

PLAN ESTRATEGICO PARA LA COMERCIALIZACION Y EXPORTACIÓN DE  
PULPA DE FRUTA CONGELADA A LA FLORIDA ESTADOS UNIDOS.

Presentado por:

ANGIE ALEJANDRA RESTREPO RUIZ

LEIDY MILENA ZAPATA SÀNCHEZ

Profesor:

VLADIMIR ALVAREZ ROJAS

Asignatura:

OPCION DE GRADO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS ECONÓMICAS  
TECNOLOGÍA MERCADEO INTERNACIONAL  
BELLO, COLOMBIA

2019

## Tabla de contenido

1.	Resumen.....	8
2.	Palabras Claves .....	9
2.1.	Keywords .....	9
3.	Abstract.....	10
4.	Introducción .....	11
5.	Tema General .....	13
5.1.	Tema Específico:.....	13
5.2.	Definición del Problema: .....	13
6.	Enunciado del Problema .....	14
7.	Pregunta General .....	16
7.1.	Preguntas Específicas: .....	16
8.	Objetivo General .....	17
8.1.	Objetivos Específicos: .....	17

9.	Justificación .....	18
10.	Marco Teórico .....	19
11.	Metodología .....	22
12.	Diagnóstico: .....	23
12.1.	Descripción del producto .....	23
12.2.	A quien va dirigido: .....	26
12.3.	Promesa para el cliente: .....	28
12.4.	Requisitos para la exportación de cítricos:.....	29
12.5.	Clasificación Arancelaria .....	29
12.6.	Descripción del Estado:.....	37
13.	Inteligencia de Mercados .....	40
14.	Plan exportador .....	42
15.	Análisis situacional.....	44
15.1.	Análisis Macroeconómico Interno y externo .....	44
16.	Matriz DOFA .....	52
16.1.	Factores Internos.....	52

16.2.	Factores Externos.....	53
16.3.	Ventajas comparativas .....	54
16.4.	Ventajas competitivas .....	54
17.	Micro Entorno 5 Fuerzas de Porter .....	55
18.	Mezcla de Mercados.....	57
18.1.	Mercado potencial.....	58
18.2.	Decisiones estratégicas.....	58
18.3.	Estrategia de diferenciación .....	59
18.4.	Estrategia de Concentración .....	60
18.5.	Estrategia de Producto .....	60
18.6.	Estrategia de Plaza o Distribución .....	61
18.7.	Estrategia Promoción .....	62
18.8.	Estrategia de Publicidad .....	62
18.9.	Estrategia de Precio.....	63
19.	Matriz de Competidores .....	64
20.	Matriz BCG.....	64

21. Cronograma de actividades.....	66
22. Recursos.....	67
22.1. Recursos Humanos: .....	67
22.2. Recursos Financiero:.....	67
22.3. Recursos Tecnológicos: .....	68
23. Recomendación .....	69
24. Conclusiones .....	70

## Tabla de ilustraciones

Ilustración 1 Tabla Nutricional.....	25
Ilustración 2 Pulpa Congelada de Toronja .....	26
Ilustración 3 Consumo promedio de frutas en Estados unidos.....	28
Ilustración 4 Incoterms FOB .....	30
Ilustración 5 Bandera .....	31
Ilustración 6 Inteligencia de Mercados .....	41
Ilustración 7 Matriz BCG .....	65

## Tabla de Tablas

Tabla 1 Perfil del consumidor de Estados Unidos.....	27
Tabla 2 Panorama .....	40
Tabla 3 Mercado actual.....	57
Tabla 4 Tabla Nutricional.....	59
Tabla 5 Valor Nutricional .....	60
Tabla 6 Competencia .....	64
Tabla 7 Cronograma de actividades.....	66
Tabla 8 Presupuesto .....	67

## 1. Resumen

El siguiente trabajo de grado está orientado a investigar las oportunidades que existen, en el actual entorno económico, político, social, ambiental y cultural, para comercializar y exportar frutas colombianas, en este caso pulpa de fruta congelada de Toronja para llegar al mercado de los Estados Unidos teniendo como Estado inicial la Florida, a través de estrategias de segmentación de mercado adecuadas que permita penetrar con éxito en este país

Colombia es un país tropical con gran variedad de siembra de frutas cuenta con 95 de tipos diferentes entre ellas las cítricas, con 80.000 hectáreas para este cultivo ubicadas en las regiones de Antioquia, Valle del cauca, Caldas, Risaralda y el Quindío, frutas que son altamente apreciadas por el mercado internacional, siendo Estados Unidos uno de ellos y aprovechando que el consumo per cápita de frutas cítricas en este país ha ido en crecimiento en los últimos años.

Teniendo en cuenta y aprovechando el tratado de libre comercio con Estados Unidos, los logros económicos que se pueden dan y los planes de asistencia de formación e investigación dirigidos a la agricultura, acompañados del gobierno Colombiano, brinda un excelente escenario para evaluar la comercialización de un producto 100%, con alto valor agregado y diferenciación frente a la competencia.

## 2. Palabras Claves

Exportación, Toronja, Frutas, Mercado, Estrategias de segmentación, Acuerdos Comerciales entre Colombia y Estados Unidos, Mercado objetivo, Normatividad.

### 2.1.Keywords

Export, Grapefruit, Fruits, Market, Segmentation Strategies, Trade Agreements between Colombia and Estados Unidos, Target Market, Standards.

### 3. Abstract

The following degree work is oriented to investigate the opportunities that exist, in the current economic, political, social, environmental and cultural environment, to commercialize and export Colombian fruits, in this case, frozen grapefruit fruit pulp to reach the market of The United States with Florida as its initial State, through appropriate market segmentation strategies that allow it to successfully penetrate this country.

Colombia is a tropical country with a great variety of fruit planting, it has 95 different types, including citrus, with 80,000 hectares for this crop located in the regions of Antioquia, Valle del Cauca, Caldas, Risaralda and Quindío, fruits that are highly appreciated by the international market, the United States being one of them and taking advantage of the fact that the consumption of citrus fruits in this country has been growing in recent years.

Taking into account and taking advantage of the free trade agreement with the United States, the economic achievements that can be given and the training and research assistance plans aimed at agriculture, accompanied by the Colombian government, provides an excellent scenario to evaluate the commercialization of a 100% product, with high added value and differentiation from the competition.

#### 4. Introducción

Este proyecto de investigación nace de la formación adquirida como Mercadólogos Internacionales y en la investigación de posibilidades de exportar productos agrícolas con valor agregado a diferentes mercados donde Colombia tiene gran reconocimiento y renombre a nivel mundial.

Colombia actualmente goza de un proceso de internacionalización intensivo, en el cual se han dado firmas numerosas en tratados comerciales con diferentes países entre ellos Estados Unidos, Canadá, Suiza y la Unión Europea, logrando así posicionar gran variedad de productos tradicionales ya que cuentan con grandes excepciones arancelarias, ayudas comerciales y gubernamentales. Colombia a lo largo de los años se ha caracterizado por tener alto porcentaje de exportación de productos alimenticios sin procesar y un porcentaje de productos terminados que le han servido para ser reconocido internacionalmente. Con los tratados de libre comercio existentes actualmente, incentiva a toda la industria colombiana a mejorar su calidad en los productos, a mejorar su eficiencia y tecnología en miras de ingresar a nuevos mercados internacionales y aprovechar el crecimiento económico que esto le pueda generar al país.

Por lo tanto surge la idea de explorar el mercado de los Estados Unidos con un producto agrícola que cuenta con amplia zona de cultivo a nivel nacional, con grandes beneficios, que puede ser comercializado en un producto terminado como pulpa de fruta congelada de fácil

preparación, cuyo valor agregado brinda mejores oportunidades y rentabilidad, que permita competir en varios mercados, generando oportunidades de trabajo, amplia cadena productiva y ayudar al crecimiento económico del país.

Con este proyecto se busca investigar y estudiar la viabilidad de comercializar y exportar fruta de pulpa congelada de toronja hacia el mercado de Estados Unidos inicialmente en el Estado de la Florida a través del desarrollo de estrategias de segmentación de las cuales se tiene poco conocimiento y que ayuden a penetrar en este mercado.

## **5. Tema General**

Plan Exportador y de comercialización de Pulpa congelada.

### **5.1.Tema Específico:**

Comercialización y exportación de Pulpa congelada de Toronja, para el sector de alimentos, hacia Estados Unidos.

### **5.2.Definición del Problema:**

Poco conocimiento sobre estrategias de segmentación, que permitan el ingreso de pulpa congelada de toronja para los Estados Unidos.

## 6. Enunciado del Problema

“Nuevos productos agrícolas colombianos buscan espacio en los mercados internacionales como estados unidos, la importancia de lograr poner cítricos colombianos en este destino consiste en el tamaño de este mercado, al que se espera tener las primeras exportaciones en 2019” (Vega, 2018).

“Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), Colombia es el tercer país latinoamericano con mayor número de hectáreas cultivadas en frutales. Característica que nos define como una de las ‘despensas más grandes del mundo’. Oportunidad que los empresarios del sector hortifrutícola han venido aprovechando para dar a conocer el poder de las frutas exóticas en Europa y Estados Unidos. Según cálculos de ProColombia, las exportaciones de fruta fresca durante 2016, sumaron 115,6 millones de dólares. Un crecimiento de 43%, con respecto al 2015.

Por eso la estrategia, no solo de ProColombia y el ministerio de Comercio, sino de gremios como Asohfrucol ha sido impulsar especialmente la apertura de mercados para las frutas denominadas ‘exóticas’, que en su mayoría sobre se producen en el trópico.” (Heraldo, 2017).

Atendiendo a la problemática sobre las estrategias de segmentación para la comercialización y exportación de toronja y teniendo en cuenta el amplio sector que tiene Colombia para cultivar este tipo de frutas cítricas, es una buena opción aprovechar la vida útil del producto y sus características nutricionales, que a la vez generan oportunidades nuevas de mercado, y también lo importante que es Estados unidos ya que es uno de los países de mayores

preferencias arancelarias ofrecidas a los productos colombianos, gracias al tratado de libre comercio entre los dos países, lo cual facilitara aún más la exportaciones hacia ese mercado y dará mayor reconocimiento a los productos de Colombia, además es un país potencial del consumo de fruta fresca y de pulpa de fruta con un consumo alto por personas.

## **7. Pregunta General**

¿Cuáles son las estrategias de segmentación adecuadas, que permitan la exportación de pulpa congelada de Toronja a Estados Unidos?

### **7.1.Preguntas Específicas:**

¿Cuáles son los factores más importantes a tener en cuenta en el momento de desarrollar una estrategia de segmentación de mercado para exportar a otro país?

¿Cuáles son las diferentes estrategias de segmentación?

