Proveedor	Precio	Costo total
Impresora multi	2	Inicial	Jumbo S.A.	\$ 650.000	1.300.000
Caja de resmas	5	Trimestral	Papelería Colombia	95.000	475.000
Perforadora	10	Inicial	Jumbo S.A.	17.050	170.500
Caja de grapas	10	trimestral	Papelería Colombia	21.300	213.000
Grapadora	9	Inicial	Papelería Colombia	13.400	120.600
Tijeras	3	Inicial	Papelería Colombia	5.900	17.700
Portaminas	12	Inicial	Papelería Colombia	3.100	37.200
Caja de lapiceros x15	2	Anual	Papelería Colombia	9.200	18.400
Caja de clips	4	Anual	Papelería Colombia	3.000	12.000
Total costo todas las áreas					2.364.400

Fuente: elaboración propia

6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área

Tabla 40. Area de planta

AREA DE PLANTA							
Tipo de suministro	Cantidad	Tipo de inversión	Proveedor	Precio	Costo total	Años Depreciación	Depreciación Mes
EQUIPOS DEL PROCESO							
Despulpadora	2,00	Inicial	Jotagallo	5.200.000	10.400.000	10	\$ 86.667
Lavadora de frutas	2,00	Inicial	Sormac	10.000.000	20.000.000	10	\$ 166.667
Escaldadora	1,00	Inicial	Sormac	3.000.000	3.000.000	10	\$ 25.000
Monta Carga	1,00	Inicial	Carvajal	15.000.000	15.000.000	10	\$ 125.000
Bascula	5,00	Inicial	Braunker	300.000	1.500.000	10	\$ 12.500
Empacadora y selladora	5,00	Inicial	Braunker	3.800.000	19.000.000	10	\$ 158.333
Estibas	50,00	Inicial	Imduar S.A.S	130.000	6.500.000	3	\$ 180.556
Cuarto frio	2,00	Inicial	Campeones en cuartos frios	9.000.000	18.000.000	10	\$ 150.000
Refractometro	3,00	Inicial	Braunker	280.000	840.000	5	\$ 14.000

Fuente: elaboración propia

6.2.4 Requerimientos de servicios por área

Tabla 41. Requerimientos de servicios por área

Tipo de servicio	Cantidad	Proveedor	Periodicidad	Precio
Servicio de telefonía e internet	Ilimitada	Une	Mensual	\$ 150.000
Servicio públicos: Agua, luz, y sanidad admon.	Depende variación mensual de consumo	EPM	Mensual	\$ 700.000
Servicio públicos: Agua, luz, y sanidad Planta	Depende variación mensual de consumo	EPM	Mensual	\$ 7.000.000
Aseo oficina	diario	EMPLEADA OFICIOS VARIOS	Indefinidamente	\$ 800.000

Fuente: elaboración propia

CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL

7.1 Tipo de Organización empresarial

Después de hacer un análisis exhaustivo para escoger que tipo de organización sería la más conveniente para realizar este proyecto, llegamos a la conclusión de que la que más se ajusta a las necesidades de frutos del Campo, es la organización S.A.S (sociedad por acciones simplificadas), esta busca incentivar la innovación empresarial. Estimulando el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que adquiere la empresa para el funcionamiento comercial. Las características de esta forma de creación de empresas son las siguientes:

- Unipersonalidad.
- Constitución por documento privado.
- Término de duración indefinido.
- Objeto social indeterminado
- Limitación de la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales.
- Voto múltiple.
- Libertad de organización.
- No es obligatoria la revisoría fiscal, ni la junta directiva
- Elimina límites sobre distribución de utilidades. (Finanzas personas, 2014)

Tabla 42. Costos para crear la empresa

COSTOS DE CREACION DE LA EMPRESA	
PROCESO	COSTO
RUT	\$ 0
Autenticación de socios en notaria	\$ 4.500
Registro cámara de comercio	0.7% del capital
Derechos de inscripción	\$ 32.000

Formulario de registro	\$ 4.000
Apertura cuenta en Bancolombia	\$ 0
Matricula	\$ 0
Certificado de existencia y representación legal	\$ 4.300
Inscripción libros	\$ 10.300
Tramites DIAN	\$ 0
TOTAL	\$ 55.100

