

SEMINARIO DE INTEGRACION FINAL

Importación de pulpa de guanaba Colombiana a Argentina (FRUTICOL SRL)

Juan Manuel Flórez Gómez

EXTRACTO

“La pulpa de la guanábana está constituida principalmente por agua; además proporciona sales minerales, potasio, fósforo, hierro, calcio, lípidos, tiene un alto valor calórico debido a la presencia de hidratos de carbono; además es rica en vitamina C y provitamina A, así como de vitamina B.”

INDICE

INTRODUCCION.....	3
INFORMACIÓN Y PROPIEDADES DE LA GUANÁBANA	4
LA GUANABANA NO ES CHIRIMOYA	5
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE PULPA DE GUANÁBANA (FRUTICOL SRL)	12
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	13
BENEFICIOS QUE TIENE EL CONSUMO DE GUANABANA PARA LA SALUD	18
ESTUDIO DE MERCADOS	19
COMPOSICIÓN DE LA INGESTA DE LÍQUIDOS EN ARGENTINA.....	21
FRUTAS EN EL MERCADO CENTRAL.....	29
CONSUMO DE HELADO EN ARGENTINA.....	31
COMERCIALIZADORES DE PULPA DE FRUTA EN ARGENTINA.....	33
CANAL DE DISTRIBUCION	33
PROMOCION	35
ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA FRUTICOL S.R.L.....	39
POSICION ARANCELARIA – TRATAMIENTO IMPOSITIVO	40
ANALISIS FINANCIERO	43
CONCLUSIONES	46
BIBLIOGRAFIA.....	47

INTRODUCCION

El proyecto surge debido a que en Colombia existen cultivos de guanábana sin ser aprovechados en un ciento por ciento, ya que sus productores distribuyen la fruta a plazas de mercado y otros compradores sin obtener un buen precio.

Además quienes cultivan la guanábana no tienen claro los atributos que caracterizan esta fruta y lo apetecida que es por quienes la conocen y las posibilidades que tiene de ser comercializada en otras partes del mundo.

Al evaluar esta situación y contar con un negocio familiar que se centra en la producción de guanábana para ser vendida en el mercado local, tuve la inquietud de desarrollar un plan de importación a Argentina para ser expuesto a potenciales compradores y así desarrollar una idea de negocio.

La guanábana es una fruta altamente perecedera y para ser transportada durante largos periodos de tiempo debe ser llevada a pulpa congelada, ya que así no tiene el riesgo de dañarse y perder sus propiedades nutritivas.

INFORMACIÓN Y PROPIEDADES DE LA GUANÁBANA

La Guanábana es una fruta de origen americano. Es una fruta de un árbol originario de la América tropical, que crece espontáneamente desde el sur de México hasta el Brasil y del cual se presume que tuvo su centro de origen en Colombia o en el Brasil.



Árbol pequeño que llega a alcanzar hasta 10 metros de altura, de follaje compacto, hojas simples, coriáceas verde oscuro, grandes y brillantes.

El fruto es semejante a la chirimoya, especie del mismo género (*A. cherimolia*), la guanábana es de la misma familia. Pesa entre 2 y 4 kilos, La cáscara es de color verde oscuro brillante, que se vuelve verde mate cuando está madura, está cubierta de espinas.

La pulpa es blanda, generalmente de color blanco puede ser ligeramente amarillenta, de una textura carnosa y jugosa. Su sabor es marcadamente ácido, el fruto alberga en su interior numerosas semillas de color negro que se desprenden fácilmente.

LA GUANABANA NO ES CHIRIMOYA

Existen tres diferencias principales entre la chirimoya y la guanábana:

1. La chirimoya es del tamaño de un pomelo mientras que la guanábana es relativamente más grande.
2. La chirimoya tiene su superficie cuasi-lisa mientras que la guanábana está cubierta de espinas suaves.
3. La chirimoya es dulce mientras que la guanábana es ligeramente ácida.

GUANABANA



CHIRIMOYA



Formas de consumo

- **Fruta Seca**

La Guanábana (*Anona muricata*) se consume como fruta entera o en ensalada de fruta, se utiliza como materia prima para preparación de jugos, helados, postres y tortas caseras.

- **Fruta Procesada**

Se comercializa pulpa de guanábana natural o congelada, concentrado, néctar, jaleas y purés. La fruta es muy apreciada para bebidas, y los países productores exportan jugos en presentaciones industriales o en latas para consumo final

La pulpa de guanábana se envasa en fundas plásticas selladas, en tambores metálicos y envases de cartón.

En cuanto a la variedad, aun no se ha definido a la Guanábana; aunque hay ciertas características que se pueden considerar como básicas para establecer con seguridad las respectivas diferencias. Existen tres grandes grupos: dulces, semiácidas y ácidas, aunque también están clasificadas por la pulpa que varía desde blanda y jugosa hasta firme y seca

Pulpa de Guanábana

La pulpa, tiene una textura similar al del algodón, es blanca, cremosa y jugosa, esta recubre unas semillas de color negro de 1 a 2 cm de longitud, cada fruta puede tener hasta 200 de ellas, cuando el fruto está maduro se vuelve verde mate y adquiere una consistencia blanda de sabor agridulce.

A nivel industrial la guanábana permite obtener hasta 4 productos principales:

- Pulpa congelada
- Pulpa concentrada: jugo al que se le ha quitado el agua por medio de un proceso industrial para que al reconstituirla vuelva a ser el mismo y se pueda consumir cuando no se tiene acceso a la fruta fresca.
- Pulpa deshidratada (polvo liofilizado, atomizado y secado al vacío)
- Néctares

Hasta 1980 en Colombia no se procesaban pulpas de frutas, los estudios iniciales se realizaron como objetivos de tesis en Bogotá y otras investigaciones en el Valle del Cauca. Los primeros en esta transformación fueron los Jugos SAS y Grajales Hermanos.

Hay épocas del año en donde la producción de guanábana es alta (Abril y Mayo), y otras en que es casi nula (Junio y Septiembre), para las condiciones del Valle del Cauca . Durante el periodo de cosechas, es posible conseguir frutas de buena calidad y a precio estable.

Las pulpas congeladas han permitido contar con disponibilidad de frutas aun en épocas fuera de cosechas; así se conservan los alimentos perecederos, que en otras condiciones requiere de uso inmediato.

En 1997 en Colombia, ya existían alrededor de 100 fábricas de pulpas produciendo diferentes tipos de calidades y presentaciones, y participando en el mercado nacional e internacional.

Análisis del entorno Colombiano

Debido a la creciente diversificación de la economía, el café ya no ocupa el primer lugar dentro de las exportaciones colombianas y se ha observado la participación de nuevos productos dentro de la canasta exportable como frutas, hortalizas, peces y crustáceos.

La economía agrícola tiene un panorama muy interesante para el desarrollo de productos especializados y competitivos, así como un gran potencial en la industria manufacturera de los alimentos. Las oportunidades en producción agrícola están claramente demarcadas y sobresalen productos como el maíz, el sorgo, la cebada, el trigo, la soja, el ajonjolí, el maní, el tabaco, el azúcar, la palma de aceite, las frutas tropicales; y actividades como la confitería, la chocolatería, los aperitivos, los productos lácteos y la galletería dentro de la industria alimentaria.

El sector frutícola presenta un interesante porvenir, ya que se calcula que este mercado alcanza en Colombia los 500 millones de dólares; además, algunas investigaciones recientes demuestran que el negocio de los zumos ofrece una tasa de crecimiento anual mínima del 15% y del 12% el de frutas frescas, estimándose que la demanda externa crecerá con una tasa del 5% hasta el año 2020.

Las guanábanas colombianas son apreciadas en los mercados por su tamaño, forma y calidad, es un fruto muy perecedero que se deteriora a los pocos días de ser cosechado, por lo que su potencial de exportación se centra en el procesamiento del producto, en los mercados internacionales es difícil encontrarla porque su voluminoso tamaño es un

impedimento a la hora de su comercialización y también por falta de una promoción adecuada.

Los productores luego de cosechar el producto, simplemente por no contar con una gran cantidad sembrada la utilizan para su autoconsumo y si por algún caso queda algún excedente, entonces lo venden a la población del mismo municipio.

Por otro lado, si poseen extensiones considerables de sembrados de este fruto, proceden a vender una parte a los mayoristas y la otra, a los minoristas de la ciudad. Los industriales que requieren de gran cantidad de este fruto, lo que hacen es traerlo de otros departamentos que si cuentan con cultivo en grandes extensiones e incluso de manera tecnificada.

Después de contar con el producto en sus bodegas proceden a distribuirlo a las centrales mayoristas que se encargan de vender y distribuir la guanábana a los minoristas o almacenes de grandes superficies que requieran de este fruto.

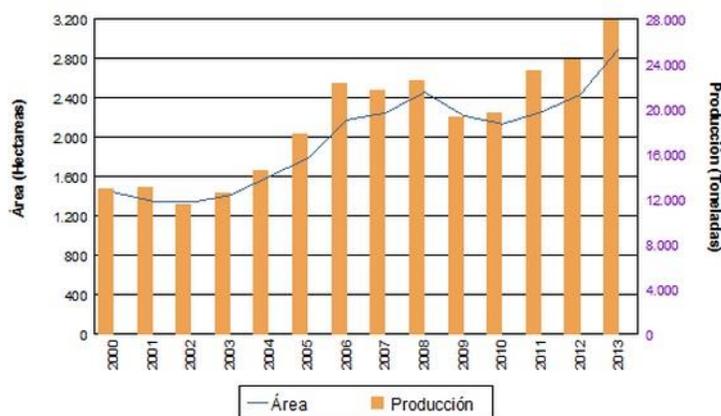
En cuanto a la existencia de empresas que se dediquen a la generación de valor agregado, existen las plantas despulpadoras, las cuales se dedican a la actividad de transformación del fruto (pulpa).