¿Cuál es la importancia y los beneficios de una estrategia de segmentación?

¿Cómo influye la elaboración de una buena estrategia para la comercialización y exportación de un producto?

## 8. Objetivo General

Investigar sobre las estrategias de segmentación que permitan el ingreso de la pulpa congelada de Toronja a los Estados Unidos.

### 8.1.Objetivos Específicos:

- Identificar los diferentes tipos de segmentación de mercado que permitan adaptar estrategias enfocadas en abrir nuevos mercados.
- Analizar cada uno de los factores que permitan desarrollar estrategias que ayuden a la comercialización y exportación de frutas cítricas a otros países.
- Interpretar el resultado de las estrategias planteadas según los segmentos de mercado, que sean viables para la comercialización y exportación de pulpa congelada de toronja a Estados Unidos.

## 9. Justificación

Este proyecto tiene como finalidad analizar factores que permitan desarrollar estrategias de mercadeo para la comercialización y exportación de pulpa de fruta congelada de Toronja a los Estados Unidos.

Esta idea surge de la importancia de lograr poner frutas cítricas colombianas en este destino por su gran tamaño en el mercado internacional, lo que generaría un gran impacto en la producción nacional y en el aumento de la economía del país.

La selección del producto es gracias a la variedad de frutas cítricas que ofrece Colombia, esta fruta al ser procesada en pulpa concentrada y congelada prolonga la vida útil de la fruta y se convierte en un alimento saludable y práctico para el consumidor ya que se evita que se tenga que pelar, cortar y limpiar.

En actualidad Colombia es uno de los países que tiene una posición privilegiada en la cadena productiva de frutas, ya que cuenta con las condiciones favorables que permite que el cultivo de una gran variedad de frutas al contar con extensiones de tierra aptas para la agricultura en los diferentes pisos térmicos. Adicional a esto, Colombia está ubicada estratégicamente en la geografía del continente americano, lo que le permite la exportación de productos por medio de puertos aéreos y puertos marítimos ubicados tanto en el océano atlántico como en el pacífico.

## 10. Marco Teórico

En este marco teórico se encontrara información necesaria, que servirá para analizar aquellos factores que permita desarrollar estrategias de comercialización y exportación de uno de los productos que cultiva y produce Colombia como lo es la fruta de toronja.

“la ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecen precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (...) una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto. A nivel general, podemos afirmar que la finalidad de cualquier estrategia de empresa es generar un valor adjunto para los compradores que sea más elevado del costo empleado para generar el producto. Por lo cual en lugar de los costos deberíamos utilizar el concepto de valor en el análisis de la posición competitiva”. (Riquelme, 2018)

Según lo anterior se refiere a aquel valor, cualidad, estrategia que se le da a una empresa, en este caso a un producto que lo haga diferenciar de otros, que tenga un valor especial con la finalidad de saber enfrentar a la competencia para hacerlo llegar al exterior.

Para la exportación de un producto y posicionarlo en otro país es necesario entender el mercado actual, cuáles son las influencias que mueven el mercado a nivel internacional, que

ayude a generar estrategias de comercialización y exportación para llegar a un nuevo consumidor, es muy importante saber a quién se le va exportar y los principales competidores.

Los países generan mayor riqueza cuando se especializan en producir aquello en lo que son más productivos y comercializan con ello. Incluso si un país es más productivo en todos sus productos que otro país, le interesaría producir siempre aquel en el que es más productivo comparativamente. (Bordera, 2012)

A un país le conviene especializarse en la producción de productos que tienen una ventaja comparativa, en este caso la Pulpa de fruta de Toronja, un producto que se cultiva en la región y del cual Colombia es uno de los grandes productores que en otros países, y que tiene la posibilidad de comercializarlos y exportarlos al exterior, aprovechando el libre comercio generando grandes ganancias para su desarrollo económico. Es más beneficioso dedicarse solamente a producir productos en los que son más eficientes y productivos.

Cada país se especializa en producir aquellas mercancías para las que tenga ventaja absoluta, medida ésta por el menor coste medio de la producción en términos de trabajo con respecto a los demás países. De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional. (Cruz, 2014)

Colombia es Uno de los principales cultivadores y productores de Fruta de Toronja, por lo que puede incurrir a un coste menor en su producción, debido a la ventaja que tiene por producir este producto; entre menos recursos se utilicen para llevar a cabo esta producción se tiene más ventaja absoluta, y así genera mayor eficiencia y desarrollo en estrategias de comercialización y de exportación a diferentes países que apetecen de estos productos y para abrir nuevos mercados.

La teoría clásica de la administración se distingue por el énfasis en la estructura y en las funciones que debe tener una organización para lograr la eficiencia. Según Fayol, la administración es un todo y un conjunto de procesos del cual la organización es una de las partes, la cual es estática y limitada, ya que se refiere a la estructura y la forma. (INDUSTRIAL, 2011)

Para que un negocio tenga éxito, en este caso para que un producto se pueda comercializar y exportar, se debe tener una buena estructura y plantear unas funciones que le den una organización al negocio para así lograr eficiencia en su producción, comercialización y exportación.

## 11. Metodología

Para hacer eficiente el proceso de investigación se debe de realizar un análisis detallado de los diferentes tipos de segmentos de mercado que permita desarrollar las estrategias adecuadas para la comercialización y exportación de pulpa congelada de toronja hacia estados unidos. A la hora de determinar cuáles son los factores a tener en cuenta para ingresar a un mercado de potencia mundial es importante conocer los rasgos característicos de la región, cultura, prácticas comerciales, costumbres, hábitos de consumo y ámbito socioeconómico ya que son claves a la hora de diseñar las estrategias para llegar este mercado.

Antes de salir al mercado exterior es necesario conocer en profundidad el mercado que se desea abordar, en este caso estados unidos y garantizar el éxito del producto en este país, se debe disponer de información precisa y actualizada de mercado y valorar la inversión dispuesta a realizar para obtener la información necesaria. Se utilizara fuentes que faciliten información adaptada a los objetivos que se trazan, utilizando elementos de investigación como:

- El entorno internacional: Variables económicas PIB, renta per capita, estadísticas de comercio exterior, datos demográficos, geográficos, infraestructura, riesgos y estabilidad política, idiomas, costumbres, aranceles, licencias de exportación, normas sanitarias, etc.
- Demanda: Análisis cuantitativo y cualitativo de las regiones, áreas geográficas, habitantes, tipología del comprador, motivaciones de compra, hábitos, precios, etc.

- Competencia: Ofertas de otras empresas del sector, estructura, situación de la industria local, segmentos del mercado, etc.
- Estructura del mercado: Precios de la competencia, costes de transportes, almacenamiento, canales de distribución, promoción y medios publicitarios.

Este proyecto se basa en un tipo de investigación exploratoria, a través de un método de investigación inductivo, utilizando información obtenida de fuentes secundarias como material escrito, internet, estadísticas disponibles y otros tipos de material tecnológico, a través de unos pasos que permitan alcanzar los objetivos trazados para el proyecto, los pasos son:

Paso 1: Recolección de información en las diferentes fuentes de investigación.

Paso 2: Organización de la información encontrada.

Paso 3: Análisis de la información y factores encontrados en la investigación.

Paso 4: Viabilidad y desarrollo de las estrategias según información recolectada.

## 12. Diagnóstico:

### 12.1. Descripción del producto

**Nombre del producto:** Pulpa de fruta congelada

**Composición:** Fruta

**Presentación:** Peso neto 300 y 500 gramos empacados en bolsa de polietileno calibre 2.

**Fruta:** Toronja

**Beneficios:** La toronja se compone exactamente de vitamina C, B2, B3, Potasio, Calcio, Hierro, Fósforo, Magnesio, Minerales, Betacarotenos, más del 90% de agua, es rica en fibra y bajo contenido en sodio.

- Debido a sus antioxidantes, ejerce una función preventiva en enfermedades cardiovasculares.
- Disminuye la presión arterial y puede ayudar a prevenir el cáncer de colon.
- Acelera la lipólisis gracias a su alto porcentaje de agua y fibra, proceso metabólico en donde las grasas del organismo son transformadas para cubrir necesidades energéticas. Por ello, se usa en programas de reducción de peso.
- Contribuye a una buena visión y fortalece el sistema inmunológico.
- Facilita el proceso de digestión por su aporte en ácido málico.
- Ayuda a retardar el envejecimiento prematuro al incrementar la producción de colágeno.
- Estimula el crecimiento del cabello y lo mantiene hidratado.

**Tipo de conservación:** Congelada

**Tratamiento del producto:** Recepción de la fruta, selección, lavado, desinfección, tratamiento de despulpe, empaque y rotulación, almacenamiento en congelación de producto terminado.



<b>Teronja</b>			
*Aporte por cada porción de 100 gramos			
Calorías	39 kcal.		
Grasas totales	-		
Colesterol	-		
Sodio	2 mg.		
Carbohidratos	9,8 g.		
Fibra	1,6 g.		
Azúcares	7,41 g.		
Proteínas	0,6 g.		
Vitamina A	80 µg.	Vitamina C	40 mg.
Vitamina B1	0,04 µg.	Calcio	17 mg.
Hierro	10 mg.	Vitamina B2	0,02 mg.

**Ilustración 1** Tabla Nutricional

**Vida útil:** Sin perder la cadena del frío se estima su vida útil de 5 meses.

Características del producto: Producto 100% natural y colombiano, de fácil manipulación y almacenamiento, por cada bolsa de 300 gramos se obtienen 6 vasos y el de 500 gramos hasta 10 vasos.

**Preparación:** Se prepara la mitad de una bolsa, se descongela, posteriormente se licua agregando agua o leche y azúcar al gusto. Esta pulpa de fruta puede ser empleada para la fabricación de jugos, cocteles, limonadas.



