

COLOMBIAN PASSION FRUITS

Oscar Dario Quintero Osorio

Septiembre 2020

Universidad Católica de Oriente

Comercio Exterior

Trabajo de grado

Resumen

El presente proyecto tiene como finalidad ver la viabilidad para la producción de maracuyá en el Oriente Antioqueño; analizando las variables que están directamente relacionadas con su producción y comercialización. Para esto es importante tener en cuenta que el valor agregado que se le imprime al proyecto es la aplicación de las Buenas Prácticas de Agricultura o (BPA), con lo cual, se garantiza que los consumidores en general obtengan un producto que se ha cultivado de manera responsable con el medio ambiente y la sociedad en general. Así mismo, se hizo un análisis financiero en la que se estudia su aplicación al mercado y su viabilidad para llevarlo a cabo.

Por último, se elabora una herramienta de control que permite medir el desempeño de la organización y analizar que estrategias de mejora se pueden implementar, con el fin de estar a la vanguardia y actualizados en los procesos productivos.

TABLA DE CONTENIDO

Proyectos y objetivos.....	5
Idea de negocio	5
Promotor	6
Misión	6
Objetivo General.....	6
Objetivos específicos	7
Definición del producto y mercado	7
Producto	7
Mercado	8
Análisis de la competencia	9
Competencia	9
Principales competidores	10
Plan de Marketing.....	11
Análisis interno y externo	11
Cinco fuerzas de Porter	12
Competencia	12
Sustitutos.....	12
Nuevos entrantes	13
Clientes	14
Proveedores.....	15
Análisis PESTEL	16
Político	16
Económico	16
Social.....	17
Tecnológico.....	18
Ecológico	18
Legal	19
MATRIZ DOFA	28
Debilidades	28
Oportunidades	28
Fortalezas	29
Amenazas	29
Segmentación.....	31

Geográfica.....	31
Demográfica.....	31
Psicográfica.....	31
Conductual	31
Mercado Meta	32
Género.....	32
Ubicación	32
Nivel socioeconómico.....	32
Condiciones Físicas e infraestructura	32
Nivel académico.....	33
Hábitos de compra	33
Marketing MIX	33
Precio	34
Producto	34
Plaza.....	35
Promoción.....	35
Estrategia de Posicionamiento	35
Equipo de Trabajo	36
Organigrama	36
Perfil de empleados	37
Plan de producción	39
Diagrama del proceso	39
Descripción del proceso.....	39
Características técnicas del producto	42
Maquinaria y equipo	43
Materia prima e insumos.....	44
Rendimientos	45
Programa de producción	46
Localización.....	47
Plan financiero.....	48
Estado de resultados.....	48
Balance general.....	50
Plan de amortización.....	51
Indicadores de generación de valor.....	52
Inventario para creación y montaje.....	53
Plan de Implementación	57
Control	61

COLOMBIAN PASSION FRUIT

PROYECTO Y OBJETIVOS

Idea de negocio

La necesidad de mercado a satisfacer, es la poca oferta que hay del producto de maracuyá en el Oriente Antioqueño, además de adquirir un producto de calidad que garantice su buena procedencia e inocuidad; así mismo, se busca dinamizar el sector con un producto diferente y de fácil comercialización en la región. Por otro lado, el aumento de empresas de consumo masivo como supermercados, centros comerciales, restaurantes, entre otras; quienes además de ser el mercado objetivo de Colombian Passion Fruits, son también un factor relevante a satisfacer con la oferta de fruta de maracuyá. Así mismo, con el aporte de un producto orgánico se ayuda a evitar el aumento de algunas tendencias negativas como por ejemplo el sobrepeso. Por tal motivo, todo producto o servicio debe contener como eje fundamental la búsqueda de ofrecer frutos que ayuden a reducir esta y otras problemáticas generadas por el consumo de alimentos. En este caso, con el aporte de un fruto orgánico y de buena procedencia, se estaría acaparando una tendencia en este caso positiva en la sociedad que es adquirir productos que estimulen una vida saludable.

Con la implementación de una nueva oferta de negocio, se está incentivando el trabajo, la inversión, el desarrollo y la dinamización del sector agricultor. Así mismo, se estará adicionando un producto nuevo en la zona con gran acogida por los consumidores en general; producto que a su vez tiene grandes propiedades para la salud ayudando a reducir dolores musculares, de cabeza, entre otros. Además, “El maracuyá es muy aromático, rico en ácidos cítricos y en contenido de carotenos, así como con menor contenido de ácido ascórbico” (Diego Miranda, 2009).

Promotor:

El presente plan de negocios cuenta como promotor, con Oscar Darío Quintero, estudiante de último semestre del programa de Comercio Exterior. Actualmente, labora en la Agencia de Aduanas Master Brokers desempeñando el cargo de analista.

Misión:

Colombian Passion Fruits, es una empresa productora y comercializadora de maracuyá para todo el Oriente Antioqueño, con alto sentido de pertenencia y calidad diferenciadora en el mercado, estando siempre en constante búsqueda de la excelencia de nuestros productos.

Objetivo General:

Determinar la viabilidad para la creación de un cultivo de maracuyá en el municipio de Montebello, para la comercialización y distribución en el Oriente Antioqueño cercano.

Objetivos específicos:

- Identificar las características necesarias con las cuales debe contar un terreno para la producción de maracuyá.
- Investigar el alcance de la demanda del producto en el Oriente Antioqueño.
- Determinar la viabilidad financiera para llevar a cabo el proyecto.

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y MERCADO

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



(HISPANTV, 2017).

PRODUCTO

El maracuyá, mburucuyá, parcha o parchita (*Passiflora edulis*) es una planta trepadora del género *Pasiflora*, nativa de las regiones cálidas de América del Sur. Esta especie es sumamente apreciada por su fruto y en menor medida por sus flores, siendo cultivada en ocasiones como ornamental. La infusión de sus hojas y flores se utiliza, además, con efectos medicinales. La flor del maracuyá (preferentemente el término mburucuyá) es la flor nacional de Paraguay.

“El Maracuyá pertenece a las frutas de la pasión. La fruta de forma circular a ovalada tiene aproximadamente 6 o 7.5cms de diámetro. Cuando la fruta madura, cambia de un color verde intenso a un amarillo brillante, su corteza es gruesa y lisa, aunque con el tiempo tiende a arrugarse debido al proceso natural de maduración. Su interior contiene numerosas y pequeñas semillas comestibles de color negro” (Novacampo sas).

Características:

- Color Fruto: Amarillo, con pulpa anaranjada
 - Peso promedio de fruto:300 gramos.
 - Forma de Fruto: De redondo alargado.
 - Adaptabilidad: 0 a1200 m.s.n.m. (24 a 28°C)
 - Densidad de siembra: 833 Plantas por hectárea. (3 metros entre plantas por 4 metros entre surcos)
 - Ciclo: Inicio de Floración: 120 días
- Inicio de cosecha: 180 días
- Cosecha: 10 meses.

MERCADO.

La tendencia de consumo de maracuyá en el mercado de Oriente Antioqueño está en auge, por lo que el presente proyecto está dirigido a ofrecerlo a intermediadores en el mercado o

compradores de grandes volúmenes del producto como: tiendas, supermercados, minoristas, mayoristas, restaurantes, comercializadoras de frutas nacionales e internacionales.

Colombian Passion Fruits, determina que su mercado meta son las empresas dedicadas a la comercialización de alimentos, puesto que la producción se hace en grandes volúmenes, y es por esta razón, que no pueden ir dirigidos al consumidor final; además esto permite que la empresa pueda desarrollar canales de negociación más amplios, y que su participación en el mercado sea más representativa.

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

COMPETENCIA

La competencia de maracuyá en el mundo se presenta en los siguientes países y regiones, siendo Brasil el mayor productor y consumidor de éste. Brasil, Ecuador y Colombia son los principales productores mundiales de maracuyá, pero Ecuador es el mayor exportador mundial (internacional, 2003) .

Colombia cumple un papel muy importante dentro del proceso productivo del maracuyá en el mundo; donde ha ido ganando reputación y reconocimiento, gracias al aumento de su producción con ricos suelos y abundantes nutrientes, y por sus climas propicios para la producción de una gran variedad de frutos, hortalizas y minerales. Los mayores productores de maracuyá son: Huila 20%, Meta 17,2%, Valle del Cauca 15,1%, Antioquia 9,4%, Magdalena 9%, Santander 7,2% y otros 22,0% (Morera, 2013).

Así mismo, dentro de la producción nacional destaca el departamento de Antioquia, rico en climas y suelos. Gracias a que el departamento cuenta con esta diversidad de climas se puede cultivar casi cualquier tipo de frutos; entre estos el maracuyá. Los municipios productores de este fruto en el departamento son: Sopetrán, Santa Fe de Antioquia, Anzá, Támesis, Chigorodó y Dabeiba, este último se encuentra exportando el producto a los Ángeles Estados Unidos. (Colombiano E. , 2019).

Es importante resaltar que Colombian Passion Fruits tiene como competencia, comercializadores de otro tipo de frutas que satisfacen la misma necesidad del maracuyá, que se ubican dentro de la región del Oriente Antioqueño o sus alrededores; entre ellos están: Caribbean Exotics ubicado en el municipio de Rionegro; Los Naranjos frutería, ubicados en el municipio de La Ceja; Olivo Verde, ubicado en el municipio de Rionegro; Frutas Maria José, ubicado en el municipio de Marinilla; Frutería EMI, ubicada en el municipio del Retiro; Premiun Fruver, ubicado en el municipio de Envigado; Comercializadora Practifruver, ubicado en el valle de Aburrá; Comercializadora DJM ubicada en el Valle de Aburrá y LHM Frutas y Verduras, ubicada en el Valle de Aburrá.

PRINCIPALES COMPETIDORES

Como se vio anteriormente, Antioquia es un departamento rico en suelos y climas, por lo que es apto para la producción del maracuyá dependiendo de las características de tierra, ph, temperatura ambiente y productos que se desarrollan dentro de los territorios. Gracias a que gran parte del departamento tiene clima templado, varios de sus municipios lo cultivan, sin embargo, el Oriente Antioqueño cuenta con un clima más frío en contraste de los otros, pero en sus

limitaciones se dan las condiciones para su producción como en el municipio de Montebello; este fue corregimiento de la Ceja Antioquia subregión oriente. En la actualidad es un municipio que limita con La Ceja Antioquia, municipio de clima frío; por lo que su producción no es apto. Sin embargo, Montebello cuenta con las condiciones necesarias para producir maracuyá; siendo esto, una oportunidad gracias a la cercanía con el Oriente Antioqueño.

Es relevante tener en cuenta que los principales competidores por la cercanía con el Oriente Antioqueño son los municipios de Sopetrán (91.5 km), Santa Fe de Antioquia (117 km), Anzá (124.1 km), y Támesis. (139,6 km).

PLAN DE MARKETING

Análisis interno y Externo

Puntos positivos dentro de la empresa

- Buen sistema de riego.
- Implementaciones de las buenas prácticas de agricultura o (BPA).
- Productos con altos estándares de inocuidad y calidad.
- Ubicación del negocio.
- Publicidad online.

Puntos negativos dentro de la organización

- Nuevos en el mercado.
- Poca experiencia en el manejo del cultivo.
- Poco reconocimiento dentro del mercado.
- Poco personal con conocimiento para la producción de maracuyá.
- Mínima tecnología.

5 FUERZAS DE PORTER

Competencia

Como competencia se tiene a los productores de maracuyá en el departamento de Antioquia, los cuales están ubicados en los municipios de: Sopetrán, Santa Fe de Antioquia, Anzá, Támesis, Chigorodó y Dabeiba. Por otro lado, en Colombia los siguientes departamentos son productores de la fruta de maracuyá Huila, Meta, Valle del Cauca, Antioquia, Magdalena y Santander.

Sustitutos

Entendiendo los productos sustitutos, como aquellos bienes que pueden ser consumidos en lugar de otros; siempre y cuando satisfagan la misma necesidad, es decir, que puedan ser

reemplazados por otros productos, que no sean los mismos producidos con las mismas características. Por esto, los productos sustitutos son competencia para los productos que satisfacen cierta necesidad, ya que es una opción más para elegir un producto diferente, pero que satisface la misma necesidad.

Para el caso del fruto de maracuyá se pueden encontrar varios tipos de productos sustitos, entendiendo estos como productos que satisfacen la misma necesidad del fruto, sin embargo, el principal producto sustituto, son los jugos de pulpas de otras frutas. Así mismo, para la presentación del fruto de maracuyá se pueden encontrar también los siguientes sustitutos.

Frutos que sean ligeramente ácidos y aromáticos.

Saborizantes o colorantes artificiales (frutiños, té en sobre, entre otros).