Fuente: elaboración propia

7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Tabla 43. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

TRAMITE	DESCRIPCION	COSTO	VIGENCIA
INVIMA	Instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos	\$ 3.500.000	7 años
BPM	buenas prácticas de manufacturas	321,745.67	4 años
ICA	instituto colombiano agropecuario para exportación	\$ 138.300	2 años
TOTAL		3.960.046	

Fuente: elaboración propia

CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO

8.1. Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

- **Tasa de Rentabilidad de su Industria:** la tasa de la rentabilidad del sector está en 6.7%
- **Tasas Libre de Riesgo**
- **Tasas de Rentabilidad Esperada:** La tasa de rentabilidad esperada de Frutas del Campo será del 13%.
- **Impuesto sobre la Renta y el CREE:** Estos impuestos se generan por la Adquirir recursos y aumento del patrimonio. La tarifa del CREE es del 8% y el impuesto de renta del 25%.
- **Porcentaje de margen de contribución:** Es la diferencia entre el precio de venta y los costos variables. Para Frutas del Campo va a ser del 71 %.

8.2. Aportes de Capital de los Socios

Tabla 44. Aportes de Capital de los Socios

	Valor Aporte
Aporte Melissa	\$ 310.000.000
Aporte Laura Cristina	\$ 310.000.000

Fuente: elaboración propia

Estos aportes se utilizaran para la compra de activos, financiación del capital de trabajo y tener liquidez.

8.3 Créditos y Préstamos Bancarios

Tabla 45. Créditos y Préstamos Bancarios

BANCOLOMBIA				
Monto	\$ 300.000.000			
Tasa	14,03%	E.A.		
Plazo	10	Años		
Capital	Cuota	Intereses	Abono Capital	Saldo
\$ 300.000.000	\$ (57.578.315)	\$ 42.085.859	\$ (15.492.456)	\$ 284.507.544
\$ 284.507.544	\$ (57.578.315)	\$ 39.912.481	\$ (17.665.834)	\$ 266.841.709
\$ 266.841.709	\$ (57.578.315)	\$ 37.434.208	\$ (20.144.107)	\$ 246.697.602
\$ 246.697.602	\$ (57.578.315)	\$ 34.608.268	\$ (22.970.047)	\$ 223.727.555
\$ 223.727.555	\$ (57.578.315)	\$ 31.385.888	\$ (26.192.428)	\$ 197.535.128
\$ 197.535.128	\$ (57.578.315)	\$ 27.711.452	\$ (29.866.864)	\$ 167.668.264
\$ 167.668.264	\$ (57.578.315)	\$ 23.521.543	\$ (34.056.772)	\$ 133.611.492
\$ 133.611.492	\$ (57.578.315)	\$ 18.743.848	\$ (38.834.467)	\$ 94.777.025
\$ 94.777.025	\$ (57.578.315)	\$ 13.295.908	\$ (44.282.407)	\$ 50.494.618
\$ 50.494.618	\$ (57.578.315)	\$ 7.083.698	\$ (50.494.618)	\$ (0)

Fuente: elaboración propia

8.4 Precios de los Productos

8.4.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Los factores que influenciaron en la determinación del producto fue basado en una investigación que se hizo en procolombia del país de destino Corea del Sur, país en el que encontramos una gran oportunidad de emprender este producto ya que es un país con gran demanda de productos naturales como lo es este, por lo tanto el PURE FRUIT, es un muy competidor con las otras empresas que se encuentra en ese mercado, los precios logísticos fueron muy bajos, y hacen de esto un gran competidor.

Frutas del campo va a vender este producto a 3.6 USD

8.4.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Tabla 46. Precios de los productos tomando como base los Costos

Descripción ventas primer año	Mora	Fresa
Costo de producción mensual x Und	\$ 3.135	\$ 3.135
Costos Fijos Mensuales X Und	\$ 3.076	\$ 3.076
Gastos Administrativos Mensuales x Und	\$ 1.555	\$ 1.555
Total	\$ 7.766	\$ 7.766
Incremento del 40%	\$ 3.106	\$ 3.106
Precio de Venta	\$ 10.872	\$ 10.872