Ilustración 2 Pulpa Congelada de Toronja

### 12.2. A quien va dirigido:

El producto que se pretende exportar y comercializar en este caso la pulpa de fruta congelada de Toronja va dirigida a un tipo de consumidor, de buen gusto, altamente informado y conocedor de lo que le gusta, interesado en buenos precios, de grupos familiares pequeños, leales a los productos de preferencias y marcas que compran en todo tipo de producto. Con inclinaciones principales a un consumo de productos que ofrezcan salud y bienestar con sus

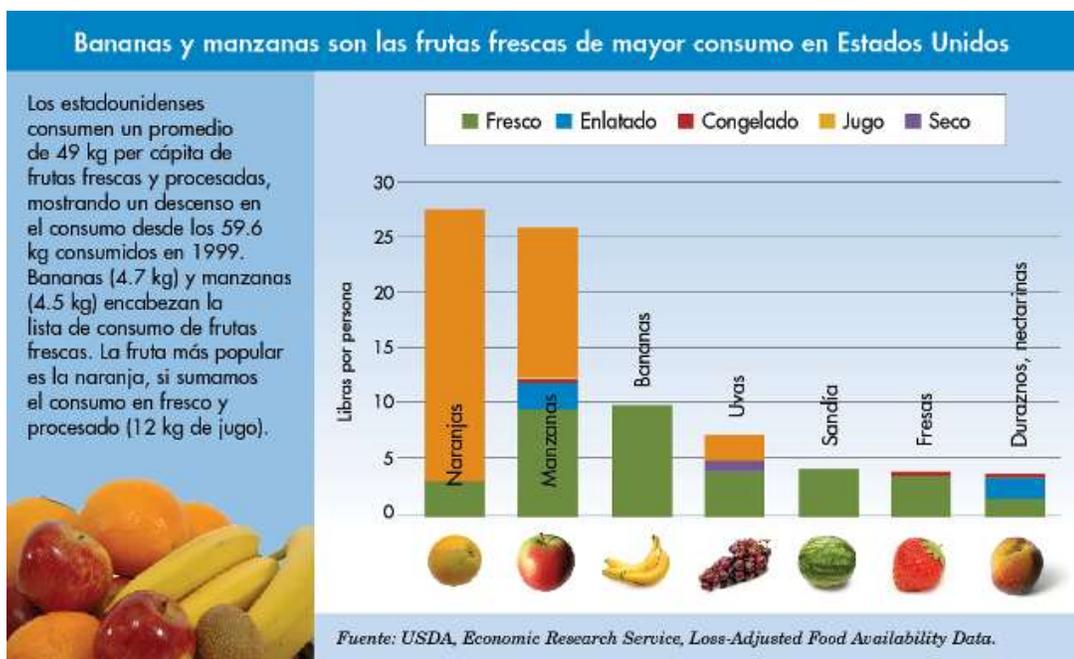
beneficios nutricionales, sin descuidar la calidad con el precio. El consumidor de Estados Unidos ha cambiado en cuanto a su percepción de compra. Hoy gasta su dinero con más cuidado y se preocupa más por el tipo de producto que está buscando. También se ha vuelto más consciente del medio ambiente al momento de tomar decisiones de compra. Se muestra abierto a adquirir productos extranjeros. Le gusta la variedad y es muy diverso en sus intereses y sus gustos. Actualmente entre los productos que son de mayor interés para los consumidores en Estados Unidos están: el Café, zumos y bebidas, alimentos de fácil preparación, alimentos congelados y frutas orgánicas.

**Tabla 1 Perfil del consumidor de Estados Unidos**

Cuadro Perfil del Consumidor en los Estados Unidos de America,			
Edad Promedio	%	Ocupacion	%
Mayores de 40	76	Ejecutivos y Profesionales	36
Menores de 40	24	Técnicos y administrativos	10
Tamaño del Hogar	%	Servicios	5
Mas de 3 miembros	79	Agricultores	1
Menos de 3 miembros	21	Artisanos	8
Etapas de la Vida	%	Mano de Obra no calificada	9
Solteros	28	Retirados, Estudiantes, Otros	32
Parejas	61	Ingreso Mensual (US\$)	%
Retirado	11	Menos de 15 mil	19
Estado Civil	%	16 a 29	20
Casados	57	30 a 49	21
Solteros	16	50 a 74	19
Otros	27	75 y mas	21
Nivel de Educacion	%	Fuente: The Hartman Group.	
Primaria	1		
Secundaria	29		
Universidad	71		

**Fuente:**

[http://www.fiagro.org/components/com\\_biblioteca/Archivos/Perfil%20del%20consumidor%20org%C3%A1nico%20y%20futuro%20del%20consumidor.pdf](http://www.fiagro.org/components/com_biblioteca/Archivos/Perfil%20del%20consumidor%20org%C3%A1nico%20y%20futuro%20del%20consumidor.pdf)



**Ilustración 3 Consumo promedio de frutas en Estados Unidos. Fuente:**  
<https://www.hortalizas.com/cultivos/oportunidades-de-exportacion-para-mexico/#Tinsel/54087/2>

### 12.3. Promesa para el cliente:

El producto es elaborado con fruta de alta calidad, que cumpla con un estándar que garantice un buen sabor, color, que sea 100% natural y consistencia sostenible entre los diferentes lotes de producción.

Los canales de venta deben de ser cómodos, deben de estar ubicados cerca y de fácil acceso para el consumidor, que sea de fácil identificación, que genere ahorro de tiempo en desplazamiento y en tiempo de espera en compra. También el producto debe de estar disponible en el mercado constantemente, el cual debe ser empacado y transportando a todo lo largo de la cadena logística, sin sufrir daños físicos a temperatura especificada para conservar su frescura.

#### **12.4. Requisitos para la exportación de cítricos:**

Para comercializar algún producto alimenticio a los Estados Unidos deben de cumplir con una serie de requisitos que deben de ser aprobados por el Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal, APHIS, de Los Estados Unidos. Los requisitos que establece el POT como condición para la importación de cítricos dulces procedente de Colombia a Los Estados Unidos, está basado en un enfoque de sistemas que incluye diferentes medidas para el manejo de las plagas cuarentenarias establecidas que van desde el monitoreo y manejo de las plagas en los sitios de producción, registro de fincas, reducción de plagas cuarentenarias, recolección, transporte, embalaje en plantas empacadoras, documentación, trazabilidad, cosecha, poscosecha, certificado fitosanitario, vigilancia y la inspección en puerto de entrada a los Estados Unidos la cual será realizada por el APHIS. De igual manera los cargamentos deben ser sometidos desde origen a un tratamiento cuarentenario en frío, para lo cual el Instituto cuenta con inspectores capacitados para la realización de esta actividad. También deberán además cumplir con la normatividad nacional resolución 448 de 2016 del ICA que establece los requisitos para registro de los predios de productos vegetales para exportación en fresco, el registro de los exportadores y registro de las plantas empacadoras de vegetales para la exportación en fresco. (ICA, 2018)

#### **12.5. Clasificación Arancelaria**

Para los fines de comercialización en el exterior, la posición arancelaria del producto sería: 20089990 pulpa de fruta congelada de toronja.

El término de comercio utilizado para la exportación es el FOB (libre a bordo) el cual se realizara desde Santa Marta, hacia el mercado de la florida.

Se incurrirá en los costos de embarco de la mercancía hasta el puerto de Santa Marta así como los gastos de exportación desde el puerto de Santa Marta hasta el puerto de Miami, por lo tanto el importador estará a cargo de los trámites de aduana e importación de la mercancía y de llevar el producto a la Florida.

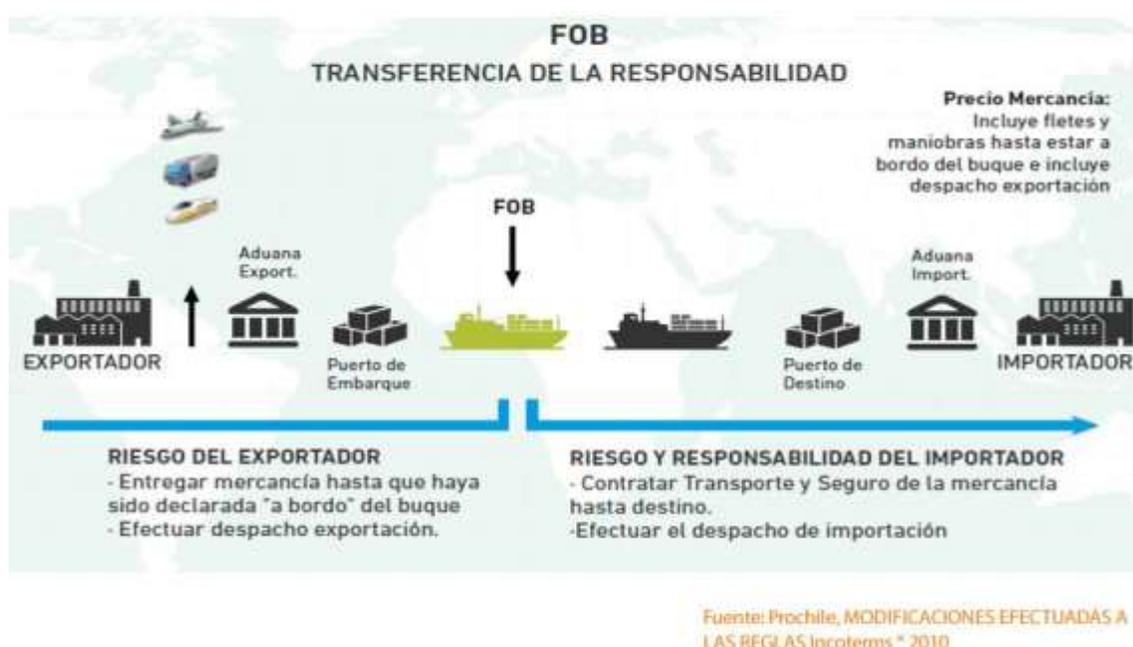


Ilustración 4 Incoterms FOB

**Estados Unidos:** La mayor parte del país está situado en el centro de América del Norte, con litorales sobre los océanos Pacífico y Atlántico y sobre el Golfo de México. Limita por tierra con México y Canadá. Tiene 9,83 millones de kilómetros cuadrados, 9,15 de ellos de tierra, distribuidos en 50 estados y el Distrito de Columbia. Es el tercer país más grande del mundo solo superado por Rusia y Canadá. Es el tercer país más poblado del mundo, en este caso por detrás

de China e India. Estados Unidos no tiene un idioma oficial, aunque el inglés es la lengua predominante. El hawaiano es oficial en Hawái. El 79,2 % de los estadounidenses hablan inglés en sus hogares, mientras que el 12,9 % habla español.

**Bandera:**



**Ilustración 5 Bandera**

La bandera de EE.UU. está compuesta por 13 franjas horizontales de colores intercalados de rojo y blanco con un cuadrado azul en la esquina izquierda que contiene 50 estrellas ordenadas en 9 filas de 6 y 5 estrellas intercaladas horizontalmente y 11 columnas de 5 y 4 estrellas intercaladas verticalmente.

El significado de los colores de la bandera de EE.UU. se atribuye al simbolismo de los colores usados en el "Gran sello" o Great Seal (creado antes y de mayor relevancia usado para la certificación de documentos):

Blanco: simboliza la pureza y la inocencia,

Rojo: simboliza la robustez y el valor,

Azul: es el color del mando.

### **Aspecto Cultural:**

La diversidad de culturas y grupos étnicos de los Estados Unidos ha ayudado a formar los valores de la población del país. Por supuesto que algunas personas y grupos tienen una serie de valores que ellos respetan, pero que son muy diferentes de los de la sociedad estadounidense y sus actitudes y comportamientos no sólo se basan en estos valores si no que tienden a reflejarlos. Sin embargo, al observar la sociedad americana en su conjunto es bastante fácil discernir los rasgos e instituciones que parecen tener más que ver con la forma en que los estadounidenses piensan y se comportan, como son el individualismo y el empleo.