Gaseosas, aguas en bolsas o embotelladas, refrescos con sabores a frutas, entre otros.

Pulpas de frutas congeladas.

Bebidas dietéticas.

Nuevos entrantes

Está la posibilidad que personas o agricultores que cultiven productos diferentes al maracuyá, cambien por éste y la cultiven, puesto que al ser un fruto nuevo en la región y si llega a tener éxito en ventas, estos cultivadores lugareños cambien a este innovador e interesante producto.

Otro nuevo entrante, son emprendedores que deseen experimentar el mundo de cultivar el maracuyá, pues es un producto muy rentable que está apoyado por grandes tendencias de consumo de productos orgánicos que ayuden el medio ambiente como: reducir la contaminación, usar menos insecticidas, plaguicidas, hacer uso de las buenas prácticas de agricultura (BPA), evitar enviar desperdicios a los afluentes hídricos entre otros; así mismo, campesinos que quieran diversificar sus cultivos con un nuevo tipo de fruta.

Y por último, productores de maracuyá de otras regiones que quiera expandir su razón social al Oriente Antioqueño.

Clientes

En vista de que el cultivo sería nuevo en el mercado, en un principio se tendrán pocos clientes hasta adquirir el reconocimiento y la madurez necesaria para llegar a estos; entre los iniciales están: Tiendas, plazas de mercado y restaurantes.

En la medida que se haya adquirido la experiencia, y al tener una segunda producción de maracuyá, se pueden incursionar los siguientes clientes: minoristas y mayoristas.

Así mismo, teniendo una experiencia y una reputación en el mercado amplia, se extendería los clientes a supermercados, procesadoras de frutas y comercializadoras internacionales.

Por todo lo anterior, los clientes que integrarían la comercialización del fruto de maracuyá en su histórico serían: supermercados, comercializadoras internacionales, procesadoras de frutas, tiendas, restaurantes, mayoristas, minoristas entre otras.

Proveedores

Es imperante llevar una buena relación con los proveedores, ya que son estos los que dotan la empresa de los insumos o servicios necesarios para incurrir en la razón social de la compañía, o los que permiten que se lleve a cabo la realización de los procesos productivos de la organización, por esto, si se tiene buena relación con los proveedores se pueden ayudar a asegurar precios o en su defecto reducirlos, lo que finalmente se verán reflejados en los estados financieros o utilidades de la empresa.

Por todo lo anterior, para la consecución de la empresa se deben tener relaciones con los siguientes proveedores.

Adquisición de semillas, estas se harían con productores de maracuyá del municipio de Sopetrán. Para la obtención de sustratos, fortalecedores de suelos; serían con depósitos agroindustriales ubicados en el Oriente Antioqueño, además de ser proveedores de herramientas agrícolas. En este sentido, la empresa emprendería una serie de actividades para mantener una buena relación con los proveedores; como tener buenas condiciones de pagos de los productos, insumos y servicios; puntualidad en las entrega y recepción de los productos, mantener una buena comunicación asertiva durante los procesos de negocios, y sobre todo tener buena disponibilidad para solucionar discrepancias que se puedan presentar. Gracias a tener una buena relación con los proveedores, se pueden ver reflejados buenos costos de insumos, y la consecución eficiente de los productos en el momento que sean solicitados.

ANALISIS PESTEL

El análisis PESTEL por sus siglas (político, económico, social, tecnológico, ecológico, Legal) es un análisis que se le hace al entorno macro económico con el fin de identificar amenazas y oportunidades, así mismo ayuda a reconocer factores que no son manipulables por la razón de la empresa, son situaciones a las que no se tienen control, por lo que saberlas identificar, ayudaría a la organización a prevenir y disminuir dificultades que puedan acontecer, o en consecuencia ganar puntos con respecto a la competencia o la misma empresa si se pueden aprovechar (Betancourt, 2018).

Político

1. “MinAgricultura lanza Política Pública de Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria” (agricultura m. , 2018)
2. “El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, ha venido implementando una serie de planes, programas, estrategias y políticas de acuerdo a la necesidad de las regiones,” (agricultura m. d., minagricultura.gov.co, 2019).

Económico

1. “El desempleo en Colombia subió al 10,5 % en 2019, 0,8 puntos más frente al 9,7 % de 2018,.” (Portafolio, El desempleo aumento en colombia en 2019, 2020).
2. “Colombia tiene un historial de gestión macroeconómica y fiscal prudente, y a pesar de las desaceleraciones económicas ha mantenido su calificación de grado de inversión desde 2013”. (mundial, 2020)

3. “Colombia ocupó el puesto 18 con el porcentaje más alto de población incurriendo en nuevos emprendimientos empresariales.” (republica l. , 2020)
4. Según Sectorial.co y Deloitte, firmas especialistas en el análisis de mercados, son cuatro los segmentos que podrían verse impactados de manera positiva por la emergencia económica, o que al menos resistirían esta batalla: la venta de software, el sector agrícola y alimentos, el comercio electrónico y el farmacéutico”. (Colombiano E. , 2020)

Social

1. “El consumo estará influenciado en gran medida, por la búsqueda de una solución al impacto negativo que genera el consumismo en el planeta.” (Dinero, 2019)
2. “Aunque el consumo en Colombia aumenta día a día, no existe una medición certera de las ventas y en las tiendas hay muchos productos que dicen ECO o natural, sin serlo” (Espectador, 2018)
3. “Siete tendencias que están exigiendo los consumidores y que de una u otra forma son el resultado de las actitudes frente a las Frutas y Verduras: 1) productos naturales, 2) productos 100% orgánicos, 3) diferenciación en empaques y presentaciones, 4) aporte nutricional, 5) trazabilidad, 6) certificaciones, y 7) responsabilidad con los recursos del mundo”. (social, 2013)
4. “Colombia sigue siendo uno de los países más desiguales de América Latina.” (Portafolio, Lo que debe ganar para estar en la clase alta del país, 2019)

Tecnológico

1. “La situación generada alrededor de la epidemia (COVID 19) será benéfica también para el mercado en línea.” (tiempo E. , 2020)
2. “Las telecomunicaciones son otro de los sectores que recibirán un efecto positivo.” (tiempo E. , 2020)
3. “Los segmentos que podrían verse impactados de manera positiva por la emergencia económica, o que al menos resistirían esta batalla: la venta de software, el sector agrícola y alimentos, el comercio electrónico y el farmacéutico”. (radio, 2020)
4. “Mediante una avioneta se recoge información exhaustiva de las parcelas y se plasma, a posteriori, en unos mapas que, en manos del agricultor de turno, permiten disponer de datos relevantes para controlar los cultivos. Para llevar a cabo esta iniciativa la compañía colabora con el CESIC de Córdoba”. (Sanchez, 2017)
5. “IBM está desarrollando diversos sensores de IA (inteligencia artificial) que serán capaces de identificar patógenos que se transmiten mediante cualquier alimento.” (Portafolio, Las tecnologías que podrán ‘salvar’ el agro colombiano, 2019)

Ecológico

1. “La producción ecológica es un proceso productivo que considera la fertilidad del suelo como un factor clave para la producción de alimentos, reduce de forma drástica el uso de insumos externos en la unidad productiva y promueve prácticas que garantizan la calidad e inocuidad en toda la cadena de producción de alimentos ecológicos.” (ICA, 2006)
2. “Resolución 187 de 2006 MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Por la cual se adopta el Reglamento para la producción primaria,

procesamiento, empaquetado, etiquetado, almacenamiento, certificación, importación, comercialización, y se establece el Sistema de Control de Productos Agropecuarios Ecológicos”.

3. “Los productos agrícolas de Colombia son tan variados como su clima y su topografía. Toda clase de tierras y climas se encuentran aquí, desde los tropicales extremos hasta los de zonas templadas” (Republica B. d.)
4. “Gracias a su ubicación geográfica privilegiada, Colombia es un país con beneficios para el desarrollo comercial. Por un lado, el país posee una amplia zona costera, sobre los océanos Atlántico y Pacífico, que facilitan la salida del comercio a través del mar, así como el desarrollo de diferentes zonas portuarias” (Republica L. , 2013).

Legal

1. “LEY 1731 DE 2014 Por medio de la cual se adoptan medidas en materia de financiamiento para la reactivación del sector agropecuario” (senado, 2014)
2. “Ley 101 ley desarrollada con miras a proteger el desarrollo de las actividades agropecuarias y pesqueras, y promover el mejoramiento del ingreso y calidad de vida de los productores rurales”. (agricultura m. d., ley 101 de 1993, 1993)
3. “Ley 1351 2009 Por medio de la cual se aprueba el “Convenio del Programa Cooperativo para el Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria.” (republica s. d., LEY 1351 DE 2009, 2009)
4. “Ley 1133 de 2007 La presente Ley tiene como objeto la creación e implementación del programa “Agro, Ingreso Seguro - AIS.” (republica s. d., ley 1133 de 2007, 2007)

Explicación Pestel

Político

1. Para la parte agro del país este tipo de políticas son fundamentales, ya que es una opción más para incentivar al productor agrícola a ejercer su labor de producción, además porque apoya fortaleciendo las capacidades de dichos productores, incentiva y financia sus proyectos.
2. Con la implementación del plan de acción institucional del gobierno Colombiano, se están incentivando la producción, comercialización y distribución del productos agrícolas; además de dar seguridad al momento de emprender negocios productivos agropecuarios, puesto que entre esta política, está incrementar la productividad y la competitividad de las empresas agropecuarias, pero más específicamente para los pequeños o nuevos productores, por lo tanto, esta política es muy buena para los nuevos emprendedores agropecuarios.

Económico

1. El empleo y desempleo es un indicador fundamental para el normal desarrollo de las actividades económicas en general de un estado, en el caso colombiano al haber un aumento en el desempleo es negativo, puesto que, el consumo de las personas disminuye por no tener capacidad adquisitiva. En el caso de emprendimientos es un indicador a tener en cuenta, ya que si las personas consumen menos las empresas tienen déficit en ventas, parte sumamente importante para los nuevos emprendedores, pues las primeras ventas son las que hacen que el emprendimiento continúe o cierre.

2. Algo que es muy positivo para el sector privado es tener un estado económicamente estable, en esta parte Colombia tiene buenos indicadores, por lo tanto, realizar emprendimiento en el país es sólido y cuenta con el apoyo de entidades públicas; adicional a esto, hay organizaciones internacionales como el Banco Mundial que da fe de la solidez de Colombia en aspectos económicos.
3. El emprendimiento en Colombia tiene indicadores positivos, por lo que quienes aspiren a emprender en el país; es favorable, adicional a esto, por los apoyos gubernamentales, porque es buen indicador como nación. Por otro lado, es necesario ayudar a la sociedad en general generando nuevos puestos de trabajo para incentivar la economía y reducir los indicadores de desempleo que tiene actualmente el estado colombiano.
4. Actualmente el mundo viene pasando una coyuntura epidemiológica bastante compleja por el virus COVID 19 que está afectando personas y economía en general, sin embargo, uno de los sectores que se ha visto afectado de forma positiva es el agrícola, puesto que el consumo no ha mermado, por el contrario, ha aumentado; por lo tanto, incurrir en emprendimientos que estén bajo este sector es positivo. Por otro lado, pueden frenar muchos sectores, pero el sector alimentos debe seguir porque sin alimentos las personas no pueden vivir.

Social

1. Las tendencias de consumo de productos que sean amigablemente responsables con las personas, animales y medio ambiente, son aspectos que tienen gran aumento en Colombia y el mundo, ya que es de conocimiento que los recursos son finitos y la vida

una sola, por lo tanto, apoyar estas tendencias e iniciativas va contar con gran auge por la sociedad en general; de este modo la producción de cultivos orgánicos es muy positivo, tanto para el emprendedor que incurra en este campo, como para toda vida en general en el planeta, ya que se estaría dando un grano de arena para salvar el mundo.

2. Según indicadores el Consumo de productos aumenta diariamente en Colombia, sin embargo, las personas desconfían si el producto es o no orgánico y de buena procedencia, por tal motivo, las empresas que laboren con productos naturales deben tener como prioridades dar a conocer sus procedencias manufactureras y los insumos con los que protegen sus cultivos, de esta manera, se está ayudando a mermar el poco conocimiento sobre la procedencia de los productos y si son buenos o no para la salud.
3. Para el sector agrícola, y más específicamente para la producción de maracuyá, al estar sustentada y soportada por factores que se ven no solo en Colombia; sino en el mundo, es un componente que debe ser aprovechado y tomado como una oportunidad en medio de tantos obstáculos que muestran algunos sectores del comercio. Además si las tendencias son internacionales, es información que da motivo para llevar a cabo dichos emprendimientos y poder expandir las ventas a futuro fuera de las fronteras nacionales.
4. Aspectos tan negativos socialmente como una desigualdad tan marcada en el estado colombiano, es condición que se debe tener muy en cuenta para todo tipo de emprendimiento, por tal motivo, todo emprendedor entre sus objetivos de responsabilidad social debería tener como principio mermar esa brecha que está tan marcada. Por otro lado, la mayor parte de la población de Colombia está en la clase

media, condición que es positiva para el consumo de productos y servicios, ya que se tiene un poder adquisitivo aceptable para obtenerlos.