Fuente: elaboración propia

8.5. Ingresos y Egresos

8.5.1 Ingresos

8.5.1.1 Ingresos Propios del Negocio

Tabla 47. Ingreso mensual por año

INGRESOS MENSUALES POR AÑO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1 Mes	AÑO 2 Mes	AÑO 3 Mes	AÑO 4 Mes	AÑO 5 Mes
Ventas Mensuales Pesimista	\$ 90.833.609	\$ 98.160.084	\$ 106.077.500	\$ 114.633.520	\$ 123.879.653
Ventas Mensuales Base	\$ 113.542.011	\$ 122.700.105	\$ 132.596.875	\$ 143.291.900	\$ 154.849.567
Ventas Mensuales Optimista	\$ 141.927.514	\$ 153.375.131	\$ 165.746.093	\$ 179.114.875	\$ 193.561.958
Ventas Promedio Mensuales	\$ 115.434.378	\$ 124.745.107	\$ 134.806.823	\$ 145.680.098	\$ 157.430.393
Unidades Promedio Mensuales	\$ 10.980,00	\$ 11.441,16	\$ 11.921,69	\$ 12.422,40	\$ 12.944,14

Fuente: elaboración propia

8.5.2 Egresos

8.5.2.1 Inversiones

Tabla 48. Total inversión

TOTAL INVERSIÓN		%
Total Activos Fijos	\$ 106.529.400	73%
Total Pre Operativos	\$ 5.282.600	4%
Total Capital de Trabajo	\$34.883.640,00	24%
Total inversión	\$ 146.695.640	100%

Fuente: elaboración propia

8.5.2.2 Costos Fijos y Variables

Tabla 49. Costos variables mora

Costos Variables Mora					
Insumo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Fruta Mora x Und	\$ 2.900	\$ 3.008	\$ 3.119	\$ 3.235	\$ 3.355
Costo de Empaque Mora	\$ 300	\$ 311	\$ 323	\$ 335	\$ 347
Desinfectante Mora x Und	\$ 100	\$ 104	\$ 108	\$ 112	\$ 116
Costo flete Maritimo	\$ 459	\$ 476	\$ 494	\$ 512	\$ 531
Costo flete Terrestre	\$ 150	\$ 156	\$ 161	\$ 167	\$ 174
Aduana de exportacion	\$ 10	\$ 10	\$ 11	\$ 11	\$ 12
Gastos en puerto	\$ 10	\$ 10	\$ 11	\$ 11	\$ 12
Doc fee	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2
BL	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2
Seguro internacional	\$ 2	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3
TOTAL	\$ 3.935	\$ 4.081	\$ 4.232	\$ 4.389	\$ 4.552

Fuente: elaboración propia

Tabla 50. Costos variables fresa

Costos Variables Fresas					
Insumo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Fruta Fresao x Und	\$ 2.900	\$ 3.008	\$ 3.119	\$ 3.235	\$ 3.355
Costo de Empaque Mango	\$ 300	\$ 311	\$ 323	\$ 335	\$ 347
Desinfectante Fresa X Und	\$ 100	\$ 104	\$ 108	\$ 112	\$ 116
Costo flete Maritimo	\$ 459	\$ 476	\$ 494	\$ 512	\$ 531
Costo flete Terrestre	\$ 150	\$ 156	\$ 161	\$ 167	\$ 174
Aduana de exportacion	\$ 10	\$ 11	\$ 12	\$ 13	\$ 14
Gastos en puerto	\$ 10	\$ 11	\$ 12	\$ 13	\$ 14
Doc fee	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2
BL	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2	\$ 2
Seguro internacional	\$ 2	\$ 3	\$ 3	\$ 3	\$ 3
TOTAL	\$ 3.935	\$ 4.082	\$ 4.235	\$ 4.393	\$ 4.556

Fuente: elaboración propia

Tabla 51. Costos fijos mensuales

Costos Fijos Mensuales	
Descripción	Valor
Arrendamientos	\$ 3.500.000
Mano de obra	\$ 15.444.646
Servicios públicos	\$ 7.000.000
Depreciaciones	\$ 918.722
Seguros	\$ 291.667
Suministros	\$ 612.217
Costos Fijos Mes	\$ 27.767.252

