



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

**Corporación Unificada Nacional de Educación
Superior
CUN**

Opción De Grado I

**Presentador: Oscar Ferney Ladino Torres
Jennifer Ramírez González
José Luis Cortes Báez**

Modalidad de creación de empresa

Creación del producto – Fruits LBR s.a.

GRUPO: 10162

COMERCIALIZADORA NACIONAL E INTERNACIONAL DE PULPA DE FRUTA COLOMBIANA

1. INTRODUCCIÓN

El desperdicio de comida en el mundo cada día es más preocupante, según la FAO a nivel mundial se desperdician 1.300 millones de toneladas de alimentos anualmente, pérdidas que representan un área de cultivo equivalente a la basta superficie de EE. UU. India y Francia juntas. Esto contribuye al deterioro del medio ambiente puesto que las emisiones de CO2 derivadas de estas pérdidas están entorno a los 3.300 millones de toneladas de dióxido de carbono

Estos datos nos llevaron a plantearnos una idea de negocio que no solo fuera rentable si no que a su vez nos permita ser parte de la solución de esta problemática, por estas y otras razones creamos la empresa Fruits LBR s.a., Una empresa que se dedicara a la comercialización de 10 variedades de frutas, que por su alto nivel de producción en el país permiten ser exportadas a otros lugares del mundo donde estas no son tan comunes y a otros que por sus condiciones climáticas no les permite ser cultivadas en la mayor parte del año.

Este documento permitirá entrar en contexto con el objetivo principal, puesto que se elaboró mediante un modelo conocido como el pentágono de perfilación de clientes para la creación de empresa, también encontraran nuestros valores corporativos. Objetivos empresariales y por ende nuestra misión y visión

2. JUSTIFICACION

La idea de negocio nace de ver como en supermercados de cadena, tiendas de barrio y en nuestros campos colombianos se pierden toneladas de frutas. Son varios los factores los que influyen en esta situación, uno de ellos es por el alto nivel de producción y la falta de mercados para poder comercializarlos, también se refleja la problemática que existe a nivel mundial y viene siendo que la mayoría de las personas a la hora de seleccionar las frutas y otros alimentos, ya sea en un supermercado o una tienda tiende a rechazar aquellos productos que han perdido frescura y sus condiciones físicas no son llamativas a la hora de elegirlos, esto conlleva a que estos productos terminen en una sesta de la basura.

Productos que podemos salvar comercializándolos en pulpa a nivel nacional e internacional lo cual generaría un cierto número de beneficios en varios sectores de nuestro país

CAPITULO 2

2. DESARROLLO

1. Identificación de las Necesidades

Según estudios realizados por planeación nacional en Colombia se botan 9,7 millones de toneladas de alimentos por año, por cada tres toneladas de comida disponible una termina en la basura solo en frutas y verduras se pierden 6,1 millones de toneladas, por ello queremos contribuir a la solución de esta problemática creando una empresa que nos permita comercializar en pulpa las frutas que tienen un alto porcentaje de producción en el país

2.2 Identificación de los Beneficios y expectativas

Los beneficios y las expectativas que generara esta empresa serán los siguientes:

1. Oferta de mas mercados
2. Aprovechamiento de frutas que por su deterioro físico pierden valor comercial
3. Contribución a la economía del país
4. Aprovechamiento de pisos térmicos
5. Preservación del medio ambiente

Expectativas

1. Aumentar los ingresos gracias a la imagen de nuestros productos que será un referente de distinción en los mercados
2. Tenemos la certeza que los productos tendrán un alto nivel de persuasión por su calidad y su novedoso empaque
3. Mejoraremos cada día nuestra idea, de esta forma podremos implementar nuevas opciones de producción con estrategias novedosas que sean de mejor aceptación por parte los consumidores y de nuestros clientes

2.3 Identificación de las Soluciones Actuales

En la actualidad hay más de 10 empresas que de esta u otra forma contribuyen a la solución de las necesidades actuales que hemos venido mencionado y por ende serán nuestra competencia directa, puesto que estas empresas ya están posicionadas en diferentes mercados.