Tecnológico

1. Dado el acontecimiento actual que vive el mundo por la pandemia del covid 19, el aislamiento de las personas es un factor imprescindible para evitar la propagación, por este motivo, todo tipo de implementación que se haga para evitar contacto social será garante para reducir el contagio; uno de esos mecanismos es el mercado en línea, donde las personas pueden comprar sus productos de consumo sin necesidad de salir de casa, y a su vez, estos ser enviados hasta su hogar. Por lo anterior, las empresas que tienen ofertados sus productos en línea tienen una opción más de dar a conocer sus productos y tener un indicador más para aumentar dichas ventas, esto hace que sea imprescindible para las empresas optar por este medio de comunicación como medio alternativo para vender y ofertar los productos, además que está evitando no vender en caso que se vuelva a presentar una coyuntura como estas.
2. Por la coyuntura del covid 19, la tecnología es el medio y el instrumento que acerca a las personas para evitar contacto y disminuir el contagio, por esto, la tecnología ayuda a mantener bien la salud mental de las personas, esto sin lugar a dudas es también positivo para que las personas traten de tener una vida normal y evitar una parálisis económica, donde evidentemente se verían perjudicados las micro y pequeñas empresas que deben mantener unas ventas fijas para continuar con el normal funcionamiento de éstas.

3. Sin importar que tipo de problemas experimenten las personas en general, hay algo que se tiene en común y que no puede faltar; y son los alimentos, por esto, al estar en este sector (agrícola) se tiene un factor muy positivo y es que siempre las personas deben consumir alimentos para vivir sin importar tragedia o dificultad. En el contexto actual muchas empresas diferentes a las anteriormente citadas son las que deben cerrar porque no tienen como sostener las obligaciones financieras que conlleva su normal funcionamiento, puesto que no hay demanda de dichos productos o servicios. Estar en el sector agrícola, es estar en un sector que siempre va tener prevalencia en los momentos más drásticos de la humanidad.
4. La tecnología al día de hoy, es fundamental para mantener intacta la capacidad de competencia que tenga las empresas; estar a la vanguardia de estas es estar al día para no quedar renegado en la industria o sector que desempeña. La información que recoge la avioneta anteriormente citadas sirve para analizar suelos, plantas, clima, plagas, insecticidas, hongos, entre otros; lo que permite recoger información muy importante para el cultivo que esté en estudio, a su vez que ayuda a la toma de decisiones para aumentar la rentabilidad y disminuir desperdicios; estos datos que se recogen son difícilmente recolectados en el tiempo necesario para evitar grandes problemas si se hace de manera artesanal, puesto que en el momento que se tenga dicha información, el cultivo o parte que tiene la dificultad ya puede estar perdido. Por todo lo anterior, es fundamental el uso de la tecnología en el caso que las condiciones económicas dejen invertir. Siempre será una buena inversión para el futuro de las empresas.

5. Gracias a la tecnología, ya hay sensores que pueden detectar inmediatamente patógenos que pueden afectar cultivos; en el caso de IBM que desarrolló un sensor que los detecta en el momento que aparecen, esto es un avance sumamente relevante para el sector, ya que contrarrestar un patógeno que puede acabar con el cultivo es muy importante para evitar pérdidas en todos los aspectos en generales del negocio.

Ecológico

1. La producción ecológica es una tendencia positiva para las personas y biodiversidad en general, dado que está sustentada en la protección de la vida y cuidado del medio ambiente; por esto los insumos, terrenos, herramientas, y cuidados están encaminados a cumplir este objetivo; que es la preservación del cuidado de las personas y biodiversidad, a su vez, genera un valor agregado a los productos que sean producidos bajo esta iniciativa, ya que garantiza calidad e inocuidad en toda la cadena de producción en general.
2. Gracias a esta resolución emitida por el ministerio de agricultura y desarrollo rural, se está estableciendo un control rígido para los productos agropecuarios ecológicos, esto da seguridad a las personas al momento de adquirir un producto que está bajo esta norma, ya que las personas no tienen mucho acceso a información y manipulación de los productos que cumplen con esta norma. Por tal motivo, es un garante de confianza con las personas, puesto que el producto va tener auditoría y control por parte de las entidades competentes del estado; asegurando la calidad, inocuidad y cuidado con el

medio ambiente de los productos que se estén ofreciendo en el mercado para el consumo humano.

3. Un componente muy positivo para los productores agrícolas de Colombia, son sus atributos que le dan un incentivo para ser un país rico en sus tierras y climas, factor que es oportunidad para quienes estén este sector de la economía, ya que el clima se compone de dos; cálido e invierno, dando seguridad que durante todo el año se puede producir. Además gracias a su topografía se puede cultivar todo tipo de producto dependiendo de la región, puesto que unas son cálidas y son otras frías. Antioquia, es un departamento que tiene todos los climas; desde cálido hasta muy frío, por lo que el departamento tiene una gran dispensa de productos muy variados para satisfacer la demanda de las personas que tiene; y a su vez suministrar productos al estado en general.
4. Colombia es un país muy privilegiado por tener variados climas y tierras fértiles; así mismo, por tener acceso a dos mares; lo cual facilita el comercio exterior para la entrada y salida de productos y servicios. De igual modo, permite al país adquirir prestigio para ejercer procesos de comercio con indicadores económicos que lo sustentan. Todo lo anterior, da confianza para que empresarios y emprendedores vean el país como una oportunidad para llevar a cabo sus actividades productivas, también, para que inversionistas extranjeros se vean atraídos por el país por contar con dicha seguridad, lo cual genera muchas posibilidades de ejercer el comercio.

Legal.

1. Gracias a esta ley, las empresas y emprendedores del sector agropecuario, pesquero, acuícola, forestal y agroindustrial; se verían muy beneficiados, pues la finalidad es

reactivar dicha porción de la economía que es uno de los más fuertes del país.

Además, gracias al fortalecimiento de la institución Corpoica, se está incentivando a la inversión en materia de investigación en el sector agrícola, que es sumamente positiva para las empresas que se encuentran en esta sección, ya que se pueden encontrar formas de mejorar muchos aspectos que anteriormente eran desconocidos por las personas que laboran en este campo, de esta manera; se logra que Colombia sea participe de mejoras y aportes en materia de investigación para el mundo en general.

2. La presente ley tiene como finalidad proteger el desarrollo de las actividades agropecuarias y pesqueras del país, pero lo más importante es que promueve el mejoramiento en los ingresos de las personas que están en estos campos y su calidad de vida; ya que en Colombia las zonas rurales han sido terrenos de conflictos armados y asentamientos de grupos ilegales; por esto, muchas personas que estaban en estas áreas se vieron forzadas a desplazarse a las urbes de las ciudades. Sin embargo, en materia de seguridad y desarme de algunas organizaciones delictivas del país, han hecho que estas zonas puedan ser nuevamente dignas para vivir, por tal motivo, este tipo de leyes también están incentivando a los lugareños a volver a reactivar este sector y mejorar su calidad de vida.
3. Gracias a esta ley, se está incentivando el sector agropecuario del país; porque los convenios están enmarcados a apoyar la parte tecnología agraria y a programas que ayuden a las empresas o emprendedores a acceder a financiación, ayudando a mejorar y apoyar los procesos productivos en materia de dicho sector.
4. Esta ley que según sus fines son muy positivas para las personas que están ubicadas en este sector, fueron lamentablemente aprovechadas por inescrupulosos y corruptos del

país, puesto que grandes terratenientes y empresarios muy fuertes del estado buscaron este apoyo del gobierno, con los cuales se hurtaron subsidios que eran netamente destinados a las personas más vulnerables del sector agro, el escándalo es llamado; agro ingreso seguro protagonizado por Andrés Felipe Arias, quien era en ese entonces ministro de agricultura. Éste usó su conocimiento sobre la ley, para ayudar a empresarios y grandes terratenientes a recibir estos subsidios, vulnerando y esquivando las personas más necesitadas a quienes realmente iba dirigida esta ley.

MATRIZ DOFA

La matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortaleza y Amenaza) es una herramienta administrativa que permite analizar todos los puntos de vista que implica la empresa para determinar qué aspectos tiene positivos y negativos; con los cuales mediante un análisis se puede detectar oportunidades, disminuir amenazas, mejorar las debilidades y profundizar y mantener las fortalezas.

Para la empresa Colombian Passion Fruits, se realizó el siguiente análisis.

Debilidades

- Poca experiencia en el mercado.
- Personal poco capacitado.
- Tecnología avanzada reducida.

Oportunidades

- Alianzas comerciales.

- Ser pioneros en la producción de maracuyá en el Oriente Antioqueño.
- Tendencias al cuidado de la salud.
- Condiciones climáticas favorables para su producción.

Fortalezas

- Uso de buenas prácticas de agricultura.
- Excelentes suelos para producción.
- Buenas condiciones de herramientas y maquinaria.
- Ubicación del negocio.

Amenazas

- Pandemia covid 19.
- Alto aumento en desempleo.
- Ingreso al mercado de nuevas empresas.
- Productos sustitutos.

Estrategias

<p>MATRIZ DOFA</p>	<p>FORTALEZAS F1- Uso de buenas prácticas de agricultura F2- Excelentes suelos para producción F3-Buenas condiciones de herramientas y maquinaria F4-Ubicación del negocio</p>	<p>DEBILIDADES D1-Poca experiencia en el mercado D2-Personal poco capacitado D3-Tecnología avanzada reducida</p>
<p>OPORTUNIDADES O1- Alianzas comerciales O2- Ser pioneros en la producción de maracuyá en el oriente O3- Tendencias al cuidado de la salud O4-Condiciones climáticas favorables para su producción</p>	<p>ESTRATEGIA FO FO1: Fortalecer el uso de las buenas practicas agrícolas para ser una empresa atractiva en el mercado y generar nuevas alianzas comerciales. FO2 -Preparar los suelos correctamente para la producción de maracuyá, con el objetivo de ser pioneros en el cultivo de este producto. FO3- Analizar las condiciones climaticas para adecuar el sitio y las herramientas necesarias, para obtener una excelente producción de maracuyá. FO4- Concientizar a las personas frente al cuidado de la salud y darles la información necesaria para que puedan acceder fácilmente al producto.</p>	<p>ESTRATEGIA DO DO1- Aprovechar las alianzas comerciales para obtener un mayor conocimiento en la exigencia del mercado. DO2- Obtener un mayor nivel de experiencia por medio de la practica con el objetivo de ir adquiriendo los conocimientos necesarios para el cultivo de la maracuyá. DO3- Realizar un plan de mercado con el fin de impulsar las ventas para obtener el capital necesario y poder adquirir maquinaria con tecnología mas avanzada.</p>
<p>AMENAZAS A1-Pandemia covid 19 A2-Alto aumento en desempleo A3-Ingreso al mercado de nuevas empresas A4-Productos sustitutos</p>	<p>ESTRATEGIA FA FA1- Implementar mejoras a la cadena de abastecimiento combinando factores logísticos que le permitan al cliente acceder de una manera mas fácil al producto en tiempos de pandemia. FA2- Generar empleo gracias a que la empresa pertence al sector de alimentos y a que cuenta con factores óptimos para la producción. FA3- Fortalecer las herramientas y hacerles un correcto mantenimiento a la maquinaria con el objetivo de disminuir el riesgo de la entrada fuerte de nuevos competidores.</p>	<p>ESTRATEGIA DA DA1- Capacitar a los empleados mediante medios virtuales en época de cuarentena, para que adquieran los conocimientos necesarios en el manejo de la producción. DA2- Fidelizar a los clientes por medio de la entrega de un excelente producto y servicio, disminuyendo así el riesgo que puedan representar los nuevos competidores. DA3- Reforzar todos los factores positivos tanto internos como externos, con el objetivo de contrarrestar las amenazas y debilidades que se presenten en el entorno.</p>

SEGMENTACIÓN

Segmentación geográfica.

Colombian Passion Fruits va dirigido a los habitantes del Oriente Antioqueño; este se encuentra ubicado en el departamento de Antioquia, y cuenta con una población de 582.424 habitantes (ORIENTE, 2019).

Segmentación demográfica.