Fuente: elaboración propia

8.5.3 Estados Financieros

8.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias

Tabla 52. Estado de Perdida y Ganancias

Estado de Resultados	Año 1	% Part	Comentarios
Ingresos Operacionales	\$ 1.385.212.534	100%	
Costos de Operación	\$ 683.556.861	49%	
Beneficio Bruto	\$ 701.655.673	51%	A nivel de margen bruto, la empresa obtendría un 48% de beneficios después de cubrir sus costos fijos y variables
Gastos de Administración	\$ 201.512.000	15%	
Amortizaciones	\$ 1.056.520	0%	
Depreciaciones	\$ 3.363.940	0%	
Beneficio Operacional	\$ 495.723.213	36%	El margen operativo del 36% al que estaría llegando la compañía en el primer periodo quedaría por encima del margen histórico del sector, el cual se ubica en el 6,7%.
Gastos financieros			
Intereses	\$ 42.085.859	3%	
Comisiones y Otros	\$ 2.734.227	0%	
Ingresos Financieros	\$ -		
Otros gastos	\$ -		
Otros Ingresos	\$ -		
Beneficio antes de Impuesto	\$ 450.903.126	33%	Después de cubrir todas sus obligaciones bancarias, la empresa estaría obteniendo un beneficio del 33 %
Impuesto de renta	\$ 153.307.063		
Beneficio Neto	\$ 297.596.063	21%	Finalmente la compañía bajo este escenario estaría obteniendo una utilidad neta positiva, que representa el 21% de la venta

Fuente: elaboración propia

8.5.3.2 Flujo de Caja y VPN

Tabla 53. Flujo de caja

Flujo de Caja		
Concepto	Año 0	Año 1
Utilidad Operativa		\$ 495.723.213
(-) Gastos Financieros		
(=) UAI		\$ 495.723.213
(-) Provisión de Impuestos (33%)		\$ (153.307.063)
(=) Utilidad Neta		\$ 342.416.150
(+) depreciación y Amortización		\$ 4.420.460
(-) Inversiones		
Activos Fijos	\$ (106.529.400)	
Gastos Pre Operativos	\$ (5.282.600)	
KW inicial	\$ (34.883.640)	
(+/-) Variación CTNO		\$ (162.601.774)
(+) Valor de Salvamento (Residual) de los Activos Fijos		
(+) Recuperación del KW (Capital de trabajo)		
(=) FCP	(146.695.640,00)	184.234.836,04
Valor de salvamento Activos Fijos	20%	
TIR Primer Año	25,59%	
VPN Primer Año	16.344.038	
Tasa descuento	13,00%	
<p>Si se realizara la inversión en este proyecto, en el primer año estaría generando un VPN positiva de 16 MM de pesos, esto debido a que el flujo de caja generado cubriría la inversión inicial en tan poco tiempo sumándole que el proyecto requeriría de un aumento de 162 MM en el capital de trabajo para continuar con sus operaciones en los años siguientes por lo que se puede decir que el proyecto sería viable para este periodo. Bajo este escenario la TIR sería del 25,59 % la cual está por encima de la tasa de decuento utilizada del 13%</p>		