### **Aspectos Religiosos:**

La religión juega un papel importante en las vidas de los estadounidenses y los Estados Unidos es el hogar de personas de todas las religiones y credos. Según los datos del censo, casi tres cuartas partes de la población estadounidense se auto-identifica como cristiana. Alrededor de la mitad de los que se identifican como cristianos practican una de las muchas confesiones protestantes, y más de una cuarta parte sigue los preceptos de la Iglesia Católica Romana. Además, un pequeño porcentaje de personas que pertenecen a la Iglesia de los Santos de los Últimos Días, más conocida como la Iglesia Mormona. Estas cifras, sin embargo, no reflejan con exactitud la participación religiosa en el país, que ha ido disminuyendo gradualmente cada año desde 1950.

Además del alto porcentaje de cristianos en los Estados Unidos, el país también acoge a un número de otras confesiones religiosas, como el judaísmo-la segunda afiliación religiosa, el

Islam, el budismo, el hinduismo y muchas otras religiones menos conocidas como las religiones de los nativos americanos. El sector de más rápido crecimiento en términos de creencias religiosas es el grupo que no tiene afiliación religiosa alguna, un grupo que incluye a los ciudadanos no participativos, no religiosos (agnóstico) y ateos, personas que no creen en un dios o poder supremo.

### **Aspectos Económicos:**

Estados Unidos es el tercer país más grande del mundo tanto en superficie total como en población. Además, cuenta con la economía nacional más grande del mundo, con un producto interior bruto (PIB) nominal estimado de 19,39 billones USD (2017), lo que representa aproximadamente el 25 por ciento del PIB nominal global. Su PIB nacional en paridad de poder adquisitivo es también el más grande del mundo, aproximadamente el 20 % del total mundial. Los Estados Unidos tienen una economía mixta y ha mantenido un ritmo estable de crecimiento global del PIB, una tasa de desempleo moderada, y altos niveles de investigación y de inversión de capital. Sus cinco socios comerciales más importantes son Canadá, China, México, Japón y Alemania.

Al ser la mayor economía global, muchas de las instituciones financieras y económicas principales del mundo se pueden encontrar en los Estados Unidos. El país cuenta con el mercado de valores más grande del mundo, el mayor depósito y reserva de oro mundial, y 139 de las 500 empresas más grandes del mundo, una cifra que casi duplica a la de cualquier otro país.

Estados Unidos ha tenido la mayor economía nacional del mundo, al menos desde la década de 1890. En la actualidad es el mayor fabricante del mundo, lo que representa casi el 20 por

ciento de la producción manufacturera global. El mercado de trabajo en los Estados Unidos siempre ha atraído, y continúa haciéndolo, a inmigrantes de todos los países y su tasa de inmigración neta está entre las más altas del mundo. Según algunos estudios, como el "Índice de facilidad para hacer negocios" y el "Índice de competitividad global", entre otros, la de Estados Unidos es una de las economías de mejor desempeño, y el país ocupa el primer lugar a nivel mundial en el sector de tecnología de la información según el "Índice de Competitividad de TI".

### **Aspectos sociales:**

La educación pública estadounidense es operada por los gobiernos estatales y locales, regulados por el Departamento de Educación de los Estados Unidos. Es obligatorio que los niños asistan a la escuela desde los seis o siete años (por lo general, al jardín de niños o al primer grado de educación primaria) hasta que cumplen los dieciocho años (generalmente hasta cursar el duodécimo grado, el final de la escuela secundaria); algunos estados permiten a los estudiantes abandonar la escuela a los dieciséis o diecisiete años. Aproximadamente 12% de los niños están inscritos en escuelas privadas, mientras que el 2% recibe educación en el hogar. Existen múltiples instituciones privadas y públicas de educación superior, así como de colegios comunitarios con las políticas de admisión abierta. De las personas mayores de veinticinco años, el 84,6% se graduó de la escuela secundaria, 52,6% asistió a algún colegio, 27,2% obtuvo una licenciatura y 9,6% obtuvo un título de posgrado. La tasa de alfabetización es de aproximadamente un 99%. La ONU le asigna al país un índice de educación de 0,97, el 12° más alto en el mundo.

Estados Unidos es líder en la investigación científica e innovación tecnológica desde el siglo XIX. En 1876, Alexander Graham Bell recibió la primera patente para un estadounidense por el teléfono. El laboratorio de Thomas Edison desarrolló el fonógrafo, la primera lámpara incandescente y el primer proyector de películas. Nikola Tesla fue pionero en experimentar con la corriente alterna, el motor de corriente alterna y la radio. En el siglo XX, las compañías de automóviles de Ransom Eli Olds y Henry Ford promovieron la producción en cadena. En 1903, los hermanos Wright realizaron el primer vuelo propulsado en su aeronave Wright Flyer.

El ascenso del nazismo en la década de 1930 llevó a muchos científicos europeos, incluyendo a Albert Einstein y Enrico Fermi, a emigrar al país. Durante la Segunda Guerra Mundial, el proyecto Manhattan ya había desarrollado las primeras armas nucleares, anunciando el inicio de la era nuclear. La carrera espacial también produjo avances rápidos en la construcción y desarrollo de cohetes, la ciencia de materiales y la computación. El país fue el responsable del desarrollo de la ARPANET y su sucesor, el Internet. Hoy en día, la mayor parte de los ingresos para la investigación y desarrollo, un 64%, provienen del sector privado. El país es líder mundial en publicaciones de investigación científica y en el factor de impacto. Los estadounidenses poseen bienes de consumo tecnológicamente avanzado y casi la mitad de los hogares tienen acceso a Internet de banda ancha.

### **Aspectos Políticos:**

Estados Unidos es la federación más antigua del mundo. Es una república constitucional, democrática y representativa, "en la que el mandato de la mayoría es regulado por los derechos de las minorías, protegidos por la ley." El gobierno está regulado por un sistema de controles y

equilibrios, definidos por la Constitución, que sirve como el documento legal supremo del país.<sup>49</sup> En el sistema federalista estadounidense, los ciudadanos están generalmente sujetos a tres niveles de gobierno: federal, estatal y local; los deberes del gobierno local comúnmente se dividen entre los gobiernos de los condados y municipios. En casi todos los casos, los funcionarios del poder ejecutivo y legislativo son elegidos por sufragio directo de los ciudadanos del distrito.

El gobierno federal se divide en tres ramas:

- Poder legislativo: El Congreso bicameral, compuesto por el Senado y la Cámara de Representantes. Su función es crear las leyes federales, hacer declaraciones de guerra, aprobar los tratados, administran los fondos públicos y tiene el poder del impeachment, por medio del cual pueden destituir a funcionarios del gobierno.
- Poder ejecutivo: El presidente es el comandante en jefe de las fuerzas armadas, puede vetar los proyectos de ley antes de que se conviertan en leyes oficiales y nombra a los miembros del gabinete (sujeto a la aprobación del Senado) y otros oficiales, que administran y hacer cumplir las leyes federales y políticas.
- Poder judicial: La Corte Suprema y los tribunales federales inferiores, cuyos jueces son nombrados por el presidente con la aprobación del Senado, interpretan las leyes y suprimen las que se consideren anticonstitucionales. (Chivis, 2010)

## 12.6. Descripción del Estado:

**Estado de Florida:** Actualmente el estado de Florida cuenta con una población de 19 317 568, de los cuales:

El 75 % son de rasgos blancos.

El 16 % son de rasgos africanos.

El 0,4 % son indígenas americanos o nativos de Alaska.

El 2,4 % son de rasgos asiáticos.

El resto lo conforman personas de otras razas.

Hispanos componen el 22,5% de la población.

La lengua oficial de Florida es el inglés. No obstante, sobre todo en el sur y debido al elevado número de hispanos, se habla mucho español. En mayo de 1993, el Consejo de Dade County (la región de Miami) incluso decidió autorizar el español como lengua oficial en la administración.

Más recientemente, la municipalidad de Doral, mediante resolución 13-048 de 18 de marzo de 2013, ha reconocido el español como «la segunda lengua oficial más usada y hablada en la ciudad.

La población de Florida es mayoritariamente protestante, sin embargo la denominación cristiana más grande es la católica, que ha crecido debido a la inmigración. También hay un

grupo apreciable de judíos, localizados principalmente en la ciudad de Miami y en Boca Ratón, en el Condado de Palm Beach.

En Florida se da una increíble fusión de culturas, y como es lógico, esto se refleja en la gastronomía.

Estando el Caribe al lado, es normal que uno de los sabores y aromas dominantes en la cocina de Florida sea el de la gastronomía caribeña. Y ahí es donde surge la llamada floribbean cuisine (traducido al español, “floribeña”).

Sabores de Haití, Bahamas, Jamaica, Trinidad-Tobago. Cada país tiene su cocina especial e inigualable, pero cierto es que comparten varios ingredientes característicos que la cocina de Florida adopta como un país caribeño más: especias como el curry o el cilantro, la carne del pollo, los excelentes mariscos de la zona, las sabrosas frutas tropicales y la verdura.

La variedad de frutas en la zona permite la creación de todo tipo de zumos y cócteles con o sin alcohol, que será lo primero que debería probar el amante de la gastronomía.

Golpeada por las enfermedades y rematada por los huracanes, la producción de cítricos en la Florida, primer productor de ese renglón en los Estados Unidos, es en la actualidad menos de un tercio de lo que fue hace una década.

Después de haber alcanzado un volumen superior a los 160 millones de cajas en el 2012, se pronostica que apenas pasará de los 50 millones en el presente año. En toneladas métricas, equivale a una caída de 12 millones a 3,6 millones entre el 2005 y el 2018, de acuerdo con las cifras más recientes del Departamento de Agricultura.

Las plantaciones de cítricos, fundamentalmente de naranjas, fueron progresivamente arruinadas por el feroz ataque de las plagas, en especial por una conocida como el ‘reverdecimiento’, o ‘dragón amarillo’, una bacteria transmitida por un insecto, nombrada técnicamente como HLB, que carcome los árboles de pies a cabeza.

Para completar, el huracán Irma, de finales del año pasado, hizo tambalear aún más la agonizante producción. La Secretaría de Agricultura del Estado estimó las pérdidas originadas por el fenómeno natural en US\$2.500 millones.

Crecen las importaciones Las importaciones de cítricos frescos saltaron de US\$862 millones a US\$1.079 millones en los últimos tres años.