Producción de Guanábana en Colombia

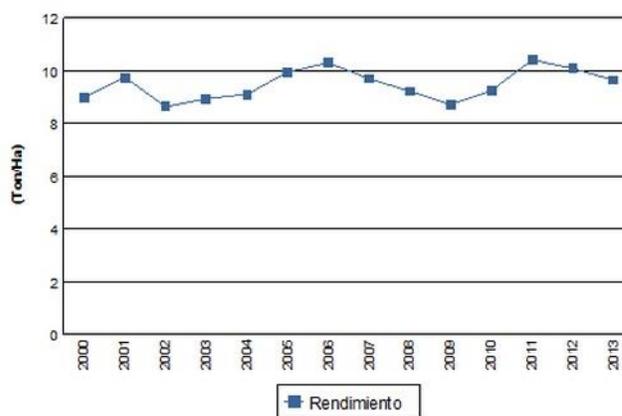


Producción de Guanábana en Colombia, 2000-2013

Área Cosechada y Producción



Rendimiento



Cifras de exportaciones Colombianas de pulpa de Guanábana



08119000100

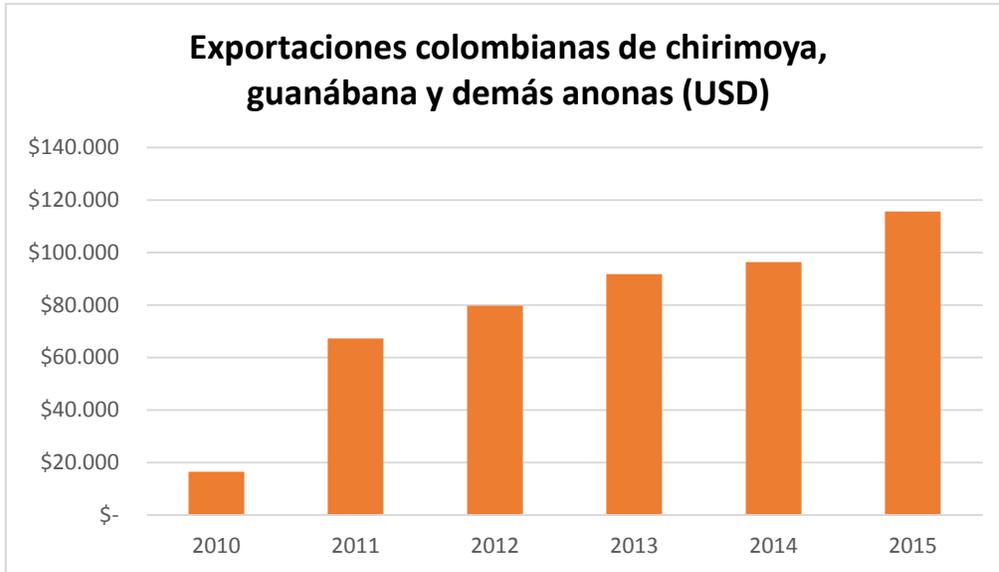
Los demás frutos sin cocer o cocidos con agua o al vapor, congelados.

Exportaciones, 2000 - 2015

	Volumen (ton)	Valor (US\$/FOB)	Precio Implícito (US\$/ton)	Variación Valor	Variación Volumen
2000	119,38	133.021	1.114	0,0%	0,0%
2001	117,50	123.071	1.047	-7,5%	-1,6%
2002	1,57	2.509	1.597	-98,0%	-98,7%
2003	0,42	866	2.042	-65,5%	-73,0%
2004	4,17	6.446	1.546	644,3%	883,3%
2005	2,20	2.930	1.330	-54,6%	-47,2%
2006	0,59	1.584	2.676	-45,9%	-73,1%
2007	56,05	71.255	1.271	4.398,4%	9.368,4%
2008	1,49	3.363	2.262	-95,3%	-97,3%
2009	1,85	3.305	1.783	-1,7%	24,7%
2010	0,01	15	2.573	-99,5%	-99,7%
2011	1,71	4.406	2.572	28.434,1%	28.444,2%
2012	0,44	1.219	2.753	-72,3%	-74,2%
2013	14,43	29.059	2.014	2.284,4%	3.159,5%
2014	149,44	246.472	1.649	748,2%	935,8%
2015	38,25	9.957	260	-96,0%	-74,4%

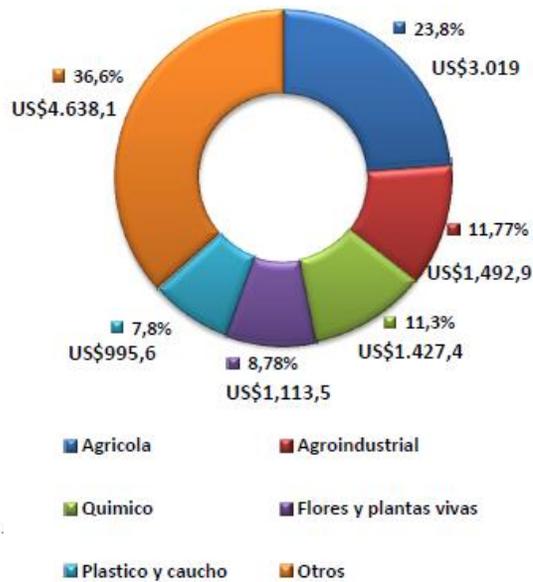
Destino de las exportaciones.

El principal país destino de las ventas externas de chirimoya, guanábana y demás anonas es España. Le siguen, Países Bajos, Antillas Holandesas, EE UU. Panamá y Hong Kong



Fuente: Legiscomex

Participación del sector agroindustrial en las exportaciones Colombianas (2015)



Incentivos del Gobierno Colombiano para el sector Agroindustrial

- Cultivos de tardío rendimiento: en Colombia, los cultivos considerados de tardío rendimiento como cacao, caucho, palma de aceite, cítricos y árboles frutales, establecidos hasta el 31 de diciembre de 2014, están exentos de pago del impuesto a la renta por 10 años, contados a partir del inicio de la producción.
- Exención en la renta para plantaciones forestales: están exentas del impuesto a la renta las inversiones en nuevas plantaciones forestales y aserrios. Este beneficio cubre las plantaciones establecidas a partir de 2003 y no está restringido temporalmente.
- Certificado de Incentivo Forestal (CIF): el CIF es un incentivo monetario que reconoce hasta un 50% de la inversión realizada en el establecimiento, así como los costos de mantenimiento, hasta el quinto año, de plantaciones de especies introducidas o nativas, definidas por el Ministerio de Agricultura.

Principales empresas Colombianas exportadoras de pulpa de Guanábana

OCATI S A

PARAISO ANDINO S.A C.I.

NULL

EL TESORO FRUIT S A

SANTANA FRUITS S.A.S

SOLOJUGOS C I LTDA

SOCIEDAD DE COMERCIALIZACION INTERNACIONAL DE FRUTAS

PULPAS OPA S.A.S

Principales países productores y Oferta Mundial

La guanábana se produce en el Caribe, en Centroamérica, México, especialmente Costa Rica, Puerto Rico, Colombia, Brasil, en el sur de China, en Vietnam, Australia, Nueva Zelanda, África, en las Islas del Pacífico; entre otros. Dentro de Estados Unidos existen pequeños cultivos comerciales en Florida.

En República Dominicana es la fruta más abundante y la más popular en Cuba. La guanábana de Vietnam llama la atención por su gran tamaño y simetría. Así mismo, las frutas colombianas son reconocidas por su tamaño, forma y calidad siendo una de las 14

frutas recomendada para cultivos a gran escala por el Instituto Latinoamericano de Mercadeo Agrícola.

Se comercializa pulpa de guanábana natural o congelada, concentrado y puré. La fruta es muy apreciada para bebidas, y los países productores exportan jugo en presentaciones industriales o en latas para consumo final.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE PULPA DE GUANÁBANA (FRUTICOL SRL)

Pesado: Permite conocer con exactitud la cantidad de materia prima, se espera que el mínimo sea fruta deteriorada o verde que no madure. Permite determinar el rendimiento en pulpa que la fruta posee. Se efectúa con cualquier tipo de balanza de capacidad apropiada y de precisión a las centenas o decenas de gramo.

Selección: Se hace para separar las frutas sanas de las ya descompuestas. Se puede efectuar sobre mesas o bandas transportadoras y disponiendo de recipientes donde los operarios puedan colocar la fruta descartada.

Clasificación: Permite separar entre las frutas que pasaron la selección, aquellas que están listas para proceso, en razón de su grado de madurez y las verdes que deben ser almacenadas.

Almacenamiento: Puede aplicarse para acelerar o retardar la maduración de las frutas en la fábrica. Se pueden someter a la primera, frutas sanas que han llegado a la fábrica sin un estado adecuado de maduración. Otras veces es conveniente retardar la maduración un determinado tiempo a fin de procesar paulatinamente la fruta que por razones de cosecha se adquirió en grandes cantidades.

Desinfección: Una vez la fruta ha alcanzado la madurez adecuada, se inicia un proceso de limpieza a medida que se acerca el momento de extraerle la pulpa. El propósito es disminuir al máximo la contaminación de microorganismos que naturalmente trae en su

cáscara la fruta, para evitar altos recuentos en la pulpa final, con demérito de su calidad y peligro de fermentación en la cadena de distribución o en manos del consumidor final. El hipoclorito de sodio a partir de solución al 13% es el desinfectante más empleado por su efectividad y bajo costo

Enjuague: A la fruta desinfectada se le debe retirar los residuos de desinfectante y microorganismos mediante lavado con agua potable.

Pelado: Se realiza con cuchillos comunes de cocina, consiste en separar la cascara de la fruta de la pulpa.

Despulpado: Es la operación en la que se logra la separación de la pulpa de los demás residuos como las semillas, cáscaras y otros.

Empacado: Las pulpas ya obtenidas deben ser aisladas del medio ambiente a fin de mantener sus características hasta el momento de su empleo. Esto se logra mediante su empacado con el mínimo de aire, en recipientes adecuados y compatibles con las pulpas. Las fábricas de pulpas han empleado diferentes tipos de plásticos en forma de vasos, bolsas, botellas y canecas.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Características de la pulpa congelada

El comercio internacional de alimentos existe desde hace miles de años pero, hasta no hace mucho, los alimentos se producían, vendían y consumían en el ámbito local. Durante el último siglo, la cantidad de alimentos comercializados a nivel internacional ha crecido exponencialmente y, hoy en día, una cantidad y variedad de alimentos antes nunca imaginada circula por todo el planeta.

El **C O D E X A L I M E N T A R I U S** contribuye, a través de sus normas, directrices y códigos de prácticas alimentarias internacionales, a la inocuidad, la calidad y la equidad en el comercio internacional de alimentos. Los consumidores pueden confiar en que los

productos alimentarios que compran son inocuos y de calidad y los importadores en que los alimentos que han encargado se ajustan a sus especificaciones.