Fuente: elaboración propia

8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad

8.5.4.1 Analisis de Sensibilidad

Tabla 54. Analisis de sensibilidad

Reducción de un 5% en el costo variable por negociación de volumen con el proveedor mayorista						
Flujo de Caja						
Concepto	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Operativa		\$ 513.240.705	\$ 604.945.135	\$ 704.892.929	\$ 813.780.865	\$ 932.363.151
(-) Gastos Financieros						
(=) UAI		\$ 513.240.705	\$ 604.945.135	\$ 704.892.929	\$ 813.780.865	\$ 932.363.151
(-) Provisión de Impuestos (33%)		\$ (159.286.834)	\$ (191.186.278)	\$ (225.991.330)	\$ (263.953.406)	\$ (305.345.484)
(=) Utilidad Neta		\$ 353.953.871	\$ 413.758.858	\$ 478.901.599	\$ 549.827.459	\$ 627.017.667
(+) depreciación y Amortización		\$ 4.420.460	\$ 4.420.460	\$ 4.420.460	\$ 4.420.460	\$ 4.420.460
(-) Inversiones						
Activos Fijos	\$ (106.529.400)					
Gastos Pre Operativos	\$ (5.282.600)					
KW inicial	\$ (34.883.640)					
(+/-) Variación CTNO		\$ (139.279.804)	\$ (18.452.754)	\$ (19.986.153)	\$ (21.645.125)	
(+) Valor de Salvamento (Residual) de los Activos Fijos						\$ 21.305.880
(+) Recuperación del KW (Capital de trabajo)						\$ 186.176.151
(=) FCP	(146.695.640,00)	219.094.526,67	399.726.564,29	463.335.905,95	532.602.793,67	838.920.158,23
Valor de salvamento Activos Fijos	20%					
TIR proyecto	197,62%					
VPN proyecto	1.463.340.399					
Tasa descuento	13,00%	Se usó la tasa de descuento del documento guía				
El interés de oportunidad es:						
		13%				
			Flujo descontado	Total recuperado		
Proyecto	A		Descuento	Acumulado		
Inversión inicial	-146.695.640		(146.695.640)	-		
Ingreso Año 1	219.094.527		193.888.962	193.888.962		
Ingreso Año 2	399.726.564		353.740.322	547.629.284		
Ingreso Año 3	463.335.906		410.031.775	957.661.059		
Ingreso Año 4	532.602.794		471.329.906	1.428.990.965		
Ingreso Año 5	838.920.158		742.407.220	2.171.398.185		
VPN	1.463.340.399		Total	1.428.990.965		
Reembolso	3 años					
Reintegración con descuento	3 años					
Esta reducción del costo variable implicaría una mejora en el VPN del proyecto pasando de 1,080MM de pesos a 1,463MM y mejorando la TIR de 159,81% a 197,62%. Además mejoraría el tiempo de recuperación de la inversión bajo el Payback descontado pasando de 4 años a 3 años.						

Fuente: elaboración propia

8.5.4.2 Estado de Perdida y Ganancias Projectado

Tabla 55. Estado de perdidas y ganancias proyectado

Estado de Resultados		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	% Part	Comentarios
Ingresos Operacionales	\$	1.385.212.534	\$ 1.496.941.283	\$ 1.617.681.873	\$ 1.748.161.181	\$ 1.889.164.715	100%	Como se puede ver, el crecimiento en ventas proyectado tanto por unidades como por incremento en precios estaría por encima del incremento estimado de los costos y gastos operativos, mejorando el margen operacional hasta el 38% superando al promedio de la industria (6,7%). A nivel del beneficio neto el escenario también mejora progresivamente durante los 5 años, aunque los gastos financieros y la obligación con el estado hacen que el margen neto llegue al 24%, ubicándose por encima del promedio sectorial del 6,7%
Costos de Operación	\$	683.556.861	\$ 873.480.991	\$ 896.172.498	\$ 919.817.048	\$ 944.454.669	50%	
Beneficio Bruto	\$	701.655.673	\$ 623.460.292	\$ 721.509.375	\$ 828.344.133	\$ 944.710.046	50%	
Gastos de Administración	\$	201.512.000	\$ 207.557.360	\$ 213.784.081	\$ 220.197.603	\$ 226.803.531	12%	
Amortizaciones	\$	1.056.520	\$ 1.056.520	\$ 1.056.520	\$ 1.056.520	\$ 1.056.520	0%	
Depreciaciones	\$	3.363.940	\$ 3.363.940	\$ 3.363.940	\$ 3.363.940	\$ 3.363.940	0%	
Beneficio Operacional	\$	495.723.213	\$ 411.482.472	\$ 503.304.834	\$ 603.726.069	\$ 713.486.054	38%	
Gastos financieros								
Intereses	\$	42.085.859	\$ 39.912.481	\$ 37.434.208	\$ 34.608.268	\$ 31.385.888	2%	
Comisiones y Otros	\$	2.734.227	\$ 3.493.924	\$ 3.584.690	\$ 3.679.268	\$ 3.777.819	0%	
Beneficio antes de Impuesto	\$	450.903.126	\$ 368.076.067	\$ 462.285.935	\$ 565.438.533	\$ 678.322.348	36%	
Impuesto de renta	\$	153.307.063	\$ 125.145.863	\$ 157.177.218	\$ 192.249.101	\$ 230.629.598	12%	
Beneficio Neto	\$	297.596.063	\$ 242.930.204	\$ 305.108.717	\$ 373.189.432	\$ 447.692.749	24%	