Al ser un producto natural y nutritivo, puede ser consumido desde los más niños hasta las personas de la tercera edad, sin embargo, su mercado objetivo son las tiendas, supermercados, minoristas, mayoristas, almacenes de cadena, comercializadoras, entre otros; quienes por lo general lo compran en grandes volúmenes.

Segmentación psicográfica:

En el Oriente Antioqueño existe una tendencia al consumo de frutas, debido a que las personas han ido implementando hábitos de alimentación saludable, lo que beneficiaría las ventas para los clientes directos (supermercados, comercializadoras internacionales, procesadoras de frutas, tiendas, restaurantes, mayoristas, minoristas entre otras); por consiguiente a Colombian Passion Fruits.

Segmentación conductual:

Los consumidores del Oriente Antioqueño están en busca de productos saludables a un buen precio, con empresas que implementen prácticas con un alto grado de responsabilidad social y ambiental, de igual modo, que oferten buena calidad en el servicio. Por tal motivo, los clientes de la empresa Colombian Passion Fruits (supermercados, comercializadoras internacionales,

procesadoras de frutas, tiendas, restaurantes, mayoristas, minoristas entre otras), deben garantizarles a los clientes finales, un buen producto que cumpla con las tendencias que genera el mercado en general.

MERCADO META

El mercado meta al cual va dirigido Colombian Passion Fruits, es principalmente las tiendas, supermercados, almacenes de cadena, plazas de mercado, comercializadoras de frutas y fruterías.

Género.

Va dirigido a todo tipo de género, que tenga las condiciones y la capacidad de adquirirlo.

Tiempo en el mercado del establecimiento.

Va dirigido a establecimientos que lleven en el mercado como mínimo un año.

Ubicación mercado meta.

El mercado meta se encuentra ubicado en el Oriente Antioqueño cercano, dado que el nivel poblacional y de desarrollo está en auge y aumento, lo cual representaría una gran oportunidad para su comercialización y venta.

Nivel socioeconómico.

El producto va dirigido a personas jurídicas con gran capacidad de endeudamiento y que cuenten con el capital necesario para adquirir grandes volúmenes.

Condiciones físicas e infraestructura.

Las instalaciones en las cuales se va a vender el producto, deben tener condiciones óptimas para tener el producto fresco y en buen estado por un mayor tiempo.

Nivel académico.

El nivel de conocimiento que deben tener los clientes, es el manejo básico del producto de maracuyá, y en su capacidad para negociar.

Hábitos de compra.

Va relacionado con el tipo de rotación de inventario que maneje cada establecimiento (diario, semanal, quincenal, mensual entre otros).

MARKETING MIX

Imagen 2 Marketing Mix



(Clownsultoria, 2018).

Precio.

Después de hacer un análisis en cuanto al precio en el mercado nacional del maracuyá, se concluyó establecer un precio estándar por kilo de 3.500 pesos para las ventas al por mayor. Se considera que este precio es atractivo, ya que está en un punto de equilibrio a la oferta en el mercado (CORABASTOS, 2020).

Colombian Passion Fruits ofrecerá a sus clientes planes de crédito, con el objetivo de aliviar las cargas financieras y de ofrecerles un tiempo considerable para el pago del producto adquirido.

Producto.

Colombian Passion Fruits ofrece una fruta aromática que presenta una cáscara dura y lisa. La forma de esta fruta es redonda u ovalada, y en su interior está llena de una pulpa viscosa de color amarillo, con abundantes semillas pequeñas de color negro. Su sabor es dulce y levemente ácido.

Uno de los beneficios que trae el maracuyá es que es una fruta rica en sustancias nutritivas y antioxidantes con propiedades que mejoran el funcionamiento del organismo, además que ayudan a tener un buen estado de salud.

Otra de las ventajas que trae el producto, es que será cultivado naturalmente con uso de las BPA (buenas prácticas de agricultura), lo que garantiza que el fruto del maracuyá esté libre de productos nocivos para la salud.

Plaza.

Estrategia de distribución

La empresa Colombian Passion Fruits manejará un canal directo de distribución hacia las tiendas, supermercados, almacenes de cadena, plazas de mercado, comercializadoras de frutas y fruterías; aspecto que es beneficioso para la disminución en los costos que puedan generar intermediarios.

De otro lado, el tipo de distribución que se utilizará para la venta será intensiva, ya que nuestro objetivo es abarcar la mayor parte de establecimientos y garantizarles a los clientes disponibilidad de los productos, puesto que el maracuyá es un fruto de uso frecuente.

Promoción

Se desarrollará una página web, en la cual se relacionará toda la información pertinente del producto y de la empresa. En vista de que los clientes que maneja la empresa Colombian Passion Fruits, son personas jurídicas se tiene la necesidad de entablar relaciones públicas de una manera directa, en la cual se haga el proceso de negociación y divulgación del maracuyá,

Por otra parte, el valor agregado que tiene el producto, hará que su excelente calidad y la implementación de las BPA (buenas prácticas de agricultura), promocionen la fruta de maracuyá a través de una voz a voz.

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

Colombian Passion Fruits será una empresa que se diferenciará principalmente por la forma de producir el maracuyá, puesto que para la organización es fundamental ofrecer un producto que presente beneficios para las personas y el medio ambiente; por este motivo, se implementará

las Buenas Practicas de Agricultura certificadas por el Ica, mediante las cuales se va a realizar una planeación general del cultivo donde se intervengan puntos susceptibles como el manejo de sustancias peligrosas, el aprovechamiento de los recursos naturales como el agua, manejo integrado del cultivo (materias que se pueden reutilizar en el proceso productivo), manejo integrado de las plagas, bienestar de los trabajadores, protección ambiental y documentación registros y trazabilidad.

En este orden de ideas, el valor diferenciador de este producto será la responsabilidad de la empresa con la sociedad, porque al ser un producto cultivado de manera natural se está garantizando el cuidado de la salud de las personas que lo consumen, así mismo, se enfocará en el bienestar de los trabajadores, ya que se está minimizando el riesgo que pueda ocasionarles los químicos y sustancias peligrosas; por otro lado, la empresa se compromete con el cuidado del medio ambiente y los recursos naturales, haciendo un correcto uso de los residuos y del agua.

Una de las ventajas con las que cuenta la empresa Colombian Passin Fruits, es que será pionera en la producción de maracuyá en la región, ganando posicionamiento desde el momento de su creación y logrando fidelizar en primera instancia a los clientes del Oriente Antioqueño cercano.

EQUIPO DE TRABAJO

ORGANIGRAMA



PERFIL DE EMPLEADOS

Administrador.

Actividad laboral:

Debe ser una persona con alto sentido de liderazgo, recurrente frente a las problemáticas que se presente dentro de la empresa, sociable y con excelente comunicación asertiva.

Perfil profesional: la persona debe contar con las siguientes capacidades.

- Capacidad de liderazgo.
- Capacidad de trabajar bajo presión.
- Capacidad de idear soluciones.
- Administrar eficientemente los recursos.
- Capacidad de ingeniar métodos para mejorar procesos.

Estudios:

Profesional en administración de empresas o afines.

Secretaria.

Debe ser una persona proactiva, diligente, colaboradora, con excelente presentación personal y que tenga comunicación asertiva, tanto con los clientes internos de la empresa, como clientes externos.

Perfil profesional: la persona debe contar con las siguientes capacidades

- Excelente capacidad de redacción.
- Conocimiento en el manejo de sistema office.
- Manejo de documentación.
- Conocimientos en servicio al cliente.
- Excelente comunicación con cada una de las aéreas.

Estudios

Técnica o tecnológica en gestión administrativa

Colaboradores agrícolas.

Deben ser personas con conocimientos en producción agrícola, con alto de sentido pertenencia hacia la empresa, muy responsables con las funciones establecidas, y manteniendo una correcta organización y cuidado del espacio de trabajo.

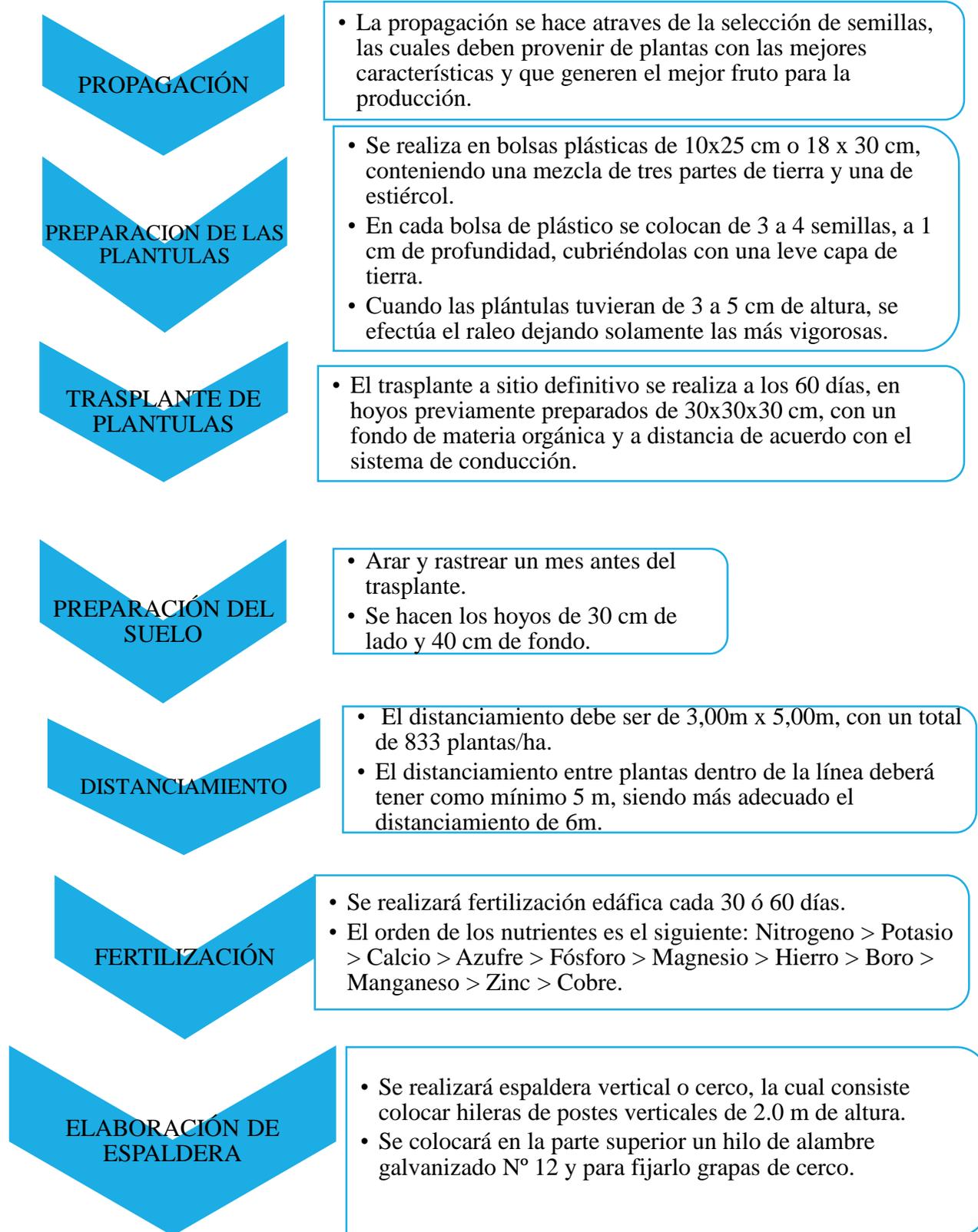
Perfil profesional: la persona debe contar con las siguientes capacidades.