Los limones marcaron la cifra de US\$490 millones el año pasado; las de las mandarinas y las clementinas tuvieron su debut con un monto de US\$235 millones y US\$142 millones, respectivamente, mientras que las compras de naranjas superaron los US\$162 millones.

De igual forma, subieron las importaciones de jugos de frutas. Las mismas se acercaron a los US\$2.000 millones en el 2017.

En lo que corresponde a compras de jugo de naranja, el monto ascendió a un total de US\$280 millones el año pasado, en tanto que las compras de jugo de limón ascendieron a US\$80 millones. Para el caso de los cítricos frescos, países como Chile, Perú, Marruecos, México y España han aprovechado la coyuntura del mercado y se han ubicado como los principales proveedores. Solamente Chile logró colocar más de US\$220 millones en mandarinas, clementinas y naranjas. (Portafolio, 2018)

### 13. Inteligencia de Mercados

Hoy en día el consumo de productos saludables va en aumentos, esto es gracias a la series de movimientos sociales y políticos que se han dado durante estos últimos años a nivel mundial, solo con el fin de disminuir las causales de obesidad y sobrepeso que son consideradas enfermedades no transmisibles. Según un artículo (*Liñan*) “La epidemia de obesidad en Estados Unidos continua empeorando, el último reporte muestra que el 40% de las mujeres son obesas y los adolescentes están también yendo hacia una creciente obesidad”

A partir de lo anterior se ha incrementado el comercio internacional de frutas y verduras, especialmente en los países desarrollados. Como se observa en la imagen Estados Unidos es uno de los principales destinos de exportación de frutas procesadas colombianas, en el 2018 la venta hacia este país facturo US\$ 52,14 millones. (Elejalde, 2019)

Tabla 2 Panorama



Teniendo en cuenta la imagen anterior se podría deducir que el mercado y el consumo en el país de Estados Unidos tienen una gran demanda para el tipo de producto que se pretende comercializar.



Ilustración 6 Inteligencia de Mercados

## 14. Plan exportador

Evaluar las oportunidades que tiene Colombia para exportar a los estados unidos, que permita identificar las variables que deben ser importantes tener en cuenta para fortalecer la exportación a este país.

Identificar las oportunidades en este mercado y fijar objetivos claros que ayuden a encontrar las estrategias adecuadas para la comercialización y exportación del producto.

Apostar a la alianzas aprovechando que Colombia en este aspecto tiene buena ventaja por ser parte de la alianza del pacifico que le abre las puertas para entrar a nuevos mercados.

Es importante hacer un estudio de mercado que permita conocer las diferentes variables como: ambiente económico, socio cultural, tecnológico, legal, precios de mercado, consumo interno, certificaciones requeridas, entre otros aspectos de acuerdo al sector. Además, hacer estudios internos que le permite a la compañía identificar qué tan competitiva puede llegar a ser con el producto al mercado objetivo.

Entender la necesidades del consumidor Factores como estimación de la demanda, hábitos de compra, canales de distribución preferidos, compradores, usuarios, influenciadores, demografía y psicografía de los usuarios, niveles de consumo y el proceso de compra son

determinantes para conocer las preferencias del mercado y llegar con precisión al consumidor final.

Para el posicionamiento de la marca se centra más en el futuro que en el presente trazándose una meta que se desee alcanzar, la publicidad es una pieza fundamental es la motivación de compra a corto plazo y se convierte en una de las estrategia fundamentales para la exportación del producto.

Por ultimo identificar la regulación aplicable al país donde se pretende exportar el producto, cumplir con los requisitos sanitarios para la admisibilidad de frutas cítricas en este caso de pulpa de fruta congelada de Toronja a los estados unidos

## 15. Análisis situacional

### 15.1. Análisis Macroeconómico Interno y externo

Factores Internos y Externos	Oportunidades	Debilidades
Político	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Cambio de Gobierno</li> <li>-Nuevas ayudas Empresariales</li> <li>-Política fiscal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Conflicto entre competidores</li> <li>-Cambios en tratados internacionales</li> </ul>
Económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ciclo Económico</li> <li>-Tipos de interés bajos</li> <li>-Acceso de financiación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Más competencia</li> <li>-Mayor inflación</li> </ul>
Sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tendencia de vida saludable</li> <li>-Mayor nivel Formativo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mayores controles de salud</li> <li>-Cambios rápidos en hábitos de consumo</li> </ul>
Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Innovación, producción y distribución.</li> <li>-Ahorro de mano de obra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Fuerte inversión tecnológica</li> </ul>
Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Leyes antimonopolio</li> <li>-Leyes sectores regulados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Leyes mediambientales</li> <li>-Leyes de salud y seguridad laboral</li> </ul>
Ecológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Incremento del consumo ecológico</li> <li>-Conciencia social ecológico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cambio Climático que afecte las cosechas</li> <li>-Escases de recursos</li> </ul>

### **a. Aspecto Político**

Colombia posee una democracia liberal, existe una vivencia de violencia extrema, hay una relación estrecha entre el poder económico y el poder político. Es una organización en forma de una república unitaria, descentralizada, autónoma en sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, su poder público está organizado en tres ramas la legislativa, la jurídica y la ejecutiva.

Por otra parte Estados Unidos tiene un sistema político que se constituye en una república federal constitucional, con un régimen presidencialista como forma de gobierno basado en la separación de poderes en tres ramas: ejecutivo, legislativo y judicial.

La relación política entre Colombia y Estados Unidos ha evolucionado a lo largo de los años, en una alianza que vincula a cada uno de los gobiernos alrededor de varios asuntos como la lucha contra el comunismo, las drogas y contra las amenazas de terrorismo. A través de un diseño y una implementación de políticas enfocadas en estos asuntos, se considera que la influencia de Estados Unidos ha catalizado los conflictos internos y de manera sustancial, ha expandido el alcance y la naturaleza de los abusos de los derechos humanos en Colombia. Estados Unidos ha promovido el respeto por los derechos humanos y el mandato de la ley en Colombia, además de la lucha contra las drogas y el terrorismo, llegando a considerarse que los países con las mejores relaciones han sido entre Colombia y estados Unidos.

## **b. Aspecto Económico**

A partir de cifras publicadas recientemente por el Banco de la República de Colombia, referentes al comportamiento económico hasta el primer trimestre de 2019, es posible advertir que de nuevo, la economía crece, pero con cifras menores a 3 por ciento. En efecto, los primeros tres meses de este año, el aumento del producto interno bruto (PIB) fue de 2,8 por ciento. Lejos del 4 o 5 por ciento que se estima debe aumentar anualmente este indicador a fin de que cedan los números de pobreza e indigencia en el país. Efectivamente, los sectores que más reportan aumentos de producción en términos anuales, hasta el primer trimestre de 2019, son: finanzas y banca, comunicaciones, minería y comercio. Aparece relativamente estancado, el crecimiento de la industria, y con evidencias de franca desmejora, la construcción y la agricultura. Además, de esto, se sabe que es el consumo privado (4,1% de crecimiento), el consumo público (2,6% de crecimiento) la inversión (2,8% de crecimiento), las exportaciones (3,6%) y el crecimiento de las importaciones (13,7%), son factores que también están detrás del comportamiento del PIB durante 2018 y el primer trimestre de 2019. (Reyes, 2019)

Estados Unidos es la primera economía del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2018 fue de 18.160.427 millones de euros, es el país más endeudado del mundo, con una deuda del 104,26% del PIB está entre los países con más deuda respecto al PIB del mundo. Su deuda per cápita es de 55.477€ euros por habitante, luego sus habitantes están entre los más endeudados del mundo.

La última tasa de variación anual del IPC publicada en Estados Unidos es de septiembre de 2019 y fue del 1,7%. Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones de México (80%) y Colombia (26%), lo que explica su mayor sensibilidad.

### **b. Aspecto Social**

Las condiciones de vida de la población están ligadas al desempeño de los diferentes sectores sociales. Por ejemplo, la educación y la salud fortalecen el capital humano necesario para la generación de ingresos, factor que a su vez determina el estado de pobreza en un hogar. La distribución del capital humano en la población determina la composición y salarios en el mercado laboral, lo cual determina en gran medida la distribución del ingreso. Dado que es a través del empleo, que las personas generan la mayoría de sus ingresos, la coyuntura laboral tiene repercusiones fundamentales sobre la pobreza, como también sobre la distribución del ingreso. El principal objetivo de la Política Social de Colombia es lograr que todos los colombianos tengan acceso a educación de calidad, a una seguridad social equitativa y solidaria, al mercado laboral -promoviendo la formalización o apoyando el emprendimiento- y a mecanismos de promoción social efectivos. (planeacion, 2019)

Estados Unidos obtiene muy buenos resultados en muchas medidas de bienestar general, en comparación con la mayoría de los demás países incluidos en el Índice para una Vida Mejor. Estados Unidos tiene el mejor desempeño en vivienda y se ubica por arriba del promedio en ingreso y patrimonio, estado de la salud, empleo y remuneración, educación y competencias, seguridad personal, satisfacción, calidad medioambiental, sentido de comunidad y compromiso cívico. En Estados Unidos, el ingreso familiar neto disponible ajustado promedio per cápita es de

45 284 USD al año. En términos de empleo, el 70% de las personas de 15 a 64 años de edad en Estados Unidos tienen un empleo remunerado. Tener un buen nivel educativo y de competencias es un requisito importante para encontrar empleo. En Estados Unidos, el 91% de los adultos de 25 a 64 años han terminado la educación media superior. En el campo de la salud, en Estados Unidos la esperanza de vida al nacer es de casi 79 años. (OCDE, 2015)

### **c. Aspecto Tecnológico**

La UIT resalta que en Colombia las TIC (tecnologías de la información y las comunicaciones) mueven más del 7 % del Producto Interno Bruto (PIB). Sin embargo, a causa de siete trimestres con crecimiento negativo, los privados han pedido al Gobierno revisar las cargas u obligaciones que las compañías del sector tienen con el Estado, para promover la inversión en infraestructura, un punto en el que el organismo internacional precisamente señala desafíos pendientes. Del informe de la UIT se puede concluir que, a nivel global, la internet de las cosas, el análisis de macrodatos y la inteligencia artificial (IA), entre otros, son una revolución que “se desarrollará en las próximas décadas y conllevará oportunidades, desafíos y repercusiones que aún no conocemos plenamente”. Para eso es necesario que los países formen en habilidades, desplieguen infraestructura TIC de alta capacidad y adecúen la política. (Medina, 2017)

Estados Unidos fue nombrado como el mercado más prometedor en innovaciones y avances tecnológicos con un impacto global, seguido por China, por segundo año consecutivo. Ambos son considerados las principales regiones de innovación e irrupción, de acuerdo con el más reciente estudio desarrollado por KPMG “2018 Global Technology Innovation Report”.