El hecho de que existan referencias a las normas sobre inocuidad alimentaria del Codex en el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias significa que el Codex tiene implicaciones de gran alcance para la resolución de diferencias comerciales. Se puede exigir a los miembros de la Organización Mundial del Comercio que justifiquen científicamente su intención de aplicar medidas más estrictas que las establecidas por el Codex en lo relativo a la inocuidad de los alimentos.

En comparación con el Codex alimentarius se puede apreciar que la pulpa de guanábana congelada está dentro de los valores de la escala Brix (se utiliza en el sector de alimentos para medir la cantidad aproximada de azúcares en zumos de fruta) exigidos para la comercialización del producto.

NIVEL MÍNIMO DE GRADOS BRIX¹⁴ PARA ZUMO (JUGO) RECONSTITUIDO Y PURÉ RECONSTITUIDO Y CONTENIDO MÍNIMO DE ZUMO (JUGO) Y/O PURÉ EN NÉCTARES DE FRUTA (% V/V)¹⁵ A 20°C

Nombre Botánico	Nombre común de la fruta	Nivel mínimo de grados Brix para zumo (jugo) de fruta reconstituido y puré reconstituido	Contenido mínimo de zumo (jugo) y/o puré (% v/v) en néctares de fruta
<i>Actinidia deliciosa</i> (A. Chev.) C. F. Liang & A. R. Ferguson	Kiwi	(*) ¹⁶	(*) ¹⁶
<i>Anacardium occidentale</i> L.	Manzana de acajú	11.5	25.0
<i>Ananas comosus</i> (L.) Merrill <i>Ananas sativis</i> L. Schult. f.	Piña	12.8 ¹⁷ Se reconoce que el nivel de grados Brix puede diferir por causas naturales entre países. En los casos en que el nivel de grados Brix es sistemáticamente inferior a ese valor, se aceptará el zumo (jugo) reconstituido con un nivel inferior de grados Brix procedente de esos países e introducido en el comercio internacional, a condición de que se ajuste al método de autenticidad indicado en la Norma General del Codex para Zumos (jugos) y Néctares de Fruta y que el nivel no sea inferior a 10° Brix para los zumos (jugos) de piña y manzana.	40.0
<i>Annona muricata</i> L.	Guanábana / Cachimón espinoso	14.5	25.0
<i>Annona squamosa</i> L.	Anona blanca	14.5	25.0
<i>Averrhoa carambola</i> L.	Carambola	7.5	25.0
<i>Carica papaya</i> L.	Papaya	(*) ¹⁶	25.0
<i>Chrysophyllum cainito</i>	Caimito	(*) ¹⁶	(*) ¹⁶
<i>Citrullus lanatus</i> (Thunb.) Matsum. & Nakai var. Lanatus	Sandía	8.0	40.0

Ficha técnica de la pulpa de guanábana congelada

DESCRIPCION	Producto uniforme y homogéneo obtenido por la desintegración y tamizado de las Guanábanas Frescas sanas, maduras y limpias.	
INGREDIENTES	Guanábana fresca seleccionadas al Natural Sin Conservantes Sin Colorantes	
CARACTERISTICAS FISICOQUIMICAS	CARACTERISTICA	RANGO
	Brix	14-17
	pH	3.6-3.9
	Acidez	0.9-1.2
CARACTERISTICAS ORGANOLEPTICAS	Apariencia: producto libre de materias extrañas Color: Semejante al color original de la Guanábana Sabor y Aroma: Característicos de la Guanábana Olor: Característicos de la Guanábana sin Olores extraños	
TIPO DE PROCESO UTILIZADO	DESPULPADO	
EMPAQUE Y PRESENTACION	Bolsa de Polietileno (230 gr)	
ESPECIFICACIONES DE DISTRIBUCION	En vehículos Refrigerados.	
VIDA UTIL	Doce Meses a Temperatura -18°C. Congelación a temperaturas de -18° (no se debe interrumpir el proceso de Congelación).	

Preparación:

Una parte de pulpa por tres de agua.

Para una bolsa de 230 gramos adicionar 690 cm cúbicos de agua y azúcar al gusto.

Nota: El agua puede reemplazarse total o parcialmente con leche para preparar sorbetes

Rendimiento:

De 230 gramos de pulpa se obtienen 920 cc de jugo (4.6 vasos de 200 cc) – casi un Litro

ALGUNOS USOS DE LA PULPA CONGELADA

Batido básico de Guanábana

Ingredientes

1/2 kilo de pulpa de guanábana

1 taza y 1/2 de leche

5 cucharadas de azúcar

Jugo de un limón

Hielo picado



Preparación

Colocar todos los ingredientes juntos en una licuadora y batir el tiempo que sea necesario hasta que todos los ingredientes se integren bien. Servir bien frío.

Helado de Guanábana con mango y lima

Ingredientes

3 tazas de pulpa de guanábana

1 taza y 1/2 de pulpa de mango

1 taza y 1/2 de azúcar

1 taza y 3/4 de agua

3 cucharadas de jugo de limón

1/2 cucharadita de ralladura de limón
(fina)



BENEFICIOS QUE TIENE EL CONSUMO DE GUANABANA PARA LA SALUD

Cura el cáncer

Al comer la fruta de guanábana podemos ayudar a atacar a las células cancerosas de manera segura y natural, sin efectos secundarios como náuseas, pérdida de peso o pérdida de cabello.

Mejora el sistema inmunológico

Las sustancias contenidas en la guanábana hacen que nuestro cuerpo se mantenga en forma y nos ayuda a luchar contra la enfermedad.

Vitamina C

La vitamina dominante en la fruta de guanábana es la vitamina C, posee alrededor de 20 mg por cada 100 gramos de carne de la fruta.. El contenido de la vitamina C es lo suficientemente alto en la guanábana para convertirla en una excelente antioxidante.

Medicina para las hemorroides y aliviar el dolor

Las bebidas de jugo de guanábana también son buenas para curar las hemorroides, el dolor de cintura y ayudar a regular nuestro apetito.

Previene la Osteoporosis

La guanábana contiene fósforo y calcio, muy buenos para los huesos.

Aumentar la energía

El contenido de fructosa en la guanábana te mantiene fresco y puede dar energía. Esto se debe a que la fructosa es un azúcar simple que se encuentra en muchas frutas. Esta puede ser una buena fuente natural de hidratos de carbono para el cuerpo.

Ayuda a curar muchas enfermedades

Tomar jugo de fruta guanábana dos veces al día puede ayudar a superar la enfermedad renal, problemas de hígado e infección del tracto urinario

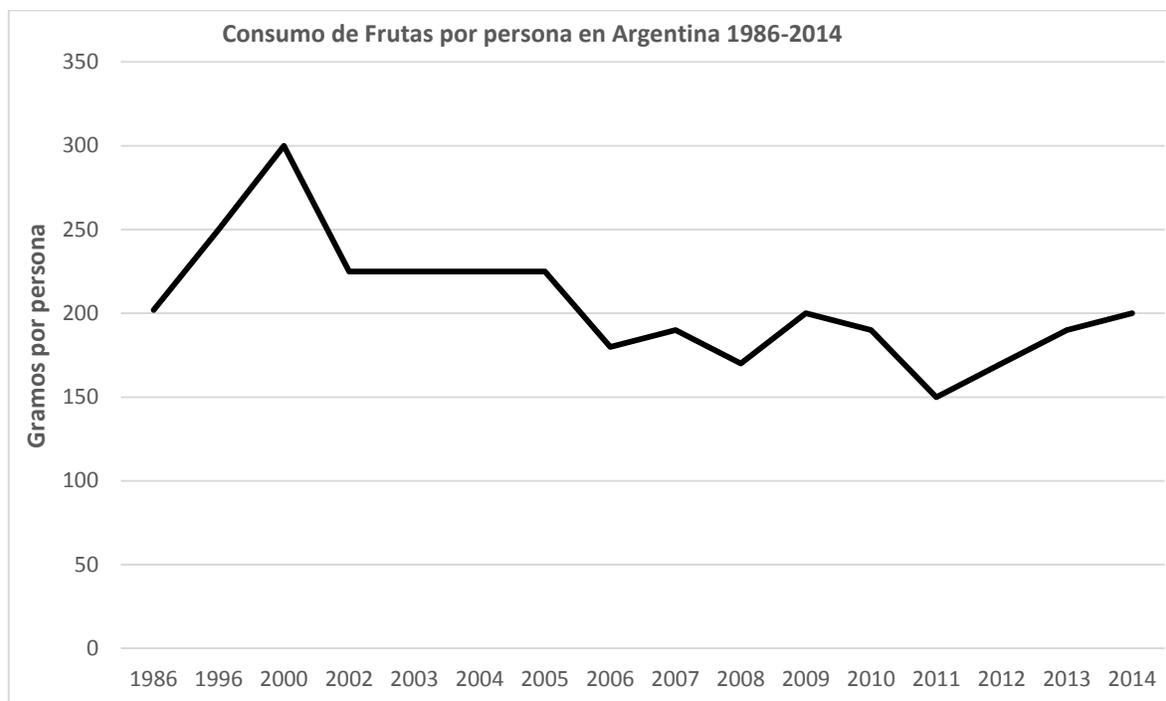
La prevención de infecciones bacterianas

La parte comestible de la fruta, si se aplica a cualquier recorte va a acelerar el proceso de curación y prevenir la infección bacteriana.

ESTUDIO DE MERCADOS

Actualmente el consumo de frutas de la población argentina se estima en la mitad de la ingesta sugerida por la FAO/OMS: alrededor de 200 gramos diarios per cápita.

Si se compara con los años anteriores puede apreciarse que esta tendencia no ha cambiado mucho.