- Experiencia en manejo de cultivos
- Capacidad de escucha y acato de las ordenes
- Experiencia en el manejo de herramientas para la producción agrícola
- Conocimiento en producción de alimentos

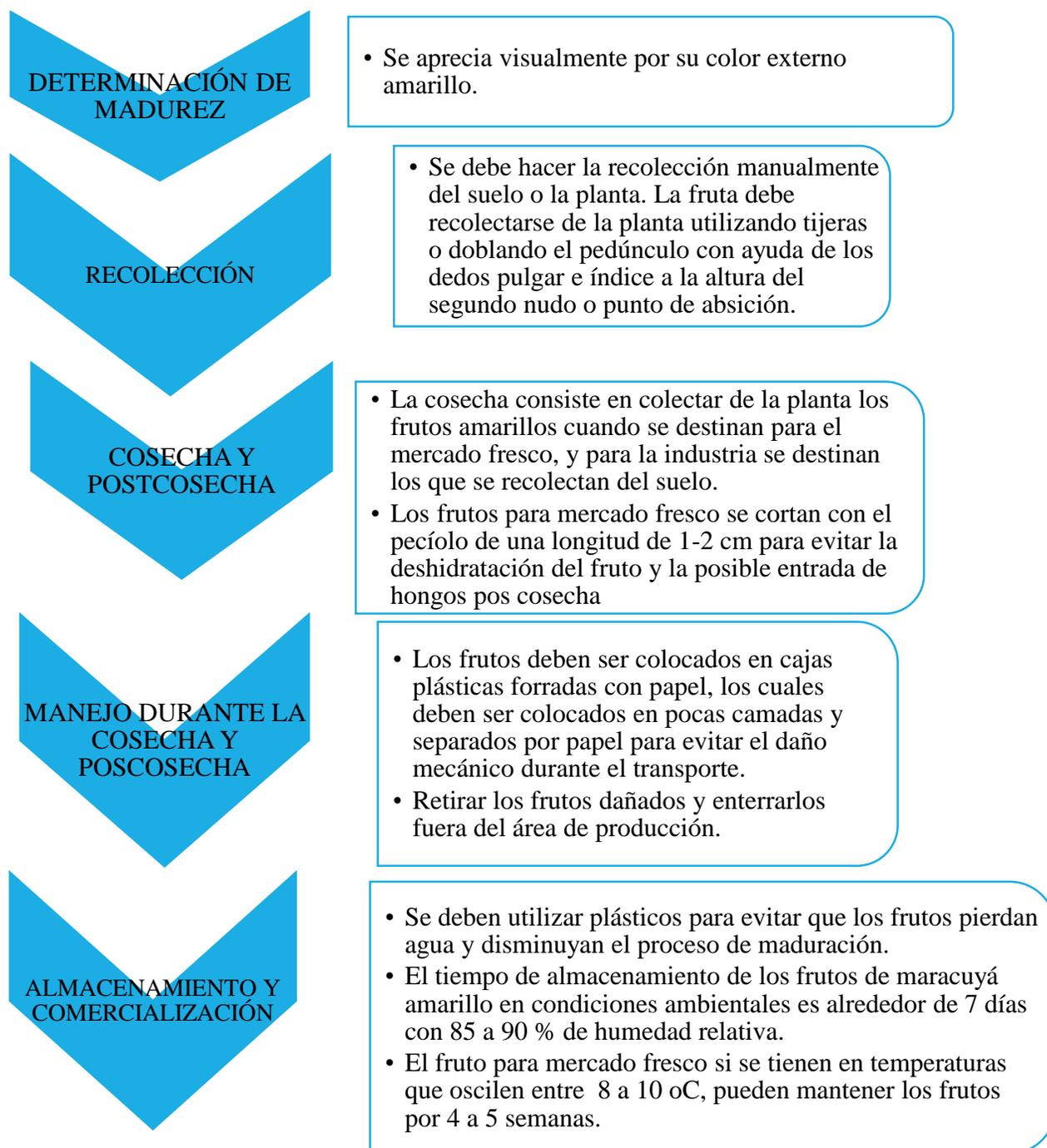
Estudios

Bachiller

PLAN DE PRODUCCIÓN Diagrama de procesos del maracuyá







(libertad, 2010).

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO

El producto que ofrece Colombian Passion Fruits, cuenta con las siguientes características técnicas: “el maracuyá está conformado por cascara de un 50% a 60%, jugo de un 30% a un 40% y semilla de un 10% a un 15%.

Adaptabilidad: De 0 a 1200 m.s.n.m. (temperatura ambiente desde 24 a 28°C).

Densidad de siembra: 833 Plantas por hectárea. (3 metros entre plantas por 4 metros entre surcos).

Nivel de dulzura: De 13 a 15°Brix.

Cosecha: Primer cosecha entre 8 a 10 meses.

Forma: Es redonda u ovoide, puede llegar a pesar hasta 300 gramos.

Color: Su piel varía entre verde o amarillo, en función de la variedad. La capa interna es blanca y la cavidad contiene gran cantidad de pepitas cubiertas de una carne anaranjada o amarilla y verdosa, muy sabrosa y aromática.

Sabor: Agridulce muy refrescante, exótico, afrutado.

Semilla: Es de color casi negro a marrón oscuro, la semilla es de forma acorazonada, su superficie es irregular con huecos a manera de grivas, cada semilla es un ovario fecundado por un grano de polen, por lo que del número de semillas depende el peso del fruto; y la producción de jugo está correlacionado con el número de granos de polen depositados sobre los estigmas. Las semillas están constituidas por aceites en un 20-25% y un 10% de proteína. En condiciones ambientales la semilla mantiene su poder germinativo por 3 meses y en refrigeración hasta 12 meses.

Elección y conservación: La fruta de la pasión tiene una piel lisa que se arruga al poco tiempo de comprarla, lo que indica que está madura y que ha sufrido una pequeña pérdida de humedad. Una vez madura puede guardarse en refrigerador durante una semana o se puede congelar en piezas enteras o extrayendo la pulpa, manteniéndola así en óptimas condiciones durante meses.

Propiedades:

Su composición tiene un elevado porcentaje de agua, casi las tres partes de su peso, siendo este su aporte más notable. Muy rica en vitaminas y minerales, como Vitamina C, provitamina A o beta caroteno. Los minerales presentes en esta fruta son el potasio, fósforo y magnesio”. (Taborda, 2013)

MAQUINARIA Y EQUIPO

Maquinaria, Equipo y Herramientas de producción.

Tractor x hora (inversión inicial), Palustres, tijeras jardineras, carretas, pala cocas, palas, picas, azadones, almádenas, martillos, rastrillos, metros, fumigadoras manuales, machetes, sierras de madera, seguetas, moto bomba, mangueras, extensiones de energía, destornilladores, bisturís, pinzas, alicates, cortafríos, taladros, cinceles, tanques para almacenar, canastillas de plástico, carretas planas de madera, mesas para almacenar, ventiladores, pisos de estibas, cuarto frío, tanque de agua.

Maquinaria y Equipo administrativo.

Computadores, impresora, teléfonos, celulares, grapadoras, mesas de escritorios, sillas de escritorios, carpetas, perforadoras, lapiceros, resmas, tóner de impresoras, clips, archivadores, lápices, resaltadores, blog de notas adhesivas, agendas, sellos, tintas para sellos, tablero, borradores.

Escobas, traperos, toallas de cocina, cafetera, horno microondas, nevera.

Materia Prima e Insumos.

Semillas de maracuyá, bolsas plásticas, tierra, agua, abono, Tanque de nitrógeno para productos agrícolas, Bultos de potasio, Bultos de calcio, Bultos de azufre, Bultos de fósforo, Bultos de magnesio, Bultos de hierro agrícola, Bultos de Boro agrícola, Bultos Manganese agrícola, Bultos de Zinc, Bultos de Cobre agrícola, insecticidas orgánicos, plaguicidas orgánicos, Peróxido de nitrógeno para el control de Fusarium, solución de sulfato de cobre, desinfectante para las herramientas, jabón líquido, Extintor, kit en caso de derrame de químicos, recogedor, equipo para fumigación.

Guantes, gafas protectoras, botas punta de acero, botas de caucho, delantal, Cascos, clavos, grapas de acero, alambre galvanizado n 12, rollo de cabuya, estacas de madera, cinta termoaislante, rollos de pita, costales de fibra, papel periódico, rollos plásticos, cables de energía, recipientes plásticos para contener líquidos.

RENDIMIENTOS

MATERIA PRIMA E INSUMOS	RENDIMIENTO X HA	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4
Semillas de maracuyá	3332 Unds	3332 unds	0	0	0
Agua	23324 lts	5831 lts	5831 lts	5831 lts	5831 lts
Abono	1336 kg	334 kg	334 kg	334 kg	334 kg
Potasio	72 kg	18 kg	18 kg	18 kg	18 kg
Calcio	60 kg	15 kg	15 kg	15 kg	15 kg
Azufre	48 kg	12 kg	12 kg	12 kg	12 kg
Fósforo	24 kg	6 kg	6 kg	6 kg	6 kg
Magnesio	12 kg	3 kg	3 kg	3 kg	3 kg
Hierro	7.2 kg	1.8 kg	1.8 kg	1.8 kg	1.8 kg
Boro	7.2 kg	1.8 kg	1.8 kg	1.8 kg	1.8 kg
Manganeso	4.8 kg	1.2 kg	1.2 kg	1.2 kg	1.2 kg
Zinc	2.4 kg	0.6 kg	0.6 kg	0.6 kg	0.6 kg
Cobre agrícola	2.4 kg	0.6 kg	0.6 kg	0.6 kg	0.6 kg
Peróxido de nitrógeno	20 lts	5 lts	5 lts	5 lts	5 lts
Desinfectante para Herramientas	15 lts	3.75 lts	3.75 lts	3.75 lts	3.75 lts
Insecticidas	20 lts	5 lts	5 lts	5 lts	5 lts
Plaguicidas	20 lts	5 lts	5 lts	5 lts	5 lts
Bolsas plásticas	833 unds	833 unds	0	0	0

En el presente cuadro se aprecia los rendimientos en temas de materia prima e insumos que requiere la producción de maracuyá por hectárea durante el mes repartidos por semanas, por lo tanto, para la siembra de maracuyá se muestra que se necesitan 3332 unidades de semillas que solo serían usadas en la semana 1, sin embargo para mantener el cultivo hidratado y en buen estado, el agua que requiere la hectárea en general son 23324 litros que se distribuyen en cantidades iguales en las semanas del mes, es decir en 5831 litros; abono total hectárea 1336 kg, 334kg semanal; potasio total hectárea 72 kg, 18 kg semanal; calcio total hectárea 60 kg, 15 kg semanal; Azufre total hectárea 48kg, 12 kg semanal; fósforo 24 kg total hectárea, 6 kg semanal; Magnesio total hectárea 12 kg, 3kg semanal; hierro total hectárea 7.2kg, 1.8kg semanal; boro

total hectárea 7.2kg, 1.8kg semanal; manganeso total hectárea 4.8kg, 1.2 kg semanal; zinc total hectárea 2.4kg, 0.6kg semanal; cobre agrícola total hectárea 2.4kg, 0.6kg semanal; peróxido de nitrógeno 20lts, 5 litros semanal; desinfectante para herramientas 15 litros por hectárea, 3.75 litros semanal; insecticidas y plaguicidas 20 litros por hectárea, 5 litros semanal y bolsas plásticas 833 unidades por hectárea requeridas una solo en la siembra del producto.

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

INSUMOS	CANTIDAD X HECTAREA	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4	DIA 5	DIA 6	DIA 7
Fertilizante	60 KGS	1	0	0	1	0	0	1
Agua	833 LTS	1	1	1	1	1	1	1
Nutrientes	60 KG	0	0	1	0	0	1	0
Insecticidas	5 LTS	0	0	0	0	1	0	0
Plaguicidas	5 LTS	0	0	0	0	1	0	0

El presente cuadro, muestra el programa de producción o aplicación de insumos que requiere la hectárea semanalmente y los días que debe ser aplicado, por lo tanto, para fertilizar una hectárea de cultivo de maracuyá se requiere 60 kg de fertilizantes, los cuales deben ser aplicados los días 1, 4, y 7 de la semana para tener un mayor impacto en el cultivo; el cultivo requiere 833 Litros de agua semanales por hectárea, los cuales deben ser suministrados todos los días; nutrientes 60 kg por hectárea y deben ser suministrados los días 3 y 6 de la semana; insecticidas y plaguicidas son requeridos 5 litros de cada uno por hectárea, ambos aplicados únicamente en el día 5.

PLAN DE INVENTARIO

LOTE: 4000 KG.

INVENTARIO INICIAL: 4000 KG

PARÁMETROS	SEMANAS			
	1	2	3	4
INVENTARIO INICIAL EN KG	4000	3000	2000	1000
PRONÓSTICO	900	800	950	980
PEDIDO	1000	1000	1000	1000
PLAN MAESTRO DE PRODUCCIÓN	0	0	0	0
INVENTARIO FINAL	3000	2000	1000	0

En el presente cuadro se analiza el plan de inventarios de la empresa Colombian Passion Fruits, el cual cuenta con un inventario inicial de 4000 kg, los cuales serán consumidos durante las primeras 4 semanas; allí se observan además variables como: inventario inicial, pronóstico, pedido e inventario final; los cuales determinan el plan maestro de producción, que para este caso indica que se debe producir nuevamente a partir de la semana 5, ya todo el inventario fue consumido durante las primeras 4 semanas en partes iguales (1000 kg) de un total de 4000 kg.

LOCALIZACIÓN.

La empresa Colombian Passion Fruits estará localizada en:

País: Colombia

Departamento: Antioquia

Municipio: Montebello

PLAN FINANCIERO.