Estados Unidos se mantuvo en la cima, después de que más de un tercio (34%) de los encuestados lo nombraron como el mercado más prometedor para avances tecnológicos, frente al 26% en el informe del año pasado. China se mantuvo en segundo lugar con un 26%, e India ocupó el tercer lugar con un 13%, con el Reino Unido y Japón en cuarto lugar. El informe destaca hallazgos claves de la encuesta a casi 800 líderes de la industria de la tecnología a nivel mundial sobre innovación tecnológica, liderazgo y tendencias del mercado. (KPMG, 2018)

#### **d. Aspecto Legal**

Decreto 1555 del 22 de septiembre de 2017, sustituye el artículo 1.2.4.6.10 del Decreto Único Tributario -1625 de 2016, con el propósito de precisar el alcance del beneficio tributario contenido en el artículo 56 de ley 101 de 1993, el cual consiste en la exoneración de retención en la fuente a productos de origen agrícola, pecuario y/o pesquero que se transen a través de bolsas agropecuarias debidamente constituidas.

El derecho laboral colombiano es el conjunto de principios, acciones y normas que regulan directa e indirectamente las relaciones entre empleadores y trabajadores, y de estos con el Estado con el objeto de garantizar los derechos fundamentales de los trabajadores y la protección del trabajo. Todo lo anterior tiene el único fin de lograr la paz social, siendo esta la finalidad del Código Laboral Colombiano.

Algunos de los principales cambios de la reforma tributaria de Estados Unidos, que entrará en vigencia en 2018, son: la tasa corporativa queda en 21%; las compañías fiscalmente transparentes tendrán una deducción del 20% sobre ingresos que no son considerados compensación por la prestación de un servicio personal; el impuesto especial sobre utilidades

mantenidas en el exterior; el sistema de exención por participación sobre rentas mundiales; la eliminación de la sanción por no tener seguro médico; los impuestos estatales solo serán deducibles hasta 10 mil dólares y la tasa impositiva máxima para personas naturales será del 37%, entre otros.

La protección de los trabajadores es de competencia del gobierno federal y de los estados. El gobierno federal tiene jurisdicción para regular el comercio entre los estados, los cuales, a su vez, pueden establecer las condiciones aplicables al comercio dentro de sus propios territorios. Muchos estados han promulgado legislación sobre normas laborales.

#### **e. Aspecto Ecológico**

Según el Ministerio de Ambiente, hoy Colombia recicla el 8,6 por ciento de los residuos que produce, un porcentaje similar al de países como Brasil y Argentina. De acuerdo con el Sistema Único de Información de la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, en el 2018 el país aprovechó 690.000 toneladas de residuos de manera efectiva, como parte de un tipo de reciclaje orientado a reincorporar los materiales al ciclo productivo.

Estados Unidos El país más consumista del mundo genera 262 millones de toneladas de basura al año, un 4,5% más que en 2010 y un 60% más que en 1985. Pero, aunque sea a paso de lombriz, la industria del reciclaje se ha encargado de contener una parte de esta avalancha. En torno al 25% de la basura estadounidense acaba siendo reciclada, y un 12% se quema para generar electricidad. Los vertederos, por tanto, han estado creciendo a un ritmo algo más moderado que en décadas anteriores.

Como Estados Unidos es uno de los países más importantes en el esfuerzo de contribuir al cambio climático, y Obama había asumido un liderazgo esperanzador en el tema, la llegada de Trump ha generado precauciones. Centenares de los científicos más respetados del mundo enviaron una carta alertando sobre los efectos que podría tener el hecho de que la primera potencia del mundo desatienda esos compromisos. Colombia no se queda atrás. A pesar de no ser uno de los países que más contribuyen al cambio climático tiene su cuota de responsabilidad puesto que, aunque no emite grandes cantidades de gases de efecto invernadero, sí ha dejado perder miles de hectáreas de bosque que produce el oxígeno del planeta. Por otro lado, el país es uno de los más vulnerables del mundo a los efectos de este fenómeno, una situación que se ha visto en el impacto cada vez mayor de las inundaciones y las sequías.

## 16. Matriz DOFA

### 16.1. Factores Internos

#### Fortalezas:

- Es un producto con un precio acorde a los productos de la competencia en el mercado de destino.
- Su composición es 100% natural.
- El producto está dirigido para que lo consuma todo tipo de persona y edades por sus amplios beneficios.
- Variedad de sabor de fruta, disponible en Colombia que no toda la competencia maneja.
- Mejor ubicación Geográfica con respecto a los competidores y el mercado de destino.
- Preferencias arancelarias con respecto a los competidores por los tratados de libre comercio.
- Balanza comercial con los Estados Unidos, favorable en los rubros de frutas y sub productos.
- Colombia está dentro de los principales países de América Latina que ofertan productos orgánicos.

**Debilidades:**

- Falta de desarrollo de la marca.
- Al ser un producto nuevo, carece de posicionamiento en el mercado.
- Aun no es un producto recomendado.
- Altos tiempo de espera por la poca conectividad entre entes privados y de gobierno.
- Altos costos de penetración en el mercado extranjero (posicionamiento de marca, merchandising, publicidad en otros).
- Exigencias fitosanitarias (ICA, Custom, FDA, ente certificador de producto orgánico) de calidad y costos de transformación para este tipo de productos.

**16.2. Factores Externos****Oportunidades:**

- El consumidor opta hoy en día por productos naturales y no artificiales.
- Sustituir a otros productos por sus beneficios.
- Posibilidades de alianzas con otras empresas para llegar a los mercados internacionales.
- La creciente demanda y consumo de pulpa de pulpa procesada, sin aditivos y 100 % naturales
- No existen competidores directos en la zona directa a exportar que produzcan pulpa de fruta natural y sin aditivos.
- Entrada en vigencia de tratados de libre comercio.

- Aumento de la frecuencias de viajes en la ruta comercial dado los tratados de TLC.
- Preferencias proteccionistas que tiene el gobierno para las industrias del agro y afines.

#### **Amenazas:**

- La competencia en su totalidad.
- La variación de las regulaciones fitosanitarias y normativa de comercio internacional.
- La variación de la tasa de cambio.
- Crisis financiera internacional.
- Variedad de tipo de producto, debido a su amplia familia orgánica.

#### **16.3. Ventajas comparativas**

- Se trata de un producto 100% natural.
- Precio muy competitivos con respecto a sus productos sustitutos.
- Gran cantidad de beneficios de salud.
- Es un producto que sirve de acompañante con otros productos.

#### **16.4. Ventajas competitivas**

- Tratados de libre comercio, lo que permite tener preferencias arancelarias.
- Aumento de rutas comerciales dado los tratados de TLC.
- Preferencias proteccionistas que tiene el gobierno para las industrias del agro y afines.
- Colombia está entre los principales productores del mundo y tiene un tratado de libre comercio con EEUU.

## 17. Micro Entorno 5 Fuerzas de Porter

Con la finalidad de realizar el análisis micro de la organización se tomaron como referencia las cinco fuerzas de Porter, por tanto para cada descripción se detallaron en primera instancia, los actores que participan en el entorno micro, siendo éstos los clientes, proveedores, competidores potenciales, competidores actuales y los productos sustitutos

1. **Amenaza De Nuevos Competidores:** La gran demanda de productos naturales y frescos ha incrementado en la actualidad, donde los consumidores buscan productos con una excelente presentación, prácticos de usar. Se está apostando a la valoración de productos completamente naturales. El cliente potencial del exterior está abriendo el consumismo a nuevos sabores exóticos. Es por eso que el mercado de nuestro producto cuenta con competidores de las regiones tropicales con alto potencial de ventas, por lo cual nuestro enfoque será en vender con un valor agregado yendo un poco más al de los competidores.
2. **Rivalidad Y Competencia Del Mercado:** Colombia está entre los principales productores del mundo y tiene un tratado de libre comercio con EEUU. Los Precios son competitivos frente al mercado y sector actual de la fruta. La rivalidad entre los competidores existentes es alta en el mercado en que la participa nuestro producto la pulpa de fruta congela toronja ya que en la actualidad existen otras marcas reconocidas como lo es: CANOA, FRUTISIMA y NATURAL FOODS que en la actualidad ha logrado

posicionar todo su portafolio en los Estados Unidos las cuales tienen una mayor trayectoria en este tipo de congelados de frutas naturales. Si en el mercado, segmentos, se encuentra gran número de competidores muy posicionados y con un productos líder por línea, con un costo muy elevado, esto hará muy difícil es surgimiento de una nueva marco o producto el cual tendrá que incurrir en gastos de publicidad, promociones y precio

3. **Poder De Negociación Con Proveedores:** Para el tipo de producto pulpa congelada de toronja que suministraremos al estado de Florida existen múltiples proveedores por lo que la fuerza no es de alto impacto, contamos con un alto poder de negociación de nuestro producto debido a que la demanda de jugos exóticos naturales es alta a nivel mundial.
4. **Poder De Negociación De Los Clientes:** Los clientes de nuestro producto son consumidores que prefieren y valoran los productos naturales, ya que este contiene una diversidad de beneficios como vitaminas y propiedades antioxidantes. La pulpa congelada de toronja está directamente enfocada al bienestar de los clientes de todas las edades desde niños a adultos. Adicional es un producto innovador ya que se pretende estar a la vanguardia.  
  
El producto esta adecuado para ser práctico y fácil de adquirir desde una venta directa o en almacenes de cadena en la Florida.
5. **Amenaza De Nuevos Productos:** Un producto sustituto tiende a tener un precio más bajo y una calidad regular: Jugos artificiales o productos que se les adiciona mucha azúcar para mejorar el sabor.

Los aditivos en polvo como el TANG, KOOL-AID. Entre otros sustitutos podemos encontrar las bebidas frías diferentes a las de la fruta como gaseosas, Té, aguas saborizadas.

## 18. Mezcla de Mercados

La demanda actual del consumo de pulpa de fruta para exportación de Colombia ha mostrado un aumento significativo durante los últimos años, debido a los nuevos mercados que se abren en el sector. Ya que el producto es 100% natural, de buena calidad y de precio competitivo respecto a otras marcas que distribuyen pulpas de frutas congeladas, se estima que una demanda de consumo semanal sea de 276 kilogramos, llegando a los mercados objetivos como restaurantes, supermercados, hoteles y hogares de las familias Norte americanas.