A continuación, mencionaremos tres de las más importantes

1. Frucoldex
2. Frupacol S.A
3. Frugy

2.4 Análisis de las Limitaciones, inconformidades y frustraciones

Pese a estas posibles soluciones, notamos que hay vacíos puesto que algunas de estas empresas en el proceso de elaboración de sus productos se centran en frutas que presenten un alto estándar de calidad en cuanto su parte física, olvidando que las frutas no pierden su valor nutricional por presentar a magulladuras o fisuras en su corteza. Estas medidas afectan a los productores Y a los comerciantes puesto que los productos que no cumplan con estos estándares tienden a ser rechazados por estas, y a la final son productos que en su mayoría terminaran en la basura.

Teniendo en cuenta estos factores, nuestra empresa presentara un plan de negocio a aquellas personas que se dedican a la producción y a la comercialización de estas frutas. Donde les ofreceremos comprar aquellas que por diferentes factores han perdido su valor comercial en cuanto gusto y atracción por parte de los consumidores, de esta forma estaríamos contribuyendo a reducir perdidas en la cadena de producción, y a su vez contribuiremos de esta u otra forma a reducir las cifras en cuando el desperdicio de alimentos a nivel nacional

2.5 Mercado

Según informes presentadas por LegisComex basadas en reportes oficiales de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) Colombia actualmente cuenta con 79 países con oportunidades comerciales en este sector

Nuestro objetivo es conquistar el mercado internacional empezando por los estados unidos, no sin antes de haber colonizado aquellos mercados nacionales donde la competencia no a podido llegar

Mapa de países con oportunidades comerciales en el sector Hortalizas, frutas, cereales y semillas y frutos (Jul-2017 a Jul-2018).

Actualmente hay 76 países con oportunidades comerciales en este sector para productos EXPORTACIÓN por Colombia. Seleccione el de su interés en el mapa para conocer más detalles de los productos.



¿Cuáles son las regiones de Colombia con mayor potencial exportador de frutas y cuáles cuentan con él en la actualidad?

DEPARTAMENTOS	PRODUCCIÓN (Miles ton)	PARTICIPACIÓN
Antioquia	6.289,2	11,34%
Santander	4.685,5	8,45%
Valle Del Cauca	4.586,2	8,27%
Cundinamarca	4.235,7	7,64%
Boyacá	3.537,9	6,38%
Meta	3.518,9	6,35%
Córdoba	2.625,3	4,73%
Tolima	2.562,9	4,62%
Nariño	2.494,4	4,50%
Quindío	2.490,4	4,49%
Caldas	2.479,8	4,47%
Otros	15.945,9	29%
Total	55.452,2	100%

Fuente: Proyecciones Asohfrucol, con base en cifras de MADR (2014) A 2030, se busca

PRODUCTO	VOLUMEN (Miles ton)
Plátano	118,6
Aguacate	18,2
Piña	15,2
Los demás frutos preparados o conservados	13,4
Bananito bocadillo	11,4
Naranjas	8,2
Lima ácida Tahití	8,2
Gulupa	6,4
Uchuva	5,2
Mangos	4,5
Otros productos	21,4
TOTAL	230,6



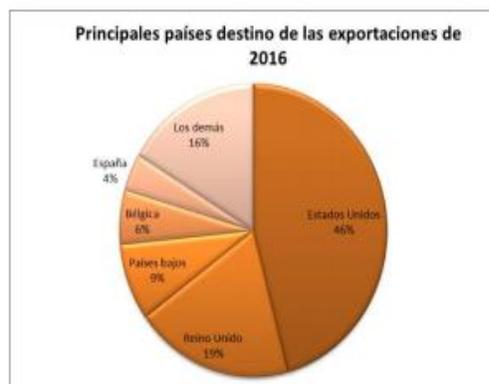
Fuente: Comprende capítulo 7 (hortalizas frescas), 8 (frutas frescas) y 20 (frutas y hortalizas procesadas) del arancel de aduanas, exceptuando banano y papa.