COLOMBIAN PASSION FRUITS					
ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	1	2	3	4	5
Ventas	168.000.000	174.720.000	181.708.800	181.708.800	181.708.800
Costos	62.538.063	62.840.481	63.151.972	63.151.972	63.151.972
Utilidad Bruta	105.461.937	111.879.519	118.556.828	118.556.828	118.556.828
Gastos operativos	55.280.386	53.380.507	53.380.632	52.776.632	52.776.632
Utilidad antes impuestos e intereses	50.181.551	58.499.012	65.176.197	65.780.197	65.780.197
Gastos financieros	3.400.222	2.181.418	807.826	0	0
Ingresos financieros	0	15.460.729	29.447.004	47.226.340	72.463.395
Utilidad antes de impuestos	46.781.329	71.778.323	93.815.375	113.006.536	138.243.592
Impuestos	14.970.025	22.969.063	30.020.920	36.162.092	44.237.949
Utilidad neta	31.811.303	48.809.260	63.794.455	76.844.445	94.005.642

El estado de resultado de la empresa Colombian Passion Fruits muestra valores en términos anuales, los cuales aumentan de manera progresiva en cada periodo, para el año 1 se tienen unas ventas inferiores en comparación al año 2 y así sucesivamente en los siguientes periodos, lo cual se debe a que se tienen en cuenta indicadores macroeconómicos que afectan el precio de venta de manera positiva.

Al analizar las utilidades netas arrojadas en cada uno de los periodos se observa que la empresa está obteniendo mayores ganancias en el tiempo, ya que los resultados están siendo positivos.

Lo anterior indica que es un proyecto productivo económicamente viable.

COLOMBIAN PASSION FRUITS						
BALANCE GENERAL						
	0	1	2	3	4	5
Activos corrientes						
Disponible	35.533.316	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
Inversiones temporales		51.535.764	98.156.681	157.421.132	241.544.650	344.764.052
Deudores (cuentas por cobrar)		14.000.000	14.560.000	15.142.400	15.142.400	15.142.400
Inventarios	0	0	0	0	0	0
Otros activos						
Total activo corriente	35.533.316	75.535.764	122.716.681	182.563.532	266.687.050	369.906.452
Activos de largo plazo						
Muebles y enseres	6.730.830	6.730.830	6.730.830	6.730.830	6.730.830	6.730.830
Maquinaria y equipo	7.640.700	7.640.700	7.640.700	7.640.700	7.640.700	7.640.700
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Edificaciones	0	0	0	0	0	0
Equipo de computación	2.697.000	2.697.000	2.697.000	2.697.000	2.697.000	2.697.000
Depreciación acumulada	0	(1.137.902)	(2.275.804)	(3.413.706)	(4.551.608)	(5.689.510)
Software e intangibles	0	0	0	0	0	0
Amortización acumulada	0	0	0	0	0	0
Total activos no corrientes	17.068.530	15.930.628	14.792.726	13.654.824	12.516.922	11.379.020
Total activos	52.601.846	91.466.392	137.509.407	196.218.356	279.203.972	381.285.472
Pasivos corrientes						
Proveedores	0	1.680.100	1.730.503	1.782.418	1.782.418	1.782.418
Impuesto por pagar		14.970.025	22.969.063	30.020.920	36.162.092	44.237.949
Obligaciones financieras corrientes	9.596.882	10.815.686	12.189.278	0	0	0
Total pasivos corrientes	9.596.882	27.465.811	36.888.844	31.803.338	37.944.510	46.020.367
Pasivos no corrientes						
Obligaciones financieras no corrientes	23.004.964	12.189.278	(0)	(0)	(0)	(0)
Total pasivos no corrientes	23.004.964	12.189.278	(0)	(0)	(0)	(0)
Total pasivos	32.601.846	39.655.089	36.888.844	31.803.338	37.944.510	46.020.367
Patrimonio						
Capital	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
Reserva Legal	0	0	3.181.130	8.062.056	14.441.502	22.125.946
Utilidades retenidas	0	0	28.630.173	72.558.507	129.973.516	199.133.516
Utilidad del periodo	0	31.811.303	48.809.260	63.794.455	76.844.445	94.005.642
Total patrimonio	20.000.000	51.811.303	100.620.563	164.415.018	241.259.462	335.265.105
Total pasivo y patrimonio	52.601.846	91.466.392	137.509.407	196.218.356	279.203.972	381.285.472

El balance general de la empresa Colombian Passion Fruits, muestra las proyecciones de 5 periodos o de 5 años; el cual tiene unos activos corrientes, activos a largo plazo, pasivos

corrientes, pasivos no corrientes y patrimonio. Durante cada periodo aumenta gradualmente los totales, demostrando que la empresa está en constante crecimiento y que tiene buen nivel de apalancamiento. Para iniciar con el normal funcionamiento de la empresa se necesita un capital total de 52.601.846 pesos, el cual se distribuye en capital propio de 20.000.000 de pesos y una parte financiada de 32.601.846 pesos, de los cuales en el primer año de funcionamiento se reflejará una utilidad neta de 31.811.303 pesos

Para el periodo 3 se recupera la inversión que se hizo inicialmente y su financiamiento.

COLOMBIAN PASSION FRUITS
PLAN DE AMORTIZACIÓN

VALOR PRESTAMO	32.601.846
PLAZO	36
TASA	1,001%
CUOTA MES	1.083.092

CUOTA	INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO
año 1		3.400.222	9.596.882	
Año 2		2.181.418	10.815.686	
Año 3		807.826	12.189.278	

El plan de amortización en el que incurre Colombian Passion Fruits está dado por un financiamiento de 32.601.846 pesos que se harán a un plazo de 36 cuotas (3 años), a una tasa de 1.001% lo que equivale a una cuota mensual de 1.083.092 pesos.

PUNTO DE EQUILIBRIO - PRIMER AÑO			
COSTOS FIJOS:	1	PRECIO DE VENTA	1
Costos fijos	52.457.463	Precio de venta promedio	3.500
Gastos operativos	55.280.386	PRECIO DE VENTA UNITARIO	3.500
Gastos financieros	3.400.222	PUNTO DE EQUILIBRIO	1
Impuestos	14.970.025	EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - ANUAL	38.331
TOTAL COSTOS FIJOS	126.108.097	EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - MENSUAL	3.194
COSTOS VARIABLES	1	EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - ANUAL	134.158.059
Costo variable promedio	210	EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - MENSUAL	11.179.838
TOTAL COSTOS VARIABLES	210		

INDICADORES DE GENERACIÓN DE VALOR						
INDICADORES DE VALOR	FORMULA DE CALCULO	1	2	3	4	5
KTNO	$C \times C + \text{Inventarios} - C \times P$	12.319.900	12.829.497	13.359.982	13.359.982	13.359.982
PKT	$KTNO / \text{INGRESOS}$	7,33%	7,34%	7,35%	7,35%	7,35%
ROA (RENDIMIENTO ACTIVO)	$\frac{UAI}{\text{ACTIVOS NETOS OPERATIVOS}}$	167,66%	199,30%	226,33%	237,82%	248,03%
ROI (RENDIMIENTO PATRIMONIO)	$\frac{UAI}{\text{PATRIMONIO}}$	90,29%	71,34%	57,06%	46,84%	41,23%
MARGEN EBITDA	$\frac{\text{EBITDA}}{\text{INGRESOS}}$	29,87%	33,48%	35,87%	36,20%	36,20%
COSTO PROMEDIO PONDERADO		16,33%	19,06%	20,95%	21,60%	21,98%
RAN	$\frac{UODI}{\text{ACTIVOS OPERACIÓN}}$	114,01%	135,52%	153,90%	161,72%	168,66%
EVA	$UODI - \text{ACTIVOS} \times CK$	29.234.777	34.185.016	38.287.381	38.755.446	38.900.449
EVA	$\text{ACTIVOS} \times (\text{RAN} - CK)$	29.234.777	34.185.016	38.287.381	38.755.446	38.900.449
% EVA	EVA / VENTAS	17,40%	19,57%	21,07%	21,33%	21,41%

En los indicadores de generación de valor se observa en términos generales, que la empresa Colombian Passion Fruits tiene indicadores muy positivos, lo que quiere decir que es

económicamente rentable y sostenible en el tiempo generando valor. Entre los indicadores más importantes se encuentran margen EBITDA, en este se puede notar un incremento en los porcentajes del periodo 1 al 5 iniciando con un 29.87% hasta un 36.20%; de otro lado encontramos un porcentaje EVA que aumenta progresivamente en el tiempo iniciando con un 17.40% hasta el periodo 5 con un 21.41%; el rendimiento de activo (ROA) tiene un índice de 167.66% el cual aumenta de manera gradual hasta el periodo 4 llegando a un 248.03%.

INVENTARIO PARA CREACION Y MONTAJE

Colombian Passion Fruits, tendrá 4 fases para la ejecución de su actividad económica la cual se basa en la producción de maracuyá; estas fases están desarrolladas de la siguiente manera, fase 0 se realizará toda la parte de creación y montaje del negocio; fase 1 infraestructura de producción; fase 2 producción; fase 3 almacenamiento y por último fase 4 ventas.

FASE 0 Creación y montaje del negocio

ITEMS	valores		precio unitario	precio total	Tiempos	
	Unidad	Total	TOTAL	TOTAL	Unidad	Total
Adecuación de terreno	HA	1	NA	NA	dias	3
Arrendamiento Lote	HA	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	mes	1
Tractor	Unidad	1	\$ 200.000	\$ 1.000.000	horas	5
Cal agrícola	bulto	7	\$ 13.000	\$ 91.000	dias	2
Mano de obra	Personas	2	\$ 1.435.728	\$ 2.871.455	mes	1
Azadones	Unidad	3	\$ 70.000	\$ 210.000	dias	3
Palas	Unidad	3	\$ 21.700	\$ 65.100	dias	1

ITEMS	valores		precio unitario	precio total	Tiempos	
	Unidad	Total	TOTAL	TOTAL	Unidad	Total
Adecuación de la oficina	Unidad	1	NA	NA	dias	7
Instalación de equipos de oficina	personas	2	\$ 150.000	\$ 300.000	dias	1
Portátil	Unidad	1	\$ 1.297.000	\$ 1.297.000	dias	1
Computador	Unidad	1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	dias	1
Impresora	Unidad	1	\$ 499.900	\$ 499.900	dias	1
Teléfonos	duo	2	\$ 242.000	\$ 242.000	dias	1
Celulares	Unidad	2	\$ 300.000	\$ 600.000	dias	1
Grapadoras	Unidad	4	\$ 49.900	\$ 199.600	dias	1
Mesas de escritorio	Unidad	4	\$ 299.900	\$ 1.199.600	dias	1
Sillas de escritorio	Unidad	4	\$ 340.000	\$ 1.360.000	dias	1
Carpetas	Unidad	10	\$ 3.390	\$ 33.900	dias	1
Perforadoras	Unidad	4	\$ 43.390	\$ 173.560	dias	1
Lapiceros	caja	1	\$ 6.900	\$ 6.900	dias	1
Resmas	caja	4	\$ 113.900	\$ 455.600	dias	1
Toner de impresora	Unidad	1	\$ 45.900	\$ 45.900	dias	1
Clips	caja	5	\$ 5.400	\$ 27.000	dias	1
Archivadores	Unidad	1	\$ 270.000	\$ 270.000	dias	2
Lapices	caja	1	\$ 6.500	\$ 6.500	dias	1
Resaltadores	caja	1	\$ 17.500	\$ 17.500	dias	1
Blog de notas adhesivas	Unidad	5	\$ 3.412	\$ 17.062	dias	1
Agendas	Unidad	4	\$ 12.000	\$ 48.000	dias	1
Sellos	Unidad	4	\$ 22.000	\$ 88.000	dias	1
Tintas para sellos	Unidad	1	\$ 11.000	\$ 11.000	dias	1
Tablero	Unidad	1	\$ 76.900	\$ 76.900	dias	1
Borradores	Unidad	1	\$ 1.800	\$ 1.800	dias	1
Escobas	Unidad	1	\$ 7.400	\$ 7.400	dias	1
Traperos	Unidad	1	\$ 10.000	\$ 10.000	dias	1
Toallas de cocina	Unidad	2	\$ 2.000	\$ 4.000	dias	1
Cafetera	Unidad	1	\$ 142.900	\$ 142.900	dias	1
Horno microondas	Unidad	1	\$ 239.900	\$ 239.900	dias	1
Ventilador	Unidad	2	\$ 140.900	\$ 281.800	dias	1
Nevera	Unidad	1	\$ 600.000	\$ 600.000	dias	1

ITEMS	valores		precio unitario	precio total	Tiempos	
	Unidad	Total	TOTAL	TOTAL	Unidad	Total
Preparación de bolsas para siembra	Unidad	833	NA	NA	dias	8
Abono	bultos	12	\$ 77.000	\$ 924.000	dias	8
Semillas	Unidad	3332	\$ 120.000	\$ 120.000	dias	1
Bolsas	paquetes x10	84	\$ 3.000	\$ 252.000	dias	1

En la fase 0 se realizará todas las actividades relacionadas con la adecuación del terreno, adecuación de la oficina y la preparación de bolsas para siembra. Para la ejecución de estas actividades se necesitarán unas herramientas e insumos las cuales están expresadas en valores, precio unitario, precio total y tiempos requeridos.