Tabla 3 Mercado actual

<b>ESTIMACION DEL MERCADO ACTUAL PULPA DE FRUTA CONGELADA TORONJA ( Semanal)</b>			
<b>OBJETIVO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PRESENTACION</b>	
		<b>300 gr</b>	<b>500 gr</b>
Supermercados	81	40	41
Hogares	75	39	36
Restaurantes	57	22	35
Hoteles	47	27	20
Otros	16	12	4
<b>TOTAL</b>	<b>276</b>	<b>140</b>	<b>136</b>

### **18.1. Mercado potencial**

Para el caso en el estudio del mercado potencial lo representan los principales Supermercados, Hogares, restaurantes y hoteles que en la actualidad consumen fruta todo esto gracias al comportamiento Hispano que se encuentra en Estados Unidos que constituyen un elemento esencial para diseñar ofertas de los productos Colombianos, la información y análisis de este mercado lleva a crear estrategias de penetración que contribuyen a un crecimiento económico mutuo.

En los últimos años los hispanos han surgido con una gran fuerza socioeconómica y cultural, según la oficina de Censo de los Estados Unidos; la población supera los 35 millones habitantes, dado a que representan casi el 12.5% del total de la población de Estados Unidos, tienen un poder de compra estimado en USD 500 millones anuales, esto según cálculos realizados por la oficina de censos. (CENSUS, 2019)

### **18.2. Decisiones estratégicas**

Lo que se busca es posicionar un producto de agradable sabor en el grupo de las frutas tropicales, dirigido al segmento de estadounidense en atención al requerimiento de una alimentación saludable. Por esto se toma como referencia la tabla nutricional del producto y la cantidad recomendada de consumo por día. Es así que el objetivo marketing son todos estos potenciales clientes del estado de Florida ya que por su clima semi-tropical, su accesibilidad de puertos de embarque podría tener un mayor consumo del producto.

Tabla 4 Tabla Nutricional.

[http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/CongresoInternacionalCitricola/Comportamiento\\_Mercado\\_Nacional\\_Internacional\\_c%C3%ADtricos\\_frescos.pdf](http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/CongresoInternacionalCitricola/Comportamiento_Mercado_Nacional_Internacional_c%C3%ADtricos_frescos.pdf)

## Productos cítricos en fresco permitidos en los Estados Unidos

PRODUCTO	Parte Permitida	Puertos de Ingreso	Tratamiento de Ingreso
<b>Toronja</b> <i>Citrus paradisi</i>	Fruta	Todos	Tratamiento de frío T 107-a-1
<b>Limón</b> <i>Citrus limon</i>	Fruta	Todos	No
<b>Lima ácida</b> <i>Citrus aurantiifolia</i>	Fruta	Todos	No
<b>Naranja dulce</b> <i>Citrus sinensis</i>	Fruta	Todos	Tratamiento de frío T 107-a-1
<b>Mandarina</b> <i>Citrus reticulata</i>	Fruta	Todos	Tratamiento de frío T 107-a-1

### Tratamiento T 101-a -1

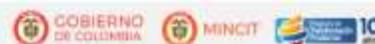
Apple, Apricot<sup>TT</sup>, Blueberry, Cherry, Grape, Grapefruit, Kiwi, Mandarin, Nectarine, Orange, Peach, Pear, Plum, Pomegranate, Quince, Sweet Orange, Tangelo, Tangerine (includes Clementine)

Pest: *Ceratitis capitata* (Mediterranean fruit fly) and species of *Anastrepha* (other than *Anastrepha ludens*)

Treatment: T107-a-1 Cold treatment

Temperature	Exposure Period
34 °F (1.11 °C) or below	16 days
35 °F (1.67 °C) or below	17 days

Fuente FAVIR, 2018



### 18.3. Estrategia de diferenciación

La pulpa de fruta congelada en este caso la Toronja genera un valor diferenciador mediante los servicios que ofrece desde el momento inicial de su proceso, empezando por su cultivación en zonas altamente calificadas, su excelente proceso de producción, con altos estándares de calidad sin perder las características nutritivas de la fruta, una de las mayores ventajas competitivas, y también está diseñada para una mejor conservación, duración y de fácil preparación, para un grupo objetivo amplio sin restricción, debido a que es un producto 100% natural con grandes beneficios para la salud.

Tabla 5 Valor Nutricional

<https://www.lavanguardia.com/comer/frutas/20181001/452056700115/toronja-propiedades-beneficios-valor-nutricional.html>

<b>Valor nutricional</b>	
Calorías	26 kcal
Carbohidratos	5,4 gr
Fibra	1,3 gr
Grasas	0 mg
Vitamina C	37 mg
Potasio	141 mg

#### **18.4. Estrategia de Concentración**

El producto se centrara inicialmente solo en penetrar al mercado del estado de la florida, hasta que esta esté asentada en el mercado, se dirigirá únicamente a un consumidor que busca llevar una alimentación sana, que le de muchos beneficios a su salud y con un precio accesible, así se tendrá un mayor control en la distribución del producto hasta llegar a posicionarse en el mercado y poder incurrir en otros mercados ya teniendo una buena aceptación por los consumidores.

#### **18.5. Estrategia de Producto**

Se destaca que un % del mercado objetivo prefieren que los productos se vendan en presentación de 300 gr. Pulpa de fruta de congelada de Toronja actualmente maneja empaques de 300 y 500 gramos, es de fácil conservación y de fácil preparación. Se persigue una política de consumo saludable de un producto 100% natural de beneficio para el metabolismo del ser humano.

## 18.6. Estrategia de Plaza o Distribución

Las estrategias de distribución o de canales se orientaran a lograr que el producto se entregue de forma constante y periódicamente en el mercado objetivo, en la logística de pedidos, de la venta, despachos y tiempos de entrega. Para la exportación de la pulpa de fruta congelada, se establecerá un costo diferenciador para cada proceso logístico. Existiendo varios mecanismos para la distribución del producto hacia el mercado Norteamericano.

**Agentes de ventas:** Básicamente consiste en contratar un operador que represente como exportadores, a cambio de una comisión.

**Distribuidor:** Una figura que compre el producto y pueda revenderlos bajo un término de exclusividad.

**Asociación:** Consiste en hacer parte de una asociación de empresas enfocadas en la exportación, con el fin de comercializar los productos que permita incurrir en costo menores por el volumen que se comercialice.

**Venta directa:** Es posible realizar ventas directas a los compradores, estableciendo una propia sucursal o por contrato directo con supermercados de gran superficie que nos permita la expansión de la pulpa de fruta congela en Estado Unidos.

Teniendo en cuenta todo lo anterior si se exportara se utilizaría un Distribuidor porque es más accesible a Estados Unidos y porque de alguna manera genera menos costo para la exportación.

### **18.7. Estrategia Promoción**

Se pretende diseñar estas estrategias de promoción con el fin de brindar una experiencia y reconocimiento del producto en los establecimientos donde se ofrecerá. Las estrategias de promoción que se tienen estimadas para entrar al mercado de estados Unidos:

- Generar campañas aleatorias de descuentos a los establecimientos donde se realicen las negociaciones de ventas.
- Realizar campañas en los establecimientos, para dar a conocer el producto.
- Por la compra de cada pulpa de fruta congela, el 15% descuento en la segunda unidad.
- Dependiendo de las unidades de compra otorgaremos un producto gratis.

### **18.8. Estrategia de Publicidad**

Hacer usos de las plataformas digitales (inglés- español) persuadiendo y captando a los consumidores de que se ofrece un producto Natural, saludable y con beneficios para todas las edades con un sabor único y exclusivo solo pensado en cada uno de los consumidores finales.

- Pautas publicitarias que se encontrarán en redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram con el fin de introducirse en el mercado.
- Crear alianzas con los grandes supermercados que permitan realizar degustaciones y eventos que permitan al consumidor final conocer el producto, como: Aldi, Walmart Supercenter, Seabra Foods, Publix Super Markets, etc.

- Diseñar Material promocional (POP) de la marca PURA-FRUTA, dirigida a los dueños de los establecimientos. Con el fin de brindar un recordación de marca.

### **18.9. Estrategia de Precio**

Para la estrategia de precio se tendrá en cuenta la posible variación mínima el cual se establecerá dependiendo de las alzas y bajas del producto, la tasa de cambio y de las empresas competidoras.

Como táctica de precio se planteara descuentos y bonificaciones por volumen de compra y por fidelización del cliente.

Inicialmente para la fijación del precio se indaga con la competencia en el mercado y la mayoría de sus precios son tomados de lo explicado anteriormente y la mano de obra que tiene un costo de 750 a 850 pesos y el producto terminado vale 1.100 sin IVA, ni impuestos.

Los precios especiales solo serán aplicados a clientes con manejo especial que presenten un consumo mensual de 300 gr X 100 unidades y 500 gr X 50 unidades se otorgara el 10% aplicado al pedido que realicen. Se consideran clientes especiales a los Supermercados, Restaurantes ya que para estos se estima una compra con mayor volumen.

- Concepto para motivar la venta: Estratégicamente se va a dirigir al consumidor final y consistirá en obsequiar un producto adicional por la compra de tres unidades de cualquier gr.

## 19. Matriz de Competidores

Tabla 6 Competencia

	<b>Pulpa congelada de toronja</b>	<b>Competidor 1 FRUIT JUICE</b>	<b>Competidor 2 CANOA</b>	<b>Competidor 3 SAS</b>
<b>Geografía</b>	Medellín-Colombia	Medellín-Colombia	Medellín-Colombia	Bogotá-Colombia
<b>Oferta de Producto</b>	Pulpa de fruta congelada de Toronja	Jugos, Zumos, Pulpas, Trozos de fruta y Liofilizados.	Pulpas, Fruta congelada, Papas	Pulpa de fruta congelada
<b>Presentaciones</b>	300 gr / 500 gr	100 gr hasta 200 kl (caneca)	90 gr hasta Garrafa 64 oz	230 gr / 1.000 gr / 100 gr / Garrafa 2 kilos
<b>Precio</b>	COP \$4.950 / COP \$15.850	COP \$4.950 / COP \$987.460	COP \$4.090 / COP \$24.800	COP \$5.990 / COP \$25.990

## 20. Matriz BCG

Teniendo en cuenta que en el desarrollo de la matriz BCG, la pulpa de fruta congelada de Toronja se encuentra ubicada en el cuadrante de interrogación, el objetivo de esta estrategia es incrementar el mercado de esta unidad estratégica de negocio, aun teniendo que hacer una gran inversión. Esta estructura es efectiva para los productos que se encuentran dentro de este cuadrante cuya participación debe crecer para así mantenerse en el mercado.

Bajo estos criterios la pulpa de fruta congelada de toronja se ubica en el cuadrante de interrogante, dado a que es un producto nuevo, las expectativas que se tienen es que el producto tendrá una baja participación de mercado en la fase de introducción, pero a su vez el mercado puede ser de alto crecimiento y acogida por el consumidor a través de una gran inversión puede llegar a convertirse en un producto estrella.