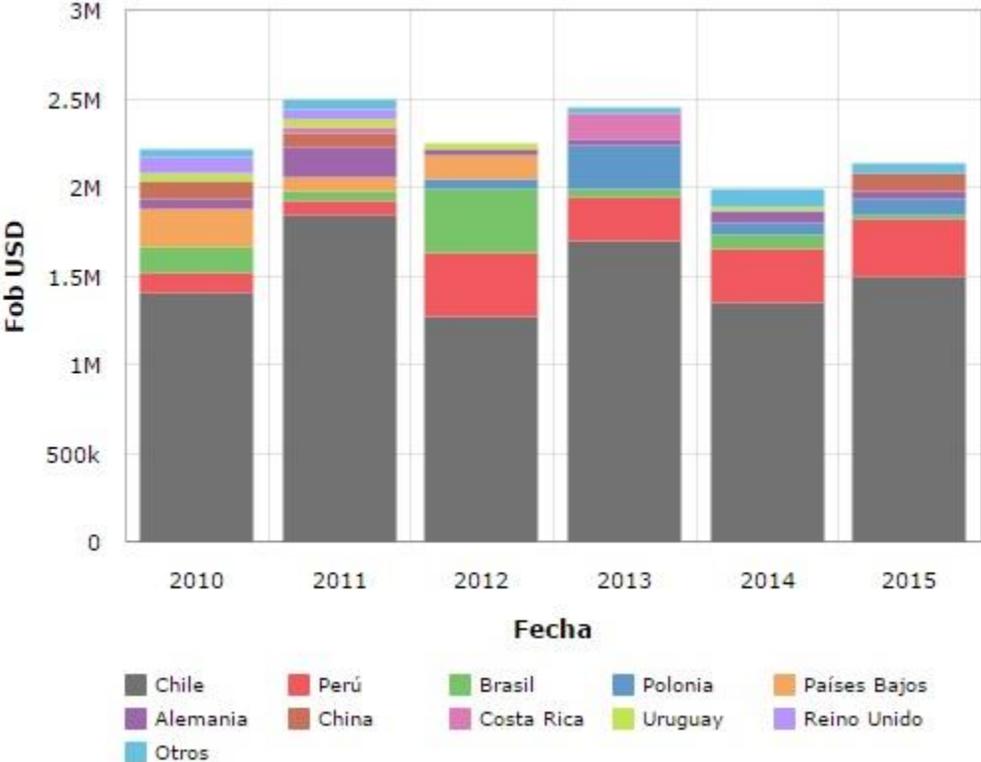
Fuente: Elaborado en "Seguridad y Soberanía Alimentaria "desde datos extraídos de Hojas de balance de FAOSTAT. (Gorban M, 2011)

Un estudio nutricional realizado en mayores de 18 años de estrato socioeconómico bajo, evidenció que el grupo de alimentos de mayor consumo fue el de cereales y tubérculos (307,73 gr/día) seguidos por un consumo real de 199,44 gramos diarios de hortalizas y 197,27 gramos de frutas diarios.

En mayores de 18 años de estrato socioeconómico alto fue mayor la ingesta de vegetales (con una media de 478 gr/día) seguidos por una ingesta de frutas con una media de 445 gr/día), duplicando los valores encontrados en el nivel socioeconómico bajo.

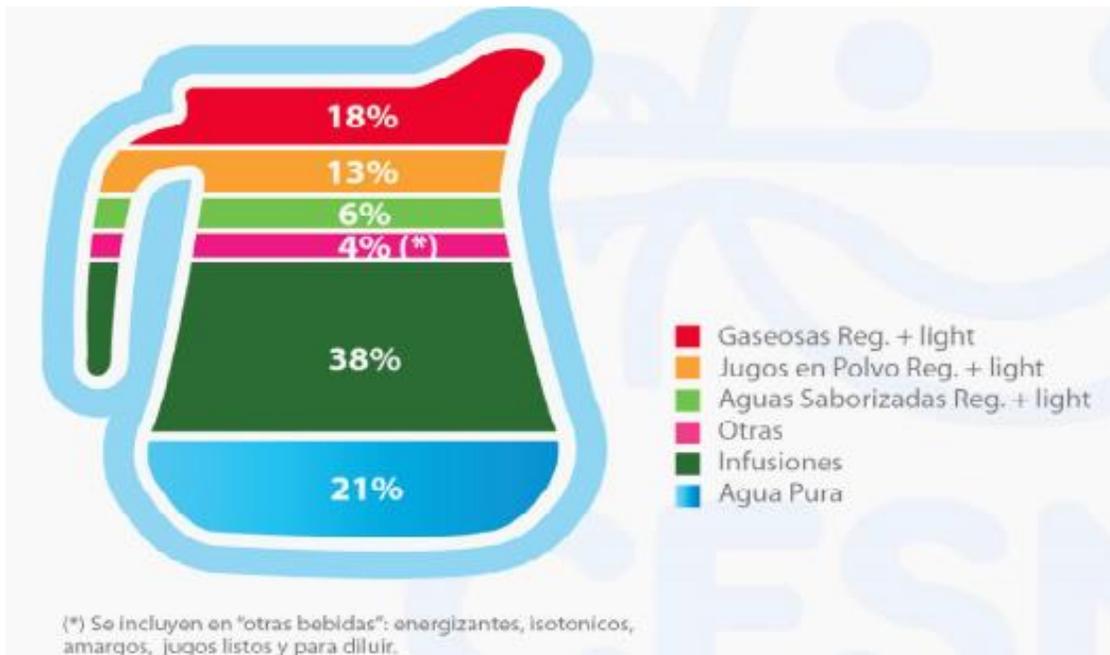
Estas distintas investigaciones que integran una muestra de base poblacional de 4313 sujetos adultos de ambos sexos, refieren un consumo promedio de 200 gr de frutas por día de la población Argentina (Aballay, Díaz 2012).

IMPORTACIONES ARGENTINAS DE FRUTAS CONGELADAS EN MILLONES DE DOLARES



Fuente: <http://trade.nosis.com/>

COMPOSICIÓN DE LA INGESTA DE LÍQUIDOS EN ARGENTINA



Argentina es el país con más consumo de gaseosa en el mundo, alrededor de 100 litros por año, por lo cual es de vital importancia reorientar el consumo de estas bebidas hacia líquidos más saludables.

Por una cuestión de salud de la población es importante imponer el uso de endulzantes naturales como jugos de frutas, hay un proyecto de ley que está en tratamiento en la Cámara de Diputados de la Nación y que fue presentada en el 2013.

El proyecto de ley propone elevar a un 28% los impuestos internos a las bebidas alcohólicas que hoy tienen un gravamen de entre el 4 y el 8%, pero establecer un descuento del 90% en el gravamen para los productos como bebidas alcohólicas elaboradas con un 10% como mínimo de jugos o zumos de frutas.

Este proyecto, posible ley, no obliga a nadie, sino que puede dar ventaja interesante a los que incluyan los jugos de fruta. Hoy son pocas las que usan más del 5 por ciento, algunas llegan al 10 por ciento y hoy ya tienen beneficios, pagan 4% en vez de 8% y las que usan más del 20% no pagan nada.

Proceso de compra de Frutas

Los atributos ideales a los que se les da mayor importancia al momento de decidir una compra, en orden de jerarquía son:

- El valor nutritivo
- La apariencia
- Listo para el consumo
- El precio

Actores influyentes en el proceso de compra

- Los decisores de compra de alimentos para el hogar en su gran mayoría lo hacen sin demasiadas influencias.
- Un cuatro de cada diez decisores de compra reconoce estar influenciados por otros miembros del hogar, como la pareja.
- Hay tres segmentos de la población que se declaran más influenciados por el resto de los miembros del hogar, y son: las personas de mayor nivel socio-económico, los jóvenes y sobre todo los estudiantes.

Lugares de compra

- El lugar preferido de compra es la verdulería del barrio.
- En las verdulerías es donde se obtiene mejor calidad, mejor precio y más asesoramiento.
- ¿Por qué compran donde compran?
- También se destacan en menor proporción otros lugares de compra como verdulerías de supermercados e hipermercados, destacados estos en la practicidad de comprar todo en un mismo sitio, o por las promociones, descuentos y pago con tarjetas de crédito.

La cercanía y la calidad de los alimentos, son los principales factores que determinan el lugar de compra.

Frecuencia de compra

El 70% de los argentinos compran frutas al menos dos días por semana en verdulerías barriales.

Las proporciones son muy distintas cuando se refiere a las compras de frutas en súper o hipermercados, ya que el 75% de la población lo hace cada 10 días o más.

Frutas compradas con mayor frecuencia

- La compra de frutas tiene una alta concentración en sólo cuatro frutas elegidas por el 70% de los argentinos.
- En recordación espontánea de primera mención las frutas más compradas aparecen en el siguiente orden: bananas, naranjas, manzanas y mandarinas, como las top four.

El Promedio de kg de frutas comprados por semana por hogares de 5,040kg

Frecuencia de consumo de frutas en el hogar:

- Ocho de cada diez personas declara consumir frutas todos los días.
- Dos de cada diez consumen jugos exprimidos todos los días.
- EL consumo de jugos exprimidos, tiene una relación directa con el nivel socioeconómico: a mayor nivel, mayor consumo.

Estacionalidad del consumo

- Principalmente el consumo de naranjas, bananas y las manzanas, se ha desestacionalizado ya que se las compra en cualquier momento del año.
- Las frutas preferidas para el verano son la naranja, duraznos, bananas, manzanas, uvas, peras.
- En el invierno son: naranja, banana, mandarina, manzana.

Presencia de las Frutas en los menús de los hogares

En siete de cada diez hogares las frutas se consumen en el almuerzo. El resto en la media mañana o en la merienda.

Preparaciones más frecuentes

Las frutas preferentemente se consumen frescas en todos los hogares, además un 38% también lo ingieren como jugos y un 31% prepara ensaladas de frutas.



Características de los consumidores (perfil)

- Son preferentemente mujeres.
- Valoran el “deber ser” en la alimentación y en el proceso de compra. Los productos “deben ser” nutritivos, sabrosos, sanos, bien presentados y a un costo accesible..
- Usan la “frutería de barrio” como canal principal de compra.
- No programan la compra de frutas y verduras.
- Eligen las fruterías de supermercados o hipermercados sólo cuando acompañan la compra con otros productos para el hogar.