0Fuente: elaboración propia

8.5.4.3 Flujo de Caja Projectado

Tabla 56. Flujo de caja proyectado

Flujo de Caja						
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Operativa		\$ 495.723.213	\$ 411.482.472	\$ 503.304.834	\$ 603.726.069	\$ 713.486.054
(-) Gastos Financieros						
(=) UAI		\$ 495.723.213	\$ 411.482.472	\$ 503.304.834	\$ 603.726.069	\$ 713.486.054
(-) Provisión de Impuestos (33%)		\$ (153.307.063)	\$ (125.145.863)	\$ (157.177.218)	\$ (192.249.101)	\$ (230.629.598)
(=) Utilidad Neta		\$ 342.416.150	\$ 286.336.609	\$ 346.127.616	\$ 411.476.968	\$ 482.856.456
(+) depreciación y Amortización		\$ 4.420.460	\$ 4.420.460	\$ 4.420.460	\$ 4.420.460	\$ 4.420.460
(-) Inversiones						
Activos Fijos	\$ (106.529.400)					
Gastos Pre Operativos	\$ (5.282.600)					
KW inicial	\$ (34.883.640)					
(+/-) Variación CTNO		\$ (162.601.774)	\$ (3.790.656)	\$ (19.309.034)	\$ (20.939.567)	
(+) Valor de Salvamento (Residual) de los Activos Fijos						\$ 21.305.880
(+) Recuperación del KW (Capital de trabajo)						\$ 167.936.393
(=) FCP	(146.695.640,00)	184.234.836,04	286.966.413,17	331.239.042,07	394.957.861,52	676.519.189,07
Valor de salvamento Activos Fijos		20%				
TIR Primer Año		25,59%				
VPN Primer Año		16.344.038				
Tasa descuento		13,00%				

Fuente: elaboración propia

8.6 Evauación Financiera

8.6.1 VPN, TIR, PAYBACK Descontado

Tabla 57. VPN, TIR, PAYBACK descontado

Flujo de Caja						
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Operativa		\$ 495.723.213	\$ 411.482.472	\$ 503.304.834	\$ 603.726.069	\$ 713.486.054
(-) Gastos Financieros						
(=) UAI		\$ 495.723.213	\$ 411.482.472	\$ 503.304.834	\$ 603.726.069	\$ 713.486.054
(-) Provisión de Impuestos (33%)		\$ (153.307.063)	\$ (125.145.863)	\$ (157.177.218)	\$ (192.249.101)	\$ (230.629.598)
(=) Utilidad Neta		\$ 342.416.150	\$ 286.336.609	\$ 346.127.616	\$ 411.476.968	\$ 482.856.456
(+) depreciación y Amortización		\$ 4.420.460	\$ 4.420.460	\$ 4.420.460	\$ 4.420.460	\$ 4.420.460
(-) Inversiones						
Activos Fijos	\$ (106.529.400)					
Gastos Pre Operativos	\$ (5.282.600)					
KW inicial	\$ (34.883.640)					
(+/-) Variación CTNO		\$ (162.601.774)	\$ (3.790.656)	\$ (19.309.034)	\$ (20.939.567)	
(+) Valor de Salvamento (Residual) de los Activos Fijos						\$ 21.305.880
(+) Recuperación del KW (Capital de trabajo)						\$ 167.936.393
(=) FCP	(146.695.640,00)	184.234.836,04	286.966.413,17	331.239.042,07	394.957.861,52	676.519.189,07
TIR proyecto	159,81%					
VPN proyecto	1.080.068.669					
Tasa descuento	13,00%	Se usó la tasa de descuento del documento guía				
El interés de oportunidad es:		13%				
			Flujo descontado	Total recuperado		
Proyecto	A		Descuento	Acumulado		
Inversión inicial	-146.695.640		(146.695.640)			
Ingreso Año 1	184.234.836		163.039.678	163.039.678		
Ingreso Año 2	286.966.413		253.952.578	416.992.256		
Ingreso Año 3	331.239.042		293.131.896	710.124.152		
Ingreso Año 4	394.957.862		349.520.231	1.059.644.383		
Ingreso Año 5	676.519.189		598.689.548	1.658.333.931		
VPN	1.080.068.669		Total	1.059.644.383		
Payback	3 años					
Discounted payback	4 años					
<p>Con base en los resultados se puede decir que el proyecto a 5 años sería viable puesto que genera un VPN positivo de 1,080MM de pesos con una TIR del 159,81% la cuál está por encima de la tasa de oportunidad de 13%. Esto significa que el proyecto sería atractivo para el inversionista pues supera el retorno que le daría una mejor opción de inversión.</p>						