Fuente: DIAN -DANE - Quintero Hermanos (2017).

Elaboración: Unidad Técnica de Proyectos - ASOHOFrucol.

Figura 4. Principales países destino de las exportaciones hortifrutícolas de 2016

PAÍS	VOLUMEN (Miles ton)
Estados Unidos	106,1
Reino Unido	43,8
Países bajos	20,8
Bélgica	13,8
España	9,2
Los demás	36,9
TOTAL	230,6



Fuente: Comprende capítulo 7 (hortalizas frescas), 8 (frutas frescas) y 20 (frutas y hortalizas procesadas) del arancel de aduanas, exceptuando banano y papa.

Fuente: DIAN -DANE - Quintero Hermanos (2017).

Elaboración: Unidad Técnica de Proyectos - ASOHOFrucol.

En términos de valor, en el 2016, las exportaciones de frutas y hortalizas tanto frescas como procesadas sumaron US\$262.9 millones de dólares, cifra que creció en 22% con respecto al 2015 (us\$206 millones de dólares).

Los productos hortifrutícolas que generan más divisas al país son en su orden: plátano, aguacate, gulupa, uchuva, piña, bocadillo, lima Tahití y mango; en estos productos se concentra el 73% de las exportaciones hortifrutícolas del país.

**Tabla 12. Principales productos hortifrutícolas exportables
(En millones de dólares). 2016**

Cultivo	Valor (millones US\$)	% de partic.
Plátano	57,7	22%
Los demás frutos	39,7	15%
Aguacate	35,0	13%
Gulupa	25,1	10%
Uchuva	23,6	9%
Piña	9,8	4%
Bocadillo	8,3	3%
Limón Tahití	7,4	3%
Mango	6,29	2%
Ñame	3,29	1%
Granadilla	3,35	1%
Otros productos	43,3	16%
Total	262,9	100%

Elaboración: Unidad Técnica de Proyectos - ASOHOFRUCOL.

CAPITULO 3

3. Misión

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de pulpa de fruta congelada para el mercado local como para los mercados Internacionales. Con un personal competente enfocado en la mejora continua, en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los consumidores y de nuestros clientes ofreciéndoles un producto de alta calidad

3.1 Visión

Ser una empresa mayorista para el 2021 en la comercialización de pulpa de fruta congelada en los grandes supermercados, fruterías, puestos de comida rápida y tiendas de barrio

Cumpliendo con los más altos estándares de calidad, certificación y responsabilidad social.

3.2 Valores

Honestidad: para fruits LBR s.a. uno de los compromisos es actuar con transparencia en todos los procesos que se generen sin llegar afectar la integridad física y moral de nuestros clientes y colaboradores

Respeto: uno de nuestros objetivos será actuar con respeto hacia nuestros clientes, respetando cada una de sus opiniones e inconformidades y de esta forma actuaremos siempre en pro de sus necesidades

Ética: más que buscar un beneficio personal, actuaremos de forma correcta buscando un beneficio colectivo, donde podamos crear inclusión social

3.3 Objetivos Empresariales

1. Elaborar la mejor pulpa de fruta congelada, cumpliendo con las normas legales
2. Y técnicas vigentes.
3. Lograr satisfacer las necesidades del consumidor ofreciendo productos de
4. Excelente calidad y variedad, obteniendo así la fidelización de ellos.
5. Innovar y realizar mejora continua de los productos para lograr una mejor

6. Posición en el mercado e incrementar la rentabilidad.
7. contribuir a la reducción en cuanto al desperdicio de comida a nivel mundial

4. fuentes

<https://www.portafolio.co/economia/715-millones-de-toneladas-de-frutas-y-verduras-se-desperdician-en-el-mundo-517398>

<https://www.portafolio.co/internacional/perdidas-mundiales-alimentos-da-latina-46938>

http://www.asohofrucol.com.co/imagenes/Balanza_comercial_2016vs2015.pdf