- Consideran al “frutero” como el actor más confiable y buen asesor de productos, pero no lo referencian como agente de propaganda informativa sobre el consumo de frutas y verduras.
- Tienen pocas referencias que motiven el consumo de frutas y verduras.
- Son consumidores influenciables frente a estímulos de información. Si conocen los productos, procedencias, propiedades, etc. compran o consumen más.
- Tienen a abandonar o disminuir la compra cuando los productos se exceden en el precio.
- En cierta medida son permeables a las sugerencias de miembros del hogar y de profesionales de la salud.
- Se inclinan por los menús simples y rápidos.
- Desconocen propiedades específicas de las frutas, a pesar de que uno de los atributos que más valoran a la hora de comprar son las “propiedades nutricionales”.
- No conocen las recomendaciones nutricionales, en relación al consumo de frutas
- La familia, la salud y la alimentación es el orden de importancia de los aspectos que más valoran

Compra semanal de frutas en cantidad de kilogramos

FRUTA	KG PROMEDIO
Naranja	1,90 kg
Manzana	1,45 kg
Mandarina	1,68 kg
Banana	1,39 kg
Pomelo	1,38 kg
Uva	1,35 kg
Durazno	1,34 kg
Pera	1,28 kg
Kiwi	1,13 kg
Frutilla	0,66 kg

EXPANSION FRUTAL

Primero fue el jugo de arándano: hordas de amas de casa se acercaban a la dietética en busca del jugo lleno de propiedades antioxidantes, vitaminas y minerales.

Así, el arándano abrió el juego y (por suerte) ahora son muchas las empresas que están apostando a ampliar la categoría, esta vez haciendo las cosas bien: ofreciendo sabor y calidad. “Por un lado, las grandes empresas comienzan a inclinarse hacia lo natural, lanzando nuevas versiones de sus productos o nuevas marcas con más fruta y menos azúcar -cuenta Sergio Vázquez, fundador de Las Brisas-. Por otro lado, nuevas marcas de jugos saludables, naturales u orgánicos, están surgiendo con una impronta más sustentable”.

Concretamente, hoy conviven en el mercado dos tipos de jugos: los que se elaboran a partir de concentrados y los que no. Los primeros, más económicos y con sabores alejados de la realidad, son sometidos a un proceso en el que se les quita el 80% del agua. El resultado es un producto fácil de almacenar y de transportar, pero sin las vitaminas y minerales originales, que suelen ser añadidos artificialmente junto a conservantes, estabilizantes y aromatizantes.

En la mano contraria de estos mal llamados jugos de fruta, existe un abanico de variedades naturales (a veces orgánicas), más sabrosas y genuinas. Estas son algunas de las mejores que se consiguen en Argentina:

Purificare: kiwi orgánico

Con la primera plantación de kiwis orgánicos de la Argentina, en 2006, la familia Innocenti quiso agregar valor a su producto y comenzó la elaboración de mermeladas y jugos de esta fruta. Luego, de a poco, fueron sumando el resto de las frutas (ciruela, durazno, pera, frambuesa y arándanos) manteniendo la misma premisa: no usar edulcorantes,

aromatizantes ni conservantes. Ni muy livianos ni muy pesados, los jugos tienen la consistencia justa, un increíble sabor a fruta y un dulzor perfecto. Se consiguen en el mercado en presentaciones de 170ml, 500ml y un litro con un precio desde los \$17.

Las Brisas: frambuesa liviana

Proveniente de la provincia de Santa Fe y con el antecedente de ser una empresa familiar que elaboraba frutas y verduras orgánicas, en 2009 Las Brisas decidió incursionar en el mundo de los jugos y lo hizo a lo grande. Es la marca que más variedad de sabores tiene (pera, manzana, pera y manzana, frambuesa, frutilla, limón con menta y arándanos) e incluso para el año que viene tiene previsto agregar tres nuevos: mix de cítricos, naranja y frutos rojos. Se los consigue, desde \$17, en prácticamente cualquier lugar (desde almacenes orgánicos hasta estaciones de servicio) y vienen en botellas de 250ml, 500ml y un litro.

Il Mirtilo: arándanos más sanos

En Suipacha, a 125 kilómetros de la capital, esta empresa familiar produce arándanos desde 2005. Comenzaron el proyecto para elaborar jugo en 2010 y después de un año lanzaron al mercado su primera partida. Mucha pulpa, mucho sabor y la dulzura justa para no empalagar. Este año, además, lanzaron una variante: jugo endulzado con fructosa, que convierte un producto ya excelente en una opción aún más sana. Si bien por el momento solo producen jugo de arándano, están desarrollando nuevos blends con otras frutas, como frutos rojos y tropicales que muy pronto saldrán al mercado. Se consiguen en Buenos Aires Market, The Pick Market, Mercado Bonpland, Mercado del Progreso y en muchas dietéticas en tres presentaciones: un litro (\$37), de 500ml (\$25) y 166ml (\$18).

Natufresh: peras y manzanas

Inspirado en las versiones naturales con gran variedad de sabores que conocieron en Holanda, la gente de Natufresh lanzó hace unos tres años una línea de jugos hechos a base de pulpa de fruta orgánica, libre de pesticidas y químicos, y endulzados con azúcar de

caña orgánico. Son pesados, con mucha pulpa y sabor potente, casi como un batido de frutas. El mix de pera con manzana es nuestro favorito, aunque el resto de los sabores (arándanos, pera, manzana y kiwi) son muy buenos también. Vienen en botella de un litro, aunque ya están trabajando en una nueva presentación de menor tamaño que facilitará su consumo fuera del hogar. Además de en Buenos Aires Market se consiguen por internet en www.jardinorganico.com.ar, o en el barrio chino a unos 45 pesos.

Citric: más que naranjas

En 1949 comienza la historia de El Carmen, una empresa tucumana familiar de antaño que decidió dejar la actividad azucarera y concentrarse en el cultivo de árboles citrus. Cincuenta años después comenzaron la producción y elaboración de los jugos y hoy son los responsables del primer jugo cítrico natural refrigerado de la Argentina. Al ya clásico jugo de naranja se le fueron sumando opciones. Pomelo, limonada y una línea excelente que ellos llaman “productos estacionales”, que tiene opciones como naranja sanguínea y dos mix de jugos: naranja con durazno y naranja con frutilla, nuestro elegido. Vienen en cuatro presentaciones: 250ml, 500ml, un litro y el bidón de tres litros. Se consiguen a partir de \$18, en cualquier supermercado.

FRUTAS EN EL MERCADO CENTRAL

En el mercado central se pueden encontrar gran variedad de frutas entre las cuales no encontramos la guanaba pero si la chirimoya que es de la misma familia y puede tomarse como producto sustituto, esta tiene un precio de \$35 por unidad.

FRUTAS QUE SE COMERCIALIZAN EN EL MERCADO CENTRAL DE BUENOS AIRES				
FRUTA	VARIETADES	ORIGEN	VENDEN:	
Ananá	Piña - Perola	Bolivia - Brasil - Paraguay - Misiones.	Frutícola Sasha --Hijos de Norberto Esparza SRL	
Banana	Cavendish - Nanika	Brasil - Ecuador - Salta - Formosa - Bolivia	Frutícola Sasha-Chacra Fértil SA -Rev Tango SRL - Hijos de Norberto Esparza SRL	
Cereza			Chacra Fértil SA	
Ciruela		USA	Rev Tango SRL --Hijos de Norberto Esparza SRL	
Durazno	1633 - Earlygrand - Flordaking	Entre Ríos - Jujuy - San Pedro - Santa Fé - Ctes.	Chacra Fértil SA-Rev Tango SRL -Hijos de Norberto Esparza SRL	
Kiwi	Hayward	Chile	Frutícola Sasha -Rev Tango SRL -Hijos de Norberto Esparza SRL	
Limón	Eureka - Genova	Ctes. - Entre Ríos	Rev Tango SRL -Hijos de Norberto Esparza SRL	
Manzana	Fuji - Granny Smi - Red Atwood - Red Delici - Red Top - Rome Beaut - Royal Gala	Río Negro - Mendoza	Chacra Fértil SA -Rev Tango SRL-Hijos de Norberto Esparza SRL	
Melón	Amarillo - Escrito - Piel Sapo - Rocio Miel	Brasil - Salta - Ctes. - Sgo. Estero.	Chacra Fértil SA -	
Palta	Hass - Lula - Torres	Chile - Tucumán	Tango Fruit SRL --Hijos de Norberto Esparza SRL	
Pera	Packham`s	Mendoza - Río Negro	Chacra Fértil SA -Hijos de Norberto Esparza SRL	
Uva	Italia - Red Globe	Brasil	Tango Fruit SRL	
INFORMACION SOBRE FRUTAS				
Albaricoque	Chirimoya	Granada	Mango	Níspero
Ananá	Damasco	Higo	Manzana	Papaya
Banana	Durazno	Kiwi	Melón	Pera

Caqui	Frambuesa	Limón	Naranja	Sandia
Cereza	Frutilla	Mandarina	Nectarina	Uva
Ciruela				

LISTA DE PRECIOS

Se debe tener en cuenta que esta lista de precios es de carácter informativo ya que no es comparable con la pulpa de guanaba pues estos productos carecen del mismo valor agregado (proceso de selección, empaque, conservación, etc.)