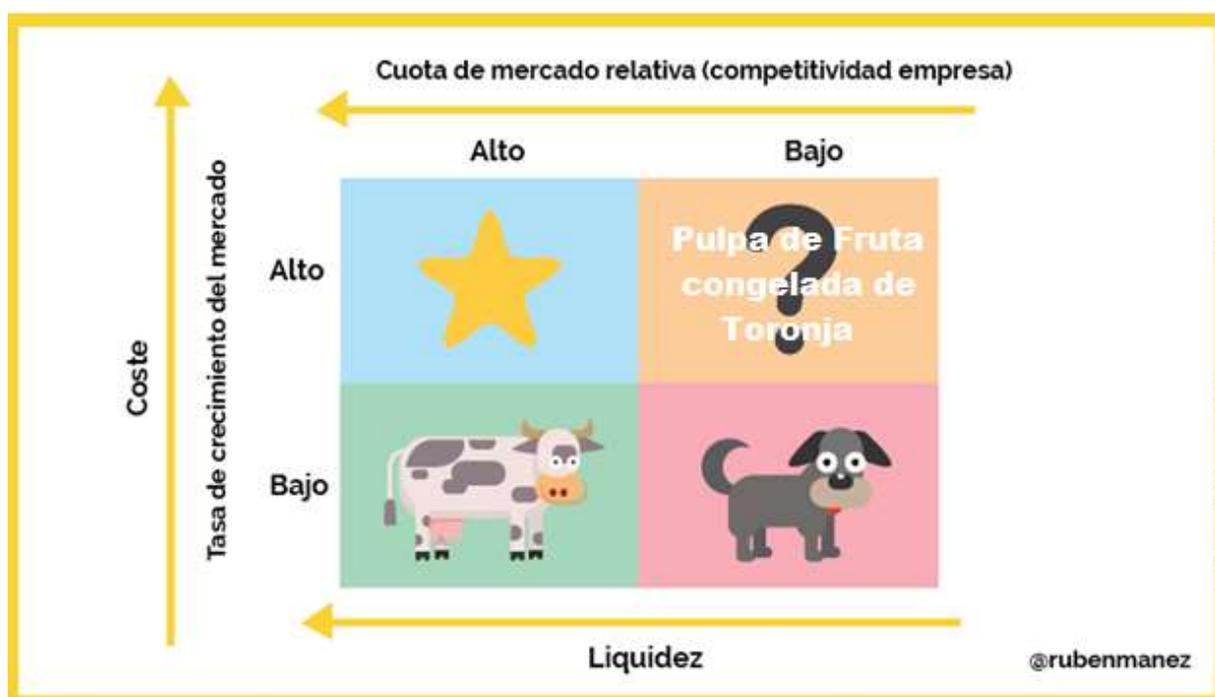


Ilustración 7 Matriz BCG

El cuadrante de interrogante se asocia con la introducción, en el ciclo de vida del producto. En esta fase del lanzamiento de la fruta de pulpa congelada de Toronja en el mercado las venta pueden llegar a ser muy bajas, por lo que el beneficio obtenido probablemente puede ser negativo, debido a que la inversión que se requiere realizar para el desarrollo e introducción de este nuevo producto es muy alto.

## 21. Cronograma de actividades

Tabla 7 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	AGOSTO			SEPTIEMBRE			OCTUBRE			NOVIEMBRE		
Recopilación de información para la propuesta de investigación												
construcción del planteamiento del problema, objetivos, preguntas y justificación												
Construcción del marco teórico y diseño de la metodología de investigación.												
Recolección de datos y diagnóstico sobre el producto y país a exportar												
Analisis situacional y aplicación de matrices												
Mezcla de mercadeo y diseño de estretegias												
Conclusiones y recomendaciones												
Sustentacion del proyecto												

## 22. Recursos

### 22.1. Recursos Humanos:

Se tiene como un estimado de presupuesto a partir del plan de recurso Humanos, no se contemplara una gran inversión inicial para este plan, para el año 2019 se proyecta un gasto por USD 61,284 y para los siguientes años este incremento dependerá solo del incremento del personal debido a los mayores volúmenes de venta, no se contempla el incremento de sueldos en los próximos cinco años que se tiene como alcance.

Tabla 8 Presupuesto

Presupuesto de Recursos Humanos	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Gastos</b>	61,284	60,957	81,387	93,848	93,348
<b>Inversiones</b>	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	61,284	60,957	81,387	93,848	93,348

### 22.2. Recursos Financiero:

Para conocer la viabilidad y rentabilidad de esta investigación se lleva a cabo la evaluación económica y financiera realizando el cálculo de los costos de producción anual donde se consideró la materia prima, la maquinaria y mano de obra que tiene relación directa en el proceso de embalaje para la pulpa de fruta congelada, los costos son referencia a una producción

estimada de 18000 libras de pulpa anual. Al ser un producto con planes de abrir mercado en Estados Unidos se requiere tener un capital o inversión lo suficiente establecida ya que de no obtener resultados a corto plazo no se vea afectado el flujo de caja.

### **22.3. Recursos Tecnológicos:**

Pese a los desarrollos tecnológicos que actualmente ofrecen el sector o el mercado para este tipo de producto, no se cuenta con los recursos y esto genera una limitación de alto impacto para disponer de las herramientas o tecnología de punta, Es necesario describir que esta es una de las áreas más importantes de producción.

Es así, como en el aspecto tecnológico pueda presentar una amenaza, puesto que en la actualidad este tipo de equipos se renueva constantemente y se debe estar a la vanguardia con el fin de cumplir lo estimado.

### 23. Recomendación

Para logra el éxito en la exportación y comercialización de la pulpa de fruta congelada de Toronja, es importante conocer a fondo y detalladamente las normativas fitosanitarias, arancelarias, del producto, con el fin de cumplirlas a cabalidad y sacar provecho de las ventajas competitivas que se tiene con el tratado de libre comercio con Estados Unidos y que le ofrece al exportador Colombiano.

Se debe de contar con una cadena de logística y de producción apropiada, que sea ajustable a una operación de comercio internacional constante, Contando con proveedores de confianza, un control del producto, de transporte y distribución, ya que la finalidad es tener un producto disponible para el consumidor final en las mejores condiciones.

El producto debe ser permanentemente promocionado y supervisado, por medio de un buen servicio, para entender las demandas que requiera el mercado grande y dinámico como el de estados unidos, posicionando la marca por medio del desarrollo de estrategias de segmentación de mercado bien elaboradas, que permitan penetrar en este mercado haciéndole frente a los competidores con un producto de alta calidad, de buena presentación y a buen precio.

## 24. Conclusiones

- A través del plan de exportación de la pulpa de congelada se pudo deducir que el producto es competitivo por la gran tendencia de consumo, la capacidad adquisitiva del país para este tipo de fruta en un país tan desarrollado como lo es Estados Unidos.
- Con el fin de establecer a Estados Unidos como el mercado destino para la exportación del producto pulpa de fruta congela de toronja, se consideran variables como socioeconómicas, geográfico y políticas, lo cual muestra la capacidad de mercado que se podría obtener.
- Las estrategias diseñadas podrían ser viables comercialmente ya que con la diferenciación del producto, como el plan de marketing en donde se evaluó el producto, la distribución, plaza se podría dar a conocer fácilmente.
- Este plan de exportación como un proyecto aplicativo en el momento no sería factible o viable ya que no se cuenta con los recursos financieros y tecnológicos para llevar a cabo la exportación del producto de fruta congelada de toronja.

## Referencias

*Banco Mundial*. (10 de Octubre de 2019). Obtenido de

<https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview>

Bankinter, D. d. (08 de Octubre de 2019). *Bankinter*. Obtenido de

<https://blog.bankinter.com/economia/-/noticia/2016/8/31/prevision-pib-estados-unidos>

Bordera, M. (2 de Agosto de 2012). *El Blog de Manur Bordera*. Obtenido de

<http://www.manubordera.com/david-ricardo-y-la-ventaja-comparativa/>

CENSUS. (2019). Obtenido de <https://www.census.gov/>

Chivis. (13 de Septiembre de 2010). Obtenido de

<http:// analisiscomparativosudgv.blogspot.com/2010/09/estados-unidos-aspectos-politicos.html>

Cruz, C. (23 de Septiembre de 2014). *Aduana en Mexico y el Mundo*. Obtenido de

<https://aduanaenmexico.wordpress.com/2014/09/23/economia-ventaja-comparativa-competitiva-y-absoluta/>

Elejalde, L. L. (22 de Febrero de 2019). *Agronegocios*. Obtenido de

<https://www.agronegocios.co/agricultura/fruta-procesada-colombiana-llega-a-estados-unidos-y-a-paises-de-europa-y-asia-2830888>

Heraldo, E. (05 de Octubre de 2017). *El Herald*. Obtenido de

<https://www.elheraldo.co/economia/colombia-el-tercer-pais-latinoamericano-con-mayores-hectareas-cultivadas-de-fruta-409223>

ICA. (08 de Febrero de 2018). *Instituto Colombiano agropecuario*. Obtenido de

<https://www.ica.gov.co/noticias/productores-citricos-dulces-exportacion-eeuu-ica.aspx>

INDUSTRIAL, P. (11 de Abril de 2011). *El Psicoasesor*. Obtenido de

<http://elpsicoasesor.com/teoria-clasica-de-la-administracion-henry-fayol/>

KPMG. (11 de Abril de 2018). Obtenido de

<https://home.kpmg/co/es/home/media/Notas%20de%20prensa/2018/04/el-impacto-de-la-industria-turistica-en-la-economia.html>

Liñan, S. G. (s.f.). *EL FINANCIERO*. Obtenido de [www.nbcnews.com/health](http://www.nbcnews.com/health)

Medina, M. A. (26 de Noviembre de 2017). *El Espectador*. Obtenido de

<https://www.elespectador.com/economia/como-va-colombia-en-desarrollo-tecnologico-articulo-725235>

OCDE. (2015). *OCDE Better Life Index*. Obtenido de

<http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/united-states-es/>

planeacion, D. n. (11 de Noviembre de 2019). *DNP*. Obtenido de

<https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-social/Paginas/desarrollo-social.aspx>

Portafolio. (18 de Febrero de 2018). *Portafolio*. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/internacional/cae-la-produccion-de-citricos-en-la-florida-514382>

Reyes, G. (2019). *Portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/de-colombia-en-2019-sectores-y-factores-en-el-crecimiento-de-la-produccion-529986>

Riquelme, M. (16 de Julio de 2018). *Web y Empresas*. Obtenido de

<https://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/>

Rubino, A. S. (2 de Febrero de 2019). *Semana*. Obtenido de

<https://www.semana.com/nacion/articulo/2019-para-donde-va-el-pais/599978>

Vega, J. P. (29 de Mayo de 2018). *La Republica*. Obtenido de

<https://www.larepublica.co/economia/exportacion-de-citricos-a-estados-unidos-comenzara-en-2019-con-17-cultivos-2732786>