FASE 1 Infraestructura de producción

ITEMS	valores		precio unitario	precio total	Tiempos	
	Unidad	Total	TOTAL	TOTAL	Unidad	Total
Realización de espalderas	HA	1	NA	NA	dia	20
Estacas de madera	Unidad	1000	\$ 1.000	\$ 1.000.000	dia	20
Carretas planas de madera	Unidad	1	\$ 250.000	\$ 250.000	dia	1
Pala draga	Unidad	3	\$ 46.900	\$ 140.700	dia	1
Picas	Unidad	3	\$ 48.000	\$ 144.000	dia	1
Martillos	Unidad	3	\$ 17.400	\$ 52.200	dia	1
Metros	Unidad	3	\$ 16.900	\$ 50.700	dia	1
Machetes	Unidad	3	\$ 40.000	\$ 120.000	dia	1
Seguetas	Unidad	3	\$ 14.900	\$ 44.700	dia	1
Rollos de pitas	Tambor	3	\$ 14.500	\$ 43.500	dia	1
Clavos	cajas	20	\$ 2.890	\$ 57.800	dia	1
Grapas de acero	cajas	20	\$ 9.843	\$ 196.860	dia	1
Alambre galvanizado n 12	metro	2500	\$ 740.000	\$ 740.000	dia	1
Rollo de cabuya	Tambor	19	\$ 17.900	\$ 340.100	dia	1
Cables de energía	metros	20	\$ 14.000	\$ 14.000	dia	1
Cuarto frio	Unidad	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	dia	7
Mangueras	metros	2500	\$ 950.000	\$ 950.000	dia	20
Motobomba	Unidad	1	\$ 229.000	\$ 229.000	dia	1
Tanque de agua	Unidad	6	\$ 150.000	\$ 150.000	dia	7
Extintor	Unidad	1	\$ 35.000	\$ 35.000	dia	1
Kit en caso de derrame de químicos	kit	1	\$ 95.000	\$ 95.000	dia	1

ITEMS	valores		precio unitario	precio total	Tiempos	
	Unidad	Total	TOTAL	TOTAL	Unidad	Total
Trasplante de plantas	Unidad	833	NA	NA	dias	7

En la fase 1 se llevaran a cabo todas las actividades relacionadas con la elaboración de espalderas y trasplante de plantas, además se hará la compra de todas las herramientas para la producción del maracuyá. También se describen todos tiempos y precios para tener todos los instrumentos necesarios dentro del cultivo.

FASE 2 Producción

ITEMS	valores		precio unitario	precio total	Tiempos	
	Unidad	Total	TOTAL	TOTAL	Unidad	Total
Fertilización	HA	1	NA	NA	dias	3
Potasio	kg	72	\$ 45.200	\$ 45.200	dias	3
Calcio	kg	60	\$ 45.200	\$ 45.200	dias	3
Azufre	kg	48	\$ 45.200	\$ 45.200	dias	3
Fósforo	kg	24	\$ 45.200	\$ 45.200	dias	3
Magnesio	kg	12	\$ 45.200	\$ 45.200	dias	3
Hierro	kg	7.2	\$ 45.200	\$ 45.200	dias	3
Boro	kg	7.2	\$ 45.200	\$ 45.200	dias	3
Manganeso	kg	4.8	\$ 45.200	\$ 45.200	dias	3
Zinc	kg	2.4	\$ 45.200	\$ 45.200	dias	3
Cobre agrícola	kg	2.4	\$ 45.200	\$ 45.200	dias	3
Peróxido de nitrógeno	kg	20	\$ 20.000	\$ 20.000	dias	1
Desinfectante para Herramientas	lts	15	\$ 116.000	\$ 116.000	dias	7
Insecticidas	lts	20	\$ 100.000	\$ 100.000	dias	1
Plaguicidas	lts	20	\$ 100.000	\$ 100.000	dias	1
Tijeras jardineras	Unidad	3	\$ 14.990	\$ 44.970	dias	1
Rastrillos	Unidad	3	\$ 28.000	\$ 84.000	dias	1
Fumigadoras manuales	Unidad	2	\$ 84.900	\$ 169.800	dias	1
Canastillas plasticas	Unidad	20	\$ 15.000	\$ 300.000	dias	1
Canecas	Unidad	5	\$ 20.000	\$ 100.000	dias	1
Guantes	par	3	\$ 9.000	\$ 27.000	dias	1

En la fase 2 se hará toda la adquisición de insumos y herramientas para llevar a cabo la producción de maracuyá, en esta fase también se realiza un análisis de las cantidades de nutrientes e insumos que van incluidas en el proceso de fertilización del cultivo.

FASE 3 Almacenamiento

ITEMS	valores		precio unitario	precio total	Tiempos	
	Unidad	Total	TOTAL	TOTAL	Unidad	Total
Almacenamiento	kg	1000	NA	NA	días	7
Cuarto frío	Unidad	1	NA	NA	días	7
Costales de fibra	Unidad	100	\$ 400	\$ 40.000	días	1
Papel periódico	rollo	7	\$ 12.050	\$ 12.050	días	1
Mesas para almacenar	Unidad	2	\$ 239.000	\$ 478.000	días	1
Pisos de estibas	Unidad	10	\$ 10.000	\$ 100.000	días	1

En la fase 3 se menciona todo lo necesario para que el producto pueda ser almacenado en las mejores condiciones; para su ejecución se necesita principalmente la instalación y adecuación de un cuarto frío el cual tendrá un tiempo de instalación de 7 días.

FASE 4 Ventas

ITEMS	valores		precio unitario	precio total	Tiempos	
	Unidad	Total	TOTAL	TOTAL	Unidad	Total
Distribución y venta	kg	1000	NA	NA	día	1
Vehículo con sistema de refrigeración	Unidad	1	\$ 150.000	\$ 150.000	viaje	1

En la fase 4 se relaciona el proceso de ventas, donde uno de los principales factores es el vehículo, pues debe estar adecuado con sistema de refrigeración para que el producto se conserve en las mejores condiciones durante la distribución hasta el momento de la entrega.

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

En el plan de implementación de Colombian Passion Fruits se encuentran dos fases, la primera es la formación del negocio y la segunda es la puesta en marcha. En el caso de la fase 1 se relacionan todas las actividades correspondientes a la creación, montaje y adecuación del

negocio. En la fase 2 se relacionan todo lo referente a la puesta en marcha del negocio; en este punto se especifica las actividades en las que se incurre el normal funcionamiento del negocio, teniendo en cuenta las siguientes variables: actividad, responsable, resultado, tiempo de ejecución y las acciones necesarias para su puesta en marcha, lo cual garantiza que se lleve un orden dentro de la organización y que se pueda llevar un mayor control de las actividades.

FASE 1 FORMACIÓN DEL NEGOCIO
ACTIVIDADES
Arrendamiento de lote
Constitución del negocio
Creación página web
Contratación de personal agrícola
Adecuación del terreno
Instalación de cuarto frío
Compra de insumos y materia prima
Montaje de espalderas
Adecuación de oficina
Compra de equipo de oficina
Trasplante de plantas
Mantenimiento de la producción
Contratación de personal administrativo

FASE 2
PUESTA EN MARCHA
Impartir actividad del día al personal
Entrega de materiales e insumos
Fertilización
Riego de agua
Riego de nutrientes
Aplicación de insecticidas/ Plaguicidas
Supervisión y control de actividades
Desinfección y organización de puestos de trabajo

FICHA DE ACTIVIDAD	
Actividad	Impartir actividad del día al personal
Responsable	Administrador
Resultado	Equipo de trabajo coordinado
Tiempo de ejecución	Semanal
Acciones necesarias para su puesta en marcha	Determinar las actividades que se requieren para la semana
	Análisis del terreno y la producción

FICHA DE ACTIVIDAD	
Actividad	Entrega de materiales e insumos
Responsable	Administrador
Resultado	Contar con material para ejecutar su función
Tiempo de ejecución	Semanal
Acciones necesarias para su puesta en marcha	Determinar las actividades que se requieren para la semana
	Análisis del terreno y la producción

FICHA DE ACTIVIDAD	
Actividad	Fertilización
responsable	Colaboradores agrícolas
Resultado	Cultivo fertilizado
Tiempo de ejecución	3 días semanales
Acciones necesarias para su puesta en marcha	Uso de material fertilizante
	Mezcla de material fertilizante
	Aplicación al cultivo

FICHA DE ACTIVIDAD	
Actividad	Riego de agua
Responsable	Colaboradores agrícolas
Resultado	Cultivo hidratado
Tiempo de ejecución	Diario
Acciones necesarias para su puesta en marcha	Riego del cultivo con agua
	Conexión de tanques y motobomba
	Aplicación al cultivo

FICHA DE ACTIVIDAD	
Actividad	Aplicación de insecticidas/ Plaguicidas
Responsable	Colaboradores agrícolas
Resultado	Cultivo sin plagas e insectos perjudiciales
Tiempo de ejecución	1 vez a la semana
Acciones necesarias para su puesta en marcha	Riego del cultivo con insecticida y plaguicida
	Mezcla de insecticida necesario
	Aplicación al cultivo

FICHA DE ACTIVIDAD	
Actividad	Supervisión y control de actividades
Responsable	Administrador y secretaria
Resultado	Resultados favorables por parte de los colaboradores
Tiempo de ejecución	Diario
Acciones necesarias para su puesta en marcha	Supervisar

FICHA DE ACTIVIDAD	
Actividad	Desinfección y organización de puestos de trabajo
responsable	Todos los integrantes de la empresa
Resultado	Puestos de trabajo y herramientas limpias y desinfectadas
Tiempo de ejecución	Diario
Acciones necesarias para su puesta en marcha	Contar con el material necesario para la desinfección y limpieza
	Desinfectar puestos de trabajo y herramientas
	Ubicación y orden de los insumos desinfectantes

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																													
ACTIVIDADES GENERALES	TIEMPO (DÍAS)	SEMANA 1							SEMANA 2							SEMANA 3							SEMANA 4						
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
1 Arrendamiento de lote	7																												
2 Constitución del negocio	14																												
3 Creación página web	9																												
4 Contratación de personal agrícola	7																												
5 Adecuación del terreno	3																												
6 Instalación de cuarto frío	14																												
7 Compra de insumos y materia prima	11																												
8 Montaje de espalderas	11																												
9 Adecuación de oficina	14																												
10 Compra de equipo de oficina	7																												
11 Trasplante de plantas	7																												
12 Mantenimiento de la producción	7																												
13 Contratación de personal administrativo	4																												

En el cronograma de actividades se relacionan las labores y los tiempos en los cuales se van a ejecutar cada una de las actividades necesarias para el funcionamiento de la empresa; estas se realizarán de manera organizada teniendo en cuenta las prioridades y la correcta estructuración de la organización.

CONTROL

Colombian Passion Fruits diseña una herramienta de control que le permite evaluar el cumplimiento de las actividades y el normal funcionamiento de la empresa, con el objetivo de analizar aspectos positivos y negativos que permitan la implementación de un plan de mejora en caso que la empresa no esté arrojando los resultados esperados, así mismo, fortalecer los puntos positivos de la organización para lograr un mayor desempeño y crecimiento en el tiempo.

SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL	
1	Arrendamiento de lote
1.1	¿El lote se arrendó dentro de los tiempos estipulados?
1.2	¿El lote cumple con las características necesarias para la producción de maracuyá?
1.3	¿El lote se arrendó en el precio estipulado?
2	Constitución del negocio
2.1	¿Se realizaron cada uno de los trámites correspondientes para que fuera exitosa la creación del negocio?
2.2	¿Se realizó los tramites en los tiempo estipulados dentro del cronograma?
2.3	¿Los trámites están dentro del precio esperado para su ejecución?
3	Creación página web
3.1	¿La creación de la página web se dio dentro de los tiempos estipulados?
3.2	¿La página web contiene la información necesaria y es amigable para su manejo?
3.3	¿La página web está dentro del precio esperado para su desarrollo?
4	Contratación de personal agrícola
4.1	¿La contratación se dió dentro de los tiempos esperados?
4.2	¿El personal cumple con el perfil planteado?
5	Adecuación del terreno
5.1	¿La adecuación del terreno se dio dentro de los tiempos estipulados?
5.2	¿La adecuación del terreno cumple con los precios establecidos?
5.3	¿los materiales son suficientes y cumplen con lo que necesita el terreno?
6	Instalación de cuarto frío
6.1	¿La instalación del cuarto frío se dio dentro de los tiempo estipulado?
6.2	¿El precio para la adquisición e instalación fue el estipulado?
6.3	¿El cuarto frío cumple con las condiciones de almacenamiento y refrigeración adecuadas?
7	Compra de insumos y materia prima
7.1	¿La compra de insumos y materia prima se dieron dentro de los tiempos estipulados?
7.2	¿El precio para la adquisición de los insumos y materia prima fue el estipulado?
7.3	¿ Los materiales e insumos son suficientes y cumplen con lo requerido para la producción?
8	Montaje de espalderas
8.1	¿El montaje de las espalderas se dió dentro de los tiempo estipulados?
8.2	¿El costo para instalación fue el estipulado?
8.3	¿Las espalderas cumplen con las condiciones necesarias para la producción?
9	Adecuación de oficina
9.1	¿La adecuación de la oficina se dio dentro del tiempo estipulado?
9.2	¿El precio para la adecuación fue el estipulado?
9.3	¿la oficina cumple con las condiciones necearias para desarrollar la actividad especifica?
10	Compra de equipo de oficina
10.1	¿La compra del equipo de oficina se dio dentro del tiempo estipulado?
10.2	¿El precio para la adquisición del equipo de oficina fue el estipulado?
10.3	¿la oficina cumple con las condiciones ambiente y espacios necesarios para la operación?
11	Transplante de plantas
11.1	¿El transplante de plantas se realizó dentro de los tiempos estipulados?
11.2	¿El transplante de plantas cumple con las condiciones necesarias para su crecimiento y adecuada producción?
12	Mantenimiento de la producción
12.1	¿El mantenimiento de la producción se dio dentro del tiempo estipulado?
12.2	¿El mantenimiento del cultivo se realizó de la manera correcta y según las indicaciones propuestas?
13	Contratación de personal administrativo
13.1	¿La contratación se dió dentro de los tiempos esperados?
13.2	¿El personal cumple con el perfil planteado?

SI	NO	EN CASO DE SER NEGATIVO
1.1		Revisar nuevas listas de opciones
1.2		Cambiar de lote o evaluar si se puede adecuar su condición para la producción
1.3		Revisar nuevas listas de opciones o entrar a negociar con el arrendatario
2		
2.1		Se debe revisar que documentación faltó o qué trámite se necesita
2.2		Se debe evaluar porqué no se cumplió y darle prioridad al trámite.
2.3		Se debe revisar el presupuesto que se esperaba invertir y definir si no afecta la inversión
3		
3.1		Revisar con la empresa encargada cuál fue el motivo para no cumplir con los tiempos estipulados
3.2		Darle las observaciones pertinentes a la empresa encargada para que hagan las modificaciones
3.3		Negociar si se puede llegar a un acuerdo en caso de sobrepasar lo estimado.
4		
4.1		Analizar el porqué no se dió la contratación oportuna y darle solución en el menor tiempo posible
4.2		Analizar el motivo por el cual no cumple y ver si puede ser apto para la labor.
5		
5.1		Verificar la causa por las que no se dió y analizar cómo se modifican los tiempos para su terminación.
5.2		Analizar si se puede negociar el precio en caso de ser mayor
5.3		Analizar presupuesto y material necesario.
6		
6.1		Verificar la causa por las que no se dió y analizar cómo se modifican los tiempos para su terminación.
6.2		Analizar si se puede negociar el precio en caso de ser mayor o analizar otras alternativas de compra
6.3		Darle las observaciones pertinentes a la empresa encargada para que hagan las modificaciones necesarias
7		
7.1		Verificar la causa por las que no se dió y analizar cómo se modifican los tiempos para su adquisición.
7.2		Analizar si se puede negociar el precio en caso de ser mayor
7.3		Analizar otros posibles proveedores
8		
8.1		Verificar la causa por las que no se dió y hablar con los empleados si se puede llegar a un nuevo acuerdo de terminación.
8.2		Analizar el precio y modificar el costo para su ejecución.
8.3		Analizar la condición por la que no se dió y darle la respectiva solución.
9		
9.1		Verificar la causa por las que no se dió y hablar con los empleados y empresa si se puede llegar a un nuevo acuerdo de adecuación.
9.2		Analizar si se puede negociar el precio en caso de ser mayor
9.3		Darle las observaciones pertinentes a la empresa encargada para que hagan las modificaciones necesarias
10		
10.1		Verificar la causa por las que no se dió y analizar cómo se modifican los tiempos para su adquisición.
10.2		Analizar el precio y modificar el costo para su adquisición.
10.3		Analizar la condición por la que no se dió y darle la respectiva solución.
11		
11.1		Verificar la causa por las que no se dió y analizar cómo se modifican los tiempos para su terminación.
11.2		Analizar las condiciones por las que no se dieron y darle la respectiva solución.
12		
12.1		Verificar las causas por las que no se dió y analizar cómo se modifican los tiempos para su ejecución
12.2		Reunir al personal responsable de la labor y analizar el motivo por el cual no se cumplió correctamente
13		
13.1		Analizar el porqué no se dió la contratación oportuna y darle solución en el menor tiempo posible
13.2		Analizar el motivo por el cual no cumple y ver si puede ser apto para la labor.

Bibliografía

agricultura, m. (9 de junio de 2018). *minagricultura.gov.co*. Obtenido de

<https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/MinAgricultura-lanza-Pol%C3%ADtica-P%C3%ABlica-de-Agricultura-Campesina,-Familiar-y-Comunitaria.aspx>

agricultura, m. d. (23 de diciembre de 1993). *ley 101 de 1993*. Obtenido de

<https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Leyes/Ley%20101%20de%201993.pdf>

agricultura, m. d. (enero de 2019). *minagricultura.gov.co*. Obtenido de

[https://www.minagricultura.gov.co/planeacion-control-gestion/Gestin/PLANEACION/Plan_de_Accion_\(Plan_Gasto_Publico\)/2019/PLAN_DE_ACCION_INSTITUCIONAL_VIGENCIA_2019_DOCUMENTO_PARA_COMENTARIOS.pdf](https://www.minagricultura.gov.co/planeacion-control-gestion/Gestin/PLANEACION/Plan_de_Accion_(Plan_Gasto_Publico)/2019/PLAN_DE_ACCION_INSTITUCIONAL_VIGENCIA_2019_DOCUMENTO_PARA_COMENTARIOS.pdf)

Betancourt, D. F. (01 de 09 de 2018). *ingenioempresa*. Obtenido de ingenioempresa:

<https://ingenioempresa.com/analisis-pestel/>

Clownsultoria. (11 de 10 de 2018). *Emprendices*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/mix-de-marketing-estrategia-las-4-ps-de-la-mercadotecnia/>

Colombiano, E. (23 de julio de 2019). Dabeiba cultiva Marauya que quieren Los Angeles.

Colombiano, E. (04 de abril de 2020). *Sectores que se han visto beneficiados por el aislamiento*.

Obtenido de <https://www.elcolombiano.com/negocios/empresas/en-medio-de-la-crisis-hay-sectores-que-ganan-la-batalla-BA12748328>

CORABASTOS. (2020). *Boletín diario de precios*.

- Diego Miranda, G. F. (2009). Cultivo, poscosecha y comercialización de las pasifloráceas en Colombia: *Cultivo, poscosecha y comercialización de las pasifloráceas en Colombia: maracuyá, granadilla, gulupa y curuba*, 103.
- Dinero, R. (04 de Abril de 2019). *Las 10 principales tendencias de consumo del 2019*. Obtenido de <https://www.dinero.com/actualidad/articulo/las-10-principales-tendencias-de-consumo-del-2019/269895>
- Espectador, E. (23 de Febrero de 2018). *Así va el mercado de alimentos orgánicos en Colombia*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/cromos/mujer-al-natural/por-que-consumir-alimentos-organicos-17530>
- HISPANTV. (20 de 01 de 2017). *HISPANTV*. Obtenido de <https://www.hispantv.com/noticias/salud/330786/fruto-maracuya-combate-cancer>
- ICA. (2006). *Informacion agricultura ecologica* . Obtenido de <https://www.ica.gov.co/areas/agricola/servicios/agricultura-ecologica-1.aspx>
- internacional, C. c. (2003). *Inteligencia de mercados Maracuyá*. Bogota: CORPORACION COLOMBIANA INTERNACIONAL.
- libertad, G. R. (2010). *EL Cultivo de maracuyá*. Peru.
- Morera, M. P. (2013). *el maracuya en colombia*. Huila.
- mundial, B. (12 de abril de 2020). *Colombia panorama general*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>:
<https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>
- oriente, c. d. (2018). *concepto economico 2018*. Rionegro .

ORIENTE, L. P. (24 de 07 de 2019). *LA PRENSA ORIENTE*. Obtenido de

<http://diarioriente.com/altiplano/el-oriente-antioqueno-tiene-582-424-habitantes-segun-censo-del-dane.html>

personales, F. (09 de 11 de 2015). *Esto es lo que cuesta montar una empresa*. Obtenido de

<https://www.finanzaspersonales.co/trabajo-y-educacion/articulo/cuanto-cuesta-crear-empresa-colombia/57287>

Portafolio. (12 de Febrero de 2019). *Las tecnologías que podrán ‘salvar’ el agro colombiano*.

Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/las-tecnologias-que-podran-salvar-el-agro-colombiano-526281>

Portafolio. (10 de Junio de 2019). *Lo que debe ganar para estar en la clase alta del país*.

Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/asi-es-la-riqueza-de-los-colombianos-528116>

Portafolio. (31 de enero de 2020). *El desempleo aumento en colombia en 2019*. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/economia/tasa-de-desempleo-en-colombia-2019-supero-10-desempleo-537638>

radio, C. (04 de abril de 2020). *Sectores que se han visto beneficiados por el aislamiento*.

Obtenido de https://caracol.com.co/radio/2020/04/04/nacional/1586020903_203715.html

Republica, B. d. (s.f.). *banrep.gov.co*. Obtenido de

https://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/lbr_manual_comercial_0.pdf

Republica, L. (14 de mayo de 2013). *Colombia, plataforma para el comercio mundial*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/archivo/colombia-plataforma-para-el-comercio-mundial-2038520>

REPUBLICA, L. (27 de DICIEMBRE de 2019). *PERIODICO LA REPUBLICA*. Obtenido de Un empleado de salario mínimo vale \$1,479.684 para su empresa cada mes: <https://www.larepublica.co/economia/un-empleado-de-salario-minimo-vale-1479684-para-su-empresa-cada-mes-2947773>

republica, l. (8 de enero de 2020). *La economía colombiana ocupa el puesto 39 en tamaño según The Economist*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/economia/la-economia-colombiana-ocupa-el-puesto-39-en-tamano-segun-the-economist-2948970>

republica, s. d. (9 de abril de 2007). *ley 1133 de 2007*. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1133_2007.html

republica, s. d. (13 de agosto de 2009). *LEY 1351 DE 2009*. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1351_2009.html

Sanchez, J. (05 de Abril de 2017). *ABC soluciones*. Obtenido de https://www.abc.es/tecnologia/informatica/soluciones/abci-puede-hacer-tecnologia-para-mejorar-campo-201704031420_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

sas, N. (s.f.). *Novacampo sas*. Obtenido de <https://www.novacampo.com/>

semana, r. (3 de enero de 2013). *Medellín la ciudad mas innovadora del mundo*. Obtenido de <https://www.semana.com/nacion/articulo/medellin-ciudad-mas-innovadora-del-mundo/334982-3>

senado. (31 de julio de 2014). *secretaria senado.gov.co*. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1731_2014.html

SOCIAL, M. D. (FEBRERO de 2013). *PERFIL NACIONAL DE CONSUMO DE FRUTAS Y VERDURAS* . Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/perfil-nacional-consumo-frutas-y-verduras-colombia-2013.pdf>

social, M. d. (2013). *Perfil nacional de consumo de frutas y verduras* . Bogotá: ministerio de salud y proteccion social.

Taborda, N. (2013). *Fruto de la pasión Maracuyá (Tesis)*. Perú.

tiempo, e. (14 de febrero de 2017). *Los aeropuertos de Colombia que mas mueven pasajeros en el pais*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/aeropuertos-mas-concurridos-en-colombia-59728>

tiempo, E. (10 de marzo de 2020). *Coronavirus convierte en ganadores a varios sectores económicos*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/coronavirus-vuelve-ganadores-a-varios-sectores-de-la-economia-segun-moody-s-470996>