FRUTAS			
Banana x 2 kg	\$ 30	Manzana Gala x 2 kg	\$ 20
Ciruela x kg	\$ 15	Melon c/u	\$ 25
Durazno x kg	\$ 30	Naranja x 2 kg	\$ 20
Kiwi x kg	\$ 20	Naranja x 2 kg	\$ 35
Kiwi x kg	\$ 30	Pelon x kg	\$ 20
Limon x kg	\$ 15	Pelon x kg	\$ 30
Limon x kg	\$ 18	Pera x 2 kg	\$ 20
Limon x kg	\$ 20	Piña x un	\$ 20
Mandarina x 2 kg	\$ 20	Piña x un	\$ 25
Manzana Red Del x 2 kg	\$ 25	Uva x kg	\$ 15
Manzana Red Del x 2 kg	\$ 30	Uva x kg	\$ 20

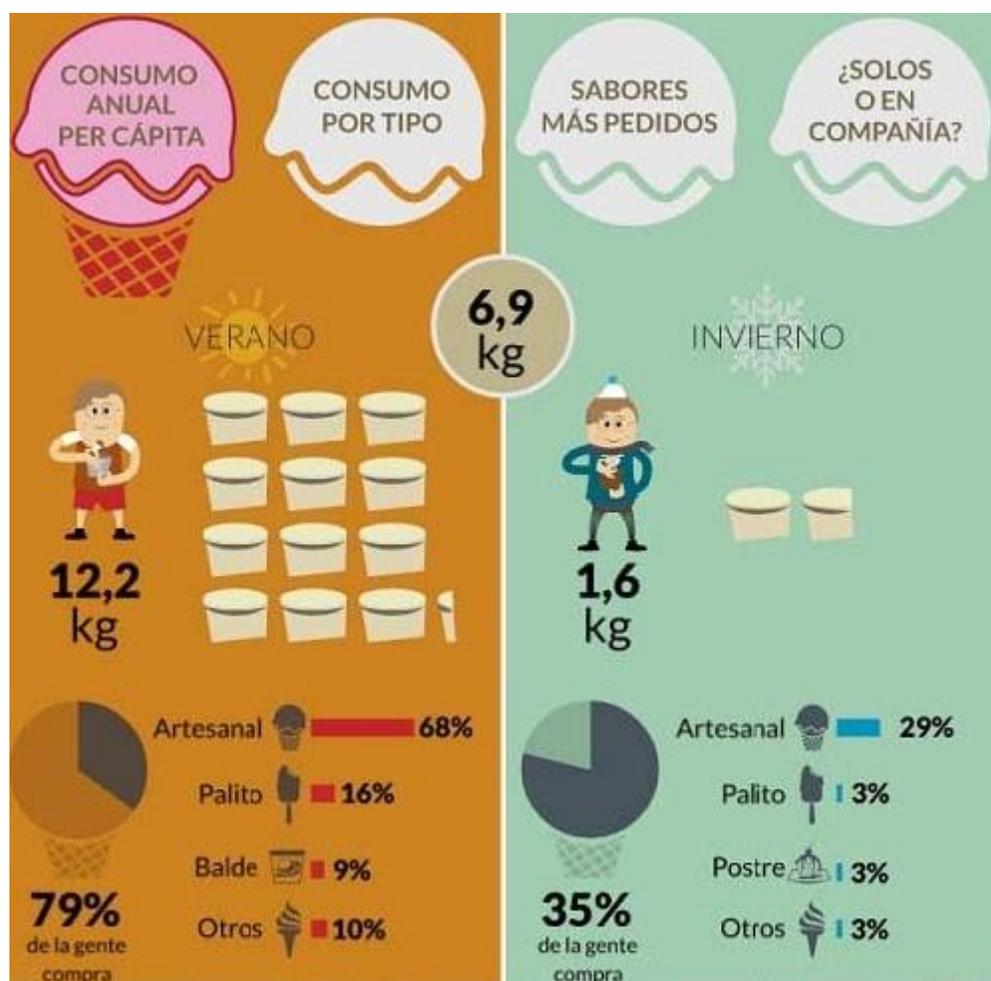
Para comparar el precio de la pulpa de guanábana se utilizara el valor que tiene la pulpa de maracuyá en el mercado ya que también cumple con la definición de fruta exótica.

En Buenos Aires existe una marca que se llama JAMDA que comercializa en presentaciones de 150 gr en pulpa congelada de diferentes frutas (durazno, ananá, mora, maracuyá, mango, arándano, frutilla, frambuesa) a \$25 cada una.



CONSUMO DE HELADO EN ARGENTINA

El sector de los helados requiere como materia prima una gran variedad de pulpas de fruta, esta alternativa también es considerada para la comercialización de la pulpa de guanaba ya que Argentina es un gran consumidor.



Las heladerías artesanales, en su mayoría pymes, tienen el 30% de un mercado que factura 1.000 USD millones anuales. En los últimos cuatro años, el consumo quebró la

estacionalidad del sector. Gustos exóticos y envases ecológicos, entre las estrategias que marcan la diferencia.

Según La Asociación Fabricantes Artesanales de Helados y Afines (AFADHYA). Argentina, tiene una ingesta de siete kilos de helados per cápita, cifra que posiciona al país entre los de mayor consumo en el mundo.

Respecto a los sabores, el 89% de los encuestados elige los sabores tradicionales, siendo el dulce de leche y sus variantes los preferidos con un 54%, luego el chocolate (42%) y por último las cremas (19%) y frutales (28%). Entre los sabores exóticos más comunes se encuentran mango, maracuyá y melón

Respecto a los envases, los formatos térmicos son más elegidos que los formatos al paso, siendo los favoritos el de 1 kilo y ¼ kilo. En el formato comestible, el cucurucho sigue siendo el favorito.

En cuanto a las edades, quienes tienen entre 18 y 24 años son los que más helado comen (9,25 kg), seguidos por los que tienen entre 35 y 48 años (8 Kg).

En la investigación, los consumidores destacan al helado artesanal por su excelencia y lo reconocen como el más natural, rico y de mayor elaboración.

Un 80% de la población consume helado habitualmente y un 27% todo el año.

Fuente: TNS Gallup

Dentro de las heladerías artesanales hay una serie de marcas que componen el mercado Premium. Ellas son: Un Altra Volta, Persicco, Freddo, Munchies, Veikko y Chungo.

Dichas marcas se dirigen a un mismo público; buscan captar un mercado compuesto por hombres y mujeres de un nivel socioeconómico medio-medio alto que estén interesados en consumir productos de calidad sin importar el valor monetario que les cueste el adquirir dichos productos. locales que estas heladerías poseen están ubicados en zonas estratégicas de la capital.

Estas grandes marcas ofrecen diversidad de productos para satisfacer a todo tipo de cliente que se acerque a los locales buscando sabores exóticos y productos innovadores. Un Altra Volta se

caracteriza por ofrecer helados, chocolates, pastelería y cafés. Persicco cuenta con heladería, pastelería y cafetería de la misma manera que Freddo, Munchies y Chungo.

Lo que es importante resaltar del mercado en el que se encuentran estas marcas es que todas, aparte de apuntar a un mismo público de gente y básicamente tener la misma estructura de negocio, al ser marcas Premium y encontrarse en un medio cambiante y variable como es la situación actual, están pendientes entre sí para no quedar atrás y seguir creciendo y compitiendo al a par.

COMERCIALIZADORES DE PULPA DE FRUTA EN ARGENTINA

Agro roca S.A

Eco holding SRL

Ecofrut S.A

Expofresh S.A

Expofrut Argentina S.A

Fenix Fruit Concentrates S.A

Fideco S.A

GrupoTtigre S.A

High Door S.A

Trevisur S.A

Zumos Argentinos s.a.

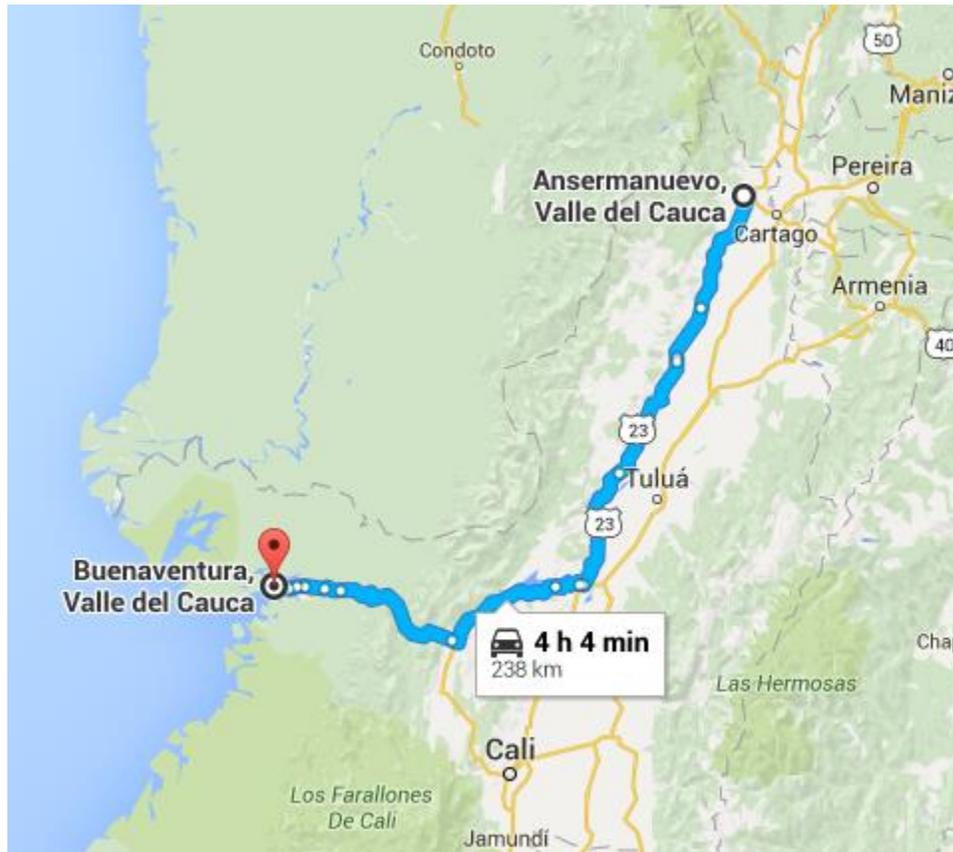
CANAL DE DISTRIBUCION

La plantación y la planta de producción de **FRUTICOL SRL** se encuentran en Colombia, específicamente en Ansermanuevo a 238 kilómetros de distancia del puerto de Buenaventura.

El transporte de la planta a puerto se realizara en un camión/contenedor refrigerado de 20´a -18°c con el fin de conservar la mercadería en óptimas condiciones.

El transporte internacional se realizará por vía marítima, empleando un contenedor refrigerado FCL (Full Container Load) desde Buenaventura al puerto de Buenos Aires.

Mapa de ruta



La pulpa congelada de Guanábana es empacada en bolsas plásticas de 230 grs, una caja (30X30X23) contiene 48 bolsas , por pallet son 96 cajas , 20 pallets por contenedor.