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

Al terminar esta serie de de analisis de todas la variables economicas legales y sociales para determinar porque nuestro mercado meta es Corea de Sur, podemos concluir que este pais es prometedor para las negociaciones con colombia por que son dos economias complementarias, las cuales puede hacer un aporte muy importante la una a la otra.

Para llegar a este mercado objetivo, tenemos que tener en cuenta que es un mercado exigente al cual debemos llegar con los mejores estandares de calidad, imagen y por supuesto sabor de fruta 100 % natural.

El principal competidor con el que se enfrentaria Frutos del Campo S.A.S en el mercado meta es Chile, ya que es un pais que lleva mas tiempo negociando con ellos, y goza de un gran reconocimiento en este pais por su calidad.

Colombia y corea tienen firmado un TLC, el cual entro en vigencia el pasado 26 de julio, gracias a este podemos entrar a este pais con unas preferencias arancelarias y documentales las cuales nos facilitaran mucho mas el comercio entre las dos partes.

Del analisis financiero podemos concluir que la inversion para llevar a cabo este negocio es muy alta, pero de igual forma las utilidades que se pueden tener de llevarse a cabo este proyecto son muy buenas ya que colombia tiene una ventaja comparativa con respecto a otros paises para el cultivo de estas frutas.

BIBLIOGRAFÍA

- Corea del Sur como comprador mundial de productos agrícolas, pesqueros y alimenticios.
Recuperado de: <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2014/12/Corea-del-Sur-como-comprador-mundial-de-productos-agr%C3%ADcolas-pesqueros-y-alimenticios.pdf>)
- Frutasol. Recuperado de: <http://www.frutasol.cl/esp/exportadora.html>
- Joint-venture. Recuperado de: <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/joint-venture.aspx>
- Lewis Quintero, 2013. Aspectos históricos del desarrollo industrial en Colombia, p21
- Oportunidades en el mercado de Corea para frutas procesadas, confitería y derivados del café,
Recuperado de:
http://www.procolombia.co/sites/default/files/20150126_oportunidades_alimentos_en_corea.pdf
- Verfrut. Recuperado de: <http://www.verfrut.cl/>
- Seoulfoodnhotel. Recuperado de:
http://www.seoulfoodnhotel.co.kr/2009_IFIES_allworld/index.asp
- http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Food%20Service%20-%20Hotel%20Restaurant%20Institutional_Seoul%20ATO_Korea%20-%20Republic%20of_2016-02-11.pdf
- <https://www.direcon.gob.cl/wp-content/uploads/2014/12/Corea-del-Sur-como-comprador-mundial-de-productos-agr%C3%ADcolas-pesqueros-y-alimenticios.pdf>
- <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/fichapais/84303237RADB568A.PDF>
- <http://revistadelogistica.com/actualidad/tlc-con-corea-del-sur-la-partida-esta-por-comenzar/>
- http://www.impulsoexterior.com/COMEX/servlet/MuestraArchivo?id =64_17
- <http://www.icontainers.com/es/transporte-maritimo/corea-del-sur/>
- <http://www.tibagroup.com/es/sc/transporte-maritimo-corea-del-sur>
- <http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/ficha-logistica-coreasur-2013-final.pdf>

<http://www.procolombia.co/publicaciones/cartilla-tlc-colombia-corea-del-sur>

<http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/diez-preguntas-clave-tlc-entre-colombia-y-corea-sur>

<https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/corea-del-sur/exportacion-de-productos>

<http://www.colombiatrader.com.co/herramientas/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-corea-del-sur>

<http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/R/Rutas-maritimas-Corea-del-Sur/Rutas-maritimas-Corea-del-Sur.asp>

ANEXOS