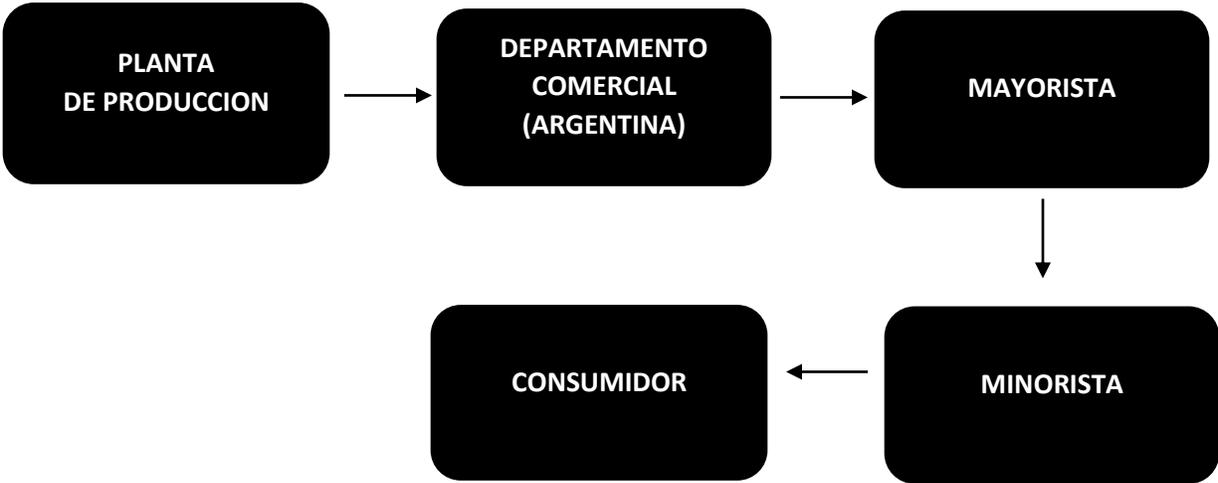
Total de unidades por contenedor = 92.160



FRUTICOL SRL contara en Buenos Aires con un depósito equipado con todas las condiciones de refrigeración requeridas para mantener la cadena de frio , de allí el área logística de la compañía se verá encargada de llevar el producto a los clientes (mayoristas) y entregarlo en tiempo y forma en sus centros de distribución.

Para la línea de helados la venta es directa con la heladería para que esta adquiera el producto como materia prima y así fabrique su sabor o gusto de acuerdo a sus estándares de calidad.

El canal de distribución que se aplicará para la comercialización de la Pulpa de Guanábana es el siguiente:



Para poder realizar la exportación y obtener el DEX (Declaración de Exportación) se deberá adjuntar los siguientes documentos: Factura Comercial, Lista de Empaque (si se requiere), Registros Sanitarios o Vistos Buenos (INVIMA), Documento (Guía) de Transporte.

PROMOCION

Se darán a conocer los beneficios que tiene la fruta para el tratamiento del cáncer, se realizarán giras en las locaciones más importantes en donde la población realice actividad física. Allí se establecerán unas zonas en donde se darán degustaciones para que la gente tenga la oportunidad de acercarse y conocer el producto, sus diferentes formas de preparación y los beneficios que tiene el consumirlo (degustación de jugo y helado)

Se hará presencia en las diferentes ferias gastronómicas, donde se empleará una estrategia basada en stands para promover e impulsar el producto con el fin de crear una recordación de marca entre los diferentes clientes.



Entre las ferias más populares se pueden destacar: BA Foodweek, semana de la Gastronomía Porteña, entre otras.

La Semana del Auténtico Helado Artesanal, que se desarrolla del 23 al 29 de noviembre en todo el país. Se instala una heladería gigante en el Obelisco, se realizarán degustaciones sorpresa en cines y teatros, 50% de descuento en cucuruchos, sorteos de kilos de helado, etc.

También hay ferias de productos orgánicos, como las siguientes:

- La feria **Sabe La Tierra** se realiza todos los fines de semana en Pilar, Belgrano, Vicente López y San Fernando.
- Los viernes la feria **Mapo** se despliega por Microcentro y los sábados y domingos por Recoleta y Palermo.
- El **Buenos Aires Market** se realiza una vez al mes en diferentes puntos de la capital.

Comunicación en el lugar de venta (rompe tráfico)

Este será el tipo de publicidad que se utilizara en el lugar de venta, será un cartel en el stand del producto sobresaliendo de los anaqueles para generar mayor impacto visual al cliente.

El producto estará ubicado en el área de congelados como se muestra en la siguiente imagen.



Adicionalmente se realizaran visitas a restaurantes, hoteles y heladerías, se tendrá en cuenta la promoción del producto a través de programas televisivos y prensa especializados en gastronomía.

Voz a Voz

En Argentina se concentra un gran número de colombianos, esta variable es muy importante pues esta parte de la población ya reconoce la fruta y a través del voz a voz da a conocer el producto al mercado Argentino.



RONDA DE NEGOCIOS | SECTOR SUPERMERCADOS

La Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) organiza la Ronda de Negocios del sector Supermercados, en este evento se reúnen las empresas más importante a nivel nacional que componen la cadena de valor del sector supermercados: alimentos, bebidas, artículos de limpieza, artículos de tocador, aceites, productos congelados, snacks, panificados, carnes, verduras, hortalizas, frutas frescas, frutas secas y todos aquellos productos que puedan ofrecerse en góndola.

Es una gran oportunidad para que las pequeñas y medianas empresas de todos los rubros y regiones del país puedan negociar y abastecer a esta amplia franja de comercios, no sólo de su zona de influencia sino de otras regiones, ganando nuevos mercados que potencien el desarrollo de sus empresas.

ENCUENTRO INTERNACIONAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA



ANÁLISIS FODA DE LA EMPRESA FRUTICOL S.R.L

ANALISIS FODA		
Aspectos internos	<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnología de punta (Inversiones en maquinaria) • Exigentes controles de Calidad • Gestión de BPM, Programas de higiene y Saneamiento • Compromiso con el Medio Ambiente • La época de cosecha se da en todo el año • El árbol de guanábana tiene una vida económicamente productiva de 25 años • Utilización de la planta al 100%. • Propiedades de la fruta que benefician la salud. 	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poco reconocimiento de marca. • La guanábana se debe pelar manualmente alargando el tiempo de proceso • Vulnerabilidad al producir un solo producto • Empresa relativamente nueva (inexperiencia) • Falta de decisión de la asociación de productores en cuanto a decisiones comerciales
Aspectos externos	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tendencias vinculadas a la Vida Sana • Existe un mercado insatisfecho. • Demanda en constante aumento • Mano de Obra Especializada • Sector Agroindustrial en Crecimiento • Ayuda del gobierno para exportaciones • Mercado Creciente 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercado altamente competitivo • Competidores locales fuertes • Falta de información acerca de los beneficios que tiene el producto • Problemas de plagas y enfermedades en el cultivo • Situación económica variable en Argentina • Competencia de sabores tradicionales

▶ 0811.90.00.100Z

Sin cocer y sin adición de azúcar u otro edulcorante (Ley 25.063)

: : Descripción Completa:

FRUTAS Y OTROS FRUTOS, SIN COCER O COCIDOS EN AGUA O VAPOR, CONGELADOS, INCLUSO CON ADICIÓN DE AZÚCAR U OTRO EDULCORANTE.

- Los demás

Sin cocer y sin adición de azúcar u otro edulcorante (Ley 25.063)

AEC	DIE	TE	RE	DE
10%	10%	0,5%	3,40%	2,5%

POSICION ARANCELARIA – TRATAMIENTO IMPOSITIVO

LEGISLACION - ANMAT Código Alimentario Argentino

Artículo 1006 - (Res N° 613, 10.5.88)

Los productos no gasificados elaborados con jugos, jugos concentrados y/o jugos y pulpas de frutas u hortalizas para preparar por dilución bebidas sin alcohol, deberán cumplir con las siguientes exigencias:

FISICOQUIMICAS

- Deberán contener porcentajes de jugo de 20% v/v como mín. Productos con cantidades superiores de jugo deberán contener porcentajes crecientes múltiplos de 10.
- El valor de los grados brix no podrá superar el porcentaje de jugo.
- Estos productos podrán contener como máximo 1 g/kg de ácido benzoico o su equivalente en benzoato de sodio, o 1 g/kg de ácido sórbico o su equivalente en sorbato de sodio o no más de 1 g/kg de la mezcla de ambos ácidos o su equivalente en sales alcalinas, expresada como ácidos.

ORGANOLEPTICAS

- Los jugos y pulpas de frutas deben estar libres de materias extrañas, admitiéndose una separación en fases y la presencia mínima de trozos, partículas oscuras propias de la fruta utilizada.

b) Libre de sabores extraños.

c) Color y olor semejante al de la fruta de la cual se ha extraído. El producto puede presentar un ligero cambio de color, pero no un color extraño debido a la alteración o elaboración defectuosa.

ROTULACIÓN

Debe indicar:

- Preparado con X% de jugo de ...
Seguido de la indicación "Para obtener bebida sin alcohol lista para consumir con Y% de Jugo."
- Todo indicado con buen tamaño y visibilidad según la resolución MSyAS N° 538, 2.08.94
- La cantidad menor de jugo de fruta permitida es de 10% v/v.
- Debe indicar el modo de preparación del producto, que además indique el rendimiento a obtener en función del contenido neto.
- Debe indicar fechas de elaboración y vencimiento en Mes y Año
- El empaque/envase debe ser bromatológicamente apto y con una capacidad no mayor a 5 litros / 5 Kilos de vidrio o plástico no retornable.
- Queda permitido en el rótulo y/o publicidad representaciones gráficas relativas a frutas u hortalizas.
- En el caso de bebidas listas para consumo, estas deberán contener como mínimo 50% v/v de jugo (con excepción de las elaboradas a base de limón que se permite un contenido mínimo de 25% v/v)

EJEMPLO DE ROTULADO



- **Para la pulpa de fruta congelada hacia Argentina:**
 - La Dirección de Cuarentena Vegetal emite una nota de Autorización de ingreso, que deberá presentar en el punto de ingreso al país, al momento de realizar la importación.
- **Para poder emitir dicha nota necesitaría informar:**
 - El nombre científico de las especies que se van a importar.
 - El nombre del importador.
 - Punto de ingreso al país.
 - Número de factura.
 - BL o guía aérea.
 - Vistos Buenos ANMAT / SENASA

ANALISIS FINANCIERO

INVERSION DEL PROYECTO FRUTICOL SRL	COP	USD
Produccion	COP 165.585.617	USD 48.845
Administracion	COP 85.292.348	USD 25.160
Ventas	COP 45.445.546	USD 13.406
Inversion activo fijo y diferido	COP 221.236.009	USD 65.261
Total	COP 517.559.520	USD 152.672

Para el presupuesto de inversión inicial, se tiene en cuenta los activos que deben ser adquiridos para la producción, los cuales se hacen necesarios para la realización del proceso; además de activos de oficinas y ventas los cuales se requieren para poner en marcha la parte administrativa de la organización.

En la inversión se tuvieron en cuenta las instalaciones en Argentina para el almacenamiento del producto, oficinas administrativas y transporte para la distribución.

Se consideró la venta en el primer año de dos contenedores según la cantidad de habitantes y los hábitos de consumo en el mercado con un incremento anual del 10%.

Para que el proyecto sea viable se debe realizar la venta de dos contenedores por año como mínimo, ya que si las ventas empiezan a rondar las cifras de un contenedor al año el negocio no se vuelve rentable y empezaría a generar pérdidas.

El precio por unidad de 230gr de pulpa de guanábana en Argentina es de 1,4 dólares (21 pesos argentinos), el precio de la competencia es de 25 pesos argentinos por 150gr de pulpa. Según lo anterior el producto sería altamente competitivo en el mercado.

**COSTOS COMEX
FRUITICOL S.RL
COLOMBIA - ARGENTINA**

UNIDADES VENDIDAS	Bolsa
PESO POR BOLSA	230 gr
PESO BRUTO TOTAL	21 Ton
BOLSAS TOTALES	92.160
UNIDAD DE MEDIDA	Bolsa
TIPO DE CAMBIO (COL)	3390

CALCULO PRECIO FOB	%	COSTO TOTAL	
		COL	DOLARES USD
COSTO DE PRODUCCION			
MATERIA PRIMA		COP 55.080.074	USD 16.248
MANO DE OBRA Y CARGAS SOCIALES		COP 60.050.065	USD 17.714
GASTOS DE FABRICACION		COP 40.455.478	USD 11.934
TOTAL DE LOS COSTOS DE PRODUCCION		COP 155.585.617	USD 45.895
GASTOS DE EXPORTACION			
EMBASE Y EMBALAJES		COP 25.432.000	USD 7.502
TRANSPORTE Y SEGUROS HASTA PUERTO		COP 1.408.050	USD 415
DERECHOS DE EMBARQUE		COP 155.000	USD 46
RECEPCION EN TERMINAL PORTUARIO DP WORLD		COP 185.350	USD 55
GET OUT (RETIRO DE VACIO)		COP 80.000	USD 24
V ^a B ^a EN LINEAS MARITIMAS		COP 165.000	USD 49
MONTACARGA , CUADRILLA , POSICIONAMIENTO DE CONTENEDOR		COP 235.305	USD 69
TRASLADO DEL CONTENEDOR VACIO AL ALMACEN PARA SU LLENADO		COP 173.500	USD 51
GASTOS OPERATIVOS DE ADUANAS		COP 100.000	USD 29
INSPECCION ADUANAS		COP 63.000	USD 19
CERTIFICADO DE ORIGEN		COP 235.000	USD 69
CERTIFICADOS FITOSANITARIOS		COP 250.000	USD 74
TOTAL "GASTOS DE EXPORTACION"		COP 28.482.205	USD 8.402
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
ASESORIA LEGAL / DESPACHANTE DE ADUANA		COP 350.000	USD 103
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		COP 235.000	USD 69
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		COP 585.000	USD 173
VALOR FOB EN UNIDADES MONETARIAS		COP 184.652.822	USD 54.470
GASTOS DE EXPORTACION (en porcentaje del FOB)			
HONORARIOS DESPACHANTE ADUANAS	1,5%	COP 2.769.792	USD 817
COMISIÓN BANCARIO	0,70%	COP 1.292.570	USD 381
COMISIÓN VENTAS EN EL EXTERIOR	1,50%	COP 2.769.792	USD 817
GASTOS NO IMPONIBLES	1,30%	COP 2.400.487	USD 708
GASTOS TOTALES		COP 193.885.463	USD 57.193
UTILIDAD	30%	COP 58.165.639	USD 17.158
PRECIO FOB TOTAL		COP 252.051.102	USD 74.351
SEGURO INTERNACIONAL	1,25%	COP 3.150.639	USD 929
FLETE INTERNACIONAL		COP 8.922.408	USD 2.632
CIF TOTAL		COP 264.124.149	USD 77.913
DIE (10%)		COP 26.412.415	USD 7.791
TE (0,5%)		COP 1.320.621	USD 390
Base imponible IVA		COP 291.857.184	USD 86.094
IVA (21%)		COP 61.290.009	USD 18.080
IVA AD (20%)		COP 58.371.437	USD 17.219
IG (6%)		COP 17.511.431	USD 5.166
IB (2,5%)		COP 7.296.430	USD 2.152
PAGADO ITEM		COP 436.326.491	USD 128.710
TASA SIM		COP 40.000	USD 12
Guarda y digitalizacion		COP 85.000	USD 25
MERCADERIA NACIONALIZADA		COP 436.451.491	USD 128.747
Valor unitario por cada bolsa de 230 gr		COP 4.736	USD 1,4

ESTADO DE RESULTADOS DEL AÑO 1 al 3 (USD)			
RENTABILIDAD DEL PRODUCTO	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	USD 257.494	USD 283.243	USD 311.567
Costos de produccion	USD 91.791	USD 100.970	USD 111.067
UTILIDAD BRUTA	USD 165.703	USD 182.273	USD 200.500
RENTABILIDAD DEL NEGOCIO			
	Año 1	Año 2	Año 3
Gastos Admin.	USD 25.160	USD 27.676	USD 30.444
Gastos Ventas	USD 13.406	USD 14.746	USD 16.221
TOTAL GASTOS	USD 38.566	USD 42.422	USD 46.665
BAIT ó UTILIDAD OPERATIVA	USD 127.137	USD 139.851	USD 153.836
Impuesto sobre la renta (30%)	USD 38.141	USD 41.955	USD 46.151
UTILIDAD NETA	USD 88.996	USD 97.895	USD 107.685

FLUJO DE CAJA ECONOMICO DEL AÑO 1 A 3								
TOTAL INGRESOS	USD	-	USD	257.494	USD	283.243	USD	311.567
				Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	
Inversion	-USD	152.672						
Costos de producción			USD	91.791	USD	100.970	USD	111.067
Gastos Administrativos			USD	25.160	USD	27.676	USD	30.444
Gastos de Venta			USD	13.406	USD	14.746	USD	16.221
Impuesto a la renta			USD	38.141	USD	41.955	USD	46.151
TOTAL EGRESOS	-USD	152.672	USD	168.498	USD	185.347	USD	203.882
FLUJO ECONOMICO	-USD	152.672	USD	88.996	USD	97.895	USD	107.685

Periodos	3
Tasa	10%
(-)Inversión inicial	-USD 152.672
Flujo economico - Año 1	USD 88.996
Flujo economico - Año 2	USD 97.895
Flujo economico - Año 3	USD 107.685

VAN USD 90.043

TIR 40%

CONCLUSIONES

Es difícil realizar un análisis para tomar decisiones respecto al volumen que se va comercializar, la uniformidad de los datos y la ausencia de los mismos dificulta un pronóstico acertado lo que genera incertidumbre para definir una política comercial.

Respecto al consumo se puede concluir que la mejor ruta para introducir el producto al mercado es el helado ya que es mucho mayor que el de jugos, sin embargo los argentinos prefieren los sabores tradicionales como el dulce de leche, chocolate o vainilla. Esto hace que posicionar el producto sea mucho más difícil y su venta no sea tan voluminosa como la esperada para que el proyecto sea viable financieramente.

Aunque el análisis financiero concluye que con ventas de dos contenedores al año y un incremento anual del 10% el negocio es viable, no se puede obviar que es una meta muy ambiciosa y exigente para un producto que se está lanzando al mercado y es completamente nuevo para sus consumidores.

El negocio de pulpa de guanábana puede ser exitoso siempre y cuando no se apoye solamente en el mercado Argentino, para cumplir con el objetivo de ventas se deberá explorar otros mercados ya que no se garantiza que Argentina consuma esta cantidad. Otra manera de hacer más llamativo el negocio sería ofreciendo un portafolio más amplio de frutas exóticas para que el mismo no se base en la oferta de un solo producto, lo que será más atractivo para los clientes.

Otro aspecto importante que se debe resaltar es que aunque el estudio de mercados arroja las preferencias de los consumidores en cuanto a sabores, es crucial hacer una investigación que arroje el perfil sensorial de la guanábana y como se ajusta este a los diferentes mercados y sus exigencias para saber en dónde puede ser más exitosa su comercialización.

BIBLIOGRAFIA

Diccionario de comercio exterior. Edición Cultural, S.A.
Madrid-España. 2000

FRED R., David “Conceptos de Administración Estratégica”.

HARGADON J. Bernard “Principios de Contabilidad”

KOTLER, Philip “Fundamentos de Marketing”

BACA URBINA GABRIEL, Evaluación de Proyectos

NASSIR SAPAG CHAIN, Reinaldo Sapag Chain; Preparación y Evaluación de Proyectos.

Diseño de un plan de negocios para la creación de una empresa productora de pulpa de guanábana tipo exportación en la región de la mesa Cundinamarca. Ana Sofía Gallo Herrera

“Proyecto de pre factibilidad para la exportación de pulpa de guanábana al mercado alemán en el periodo 2008 – 2018”. Kathy Paola Blacio Secaira

Inteligencia de mercados- Exportación de frutas exóticas colombianas. Legiscomex

Caracterización de la cadena productiva de la guanábana en el departamento de bolívar- 2005, mediante un modelo de simulación de redes. Luis Alfredo Elles de Ávila.

Estudio sobre hábitos de consumo de frutas y verduras de los consumidores Cordobeses. Liliana Barbero.

Informe del sector Agroindustrial Colombiano. Porexport

Análisis de exportaciones colombianas. Enero-octubre 2015. Proexport

Proyecto para la producción y exportación de la guanábana en la hacienda “María dolores” del cantón el Guabo. Gladys Lorena Chicaíza Quinaloa

Páginas de internet

www.procolombia.co

www.senasa.gov.ar

www.anmat.gov.ar

www.minagricultura.gov.co

www.agronet.gov.co

<http://comercioexterior.cac.com.ar/>

www.indec.mecon.ar

<http://www.fao.org/>

<http://www.aladi.org/>