



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS.

TRABAJO FINAL

Plan Exportador: "PuraFruta – Uchuva Deshidratada de Colombia a Canada"

ESTUDIANTES:

Lorannys Michell Núñez Simonds. ID 957689

Valentina Baez Garcia. ID 807926

Yulissa Vanesa Rada Florez. ID 852409

DIPLOMADO NEGOCIOS INTERNACIONALES

PERIODO: 2025-85

TUTOR: Edwin Vicente Sierra

BOGOTÁ – BOGOTÁ D, C.

2025



INDICE

Contenido

INTRODUCTION	3
Plan Exportador: "PuraFruta – Uchuva Deshidratada de Colombia a Canada"	4
ANALISIS DEL PRODUCTO.	4
1.1 HISTORIA DE LA UCHUVA	4
Logo.	5
1.2 Descripción del producto:	5
Función y beneficios:	6
1.4 Beneficios nutricionales	6
1.5 Ficha tecnica	7
ESTUDIO DE MERCADO DEL PAIS ORIGEN (COLOMBIA).	8
Variables Macroeconómicas	8
Variables microeconómicas del sector agroindustrial y de uchuvas	9
ESTUDIO DE MERCADO DEL PAIS DESTINO (CANADÁ - TORONTO)	10
Variables Macroeconómicas.	10
Variables microeconómicas Toronto – Snack de Uchuva deshidratada.	10
5. Base de Datos Actualizada (Perfiles Comerciales)	13
5.1. Justificación de la selección de mercados	13
5.2. Indicadores económicos y comerciales	14
5.3. Análisis comparativo y oportunidades de mercado	14
5.4. Argumentación de resultados sobre perfiles de compradores potenciales	15
6. Lienzo Canvas	15
8. Análisis PESTEL	18
9. Matriz de Riesgo	21
10. Enlace de Presentación del Video	22
12. Costeo de Importación y Exportación	24
13. Referencias Bibliográficas	26



INTRODUCTION

El presente trabajo tiene como objetivo presentar el plan de internacionalización de **PuraFruta – Uchuva deshidratada**, un producto que busca posicionarse en el mercado internacional como un snack saludable, natural y de alta calidad. La uchuva, conocida por sus beneficios nutricionales y su sabor único, es deshidratada cuidadosamente para conservar sus propiedades, ofreciendo una alternativa deliciosa y funcional para consumidores que valoran una alimentación equilibrada.

A través de este documento, se detallan los principales aspectos que respaldan la viabilidad de la exportación de **PuraFruta**, incluyendo el análisis del mercado objetivo, las estrategias de marketing, el estudio logístico y normativo, y la propuesta de valor que diferencia al producto frente a la competencia. Además, se incluye un análisis FODA, un estudio PESTEL y el costeo detallado de los procesos de exportación, con el fin de sustentar una estrategia sólida y sostenible para la incursión en mercados como el canadiense.

Con este proyecto, **PuraFruta** no solo busca generar oportunidades comerciales, sino también promover la uchuva como un superalimento colombiano con potencial global, contribuyendo al desarrollo agroindustrial del país y a la oferta de productos saludables en el ámbito internacional.



Plan Exportador: "PuraFruta – Uchuva Deshidratada de Colombia a Canada"

ANALISIS DEL PRODUCTO.

1.1 HISTORIA DE LA UCHUVA

La uchuva (*Physalis peruviana*), conocida en otros países como *golden berry* o *aguaymanto*, es un fruto originario de los Andes, cultivado desde tiempos precolombinos por civilizaciones indígenas en Colombia, Perú y Ecuador. En Colombia, la uchuva ha sido valorada no solo por su sabor agridulce único, sino también por sus propiedades medicinales, utilizadas tradicionalmente para tratar afecciones respiratorias, digestivas y como fortalecedor general del organismo.

A partir de la década de 1980, la uchuva comenzó a cobrar importancia como cultivo de exportación en Colombia. Gracias a su clima privilegiado, que permite cosechas durante todo el año, Colombia se convirtió en el principal productor y exportador mundial de uchuva fresca. Hoy en día, este fruto representa una fuente importante de ingresos para pequeños y medianos agricultores en regiones como Cundinamarca, Boyacá, Antioquia y Nariño.

Además, la uchuva ha sido reconocida como un superalimento en mercados internacionales por su alto contenido en antioxidantes, vitaminas A, C y del complejo B, así como fibra y compuestos antiinflamatorios. Su transformación en productos como snacks deshidratados, mermeladas y jugos ha abierto nuevas oportunidades comerciales, llevando el sabor auténtico de Colombia a mercados exigentes en Europa, América del Norte y Asia.

Así, la uchuva no solo es un símbolo de la riqueza agrícola de Colombia, sino también un puente que conecta a los campesinos colombianos con consumidores alrededor del mundo que buscan alimentos saludables y sostenibles.



Logo.



1.2 Descripción del producto:

Snack saludable de uchuva deshidratada. Presentación en cajas de 40 unidades de 50g y 150 g por unidad. Sin gluten, sin conservantes y apto para dietas veganas. Es ideal para quienes buscan un snack saludable, práctico y delicioso. Gracias a su proceso de deshidratación, conserva todas las propiedades antioxidantes, vitaminas y fibra que hacen de la uchuva un superalimento reconocido mundialmente. Presentado en un empaque moderno, seguro y ecoamigable.





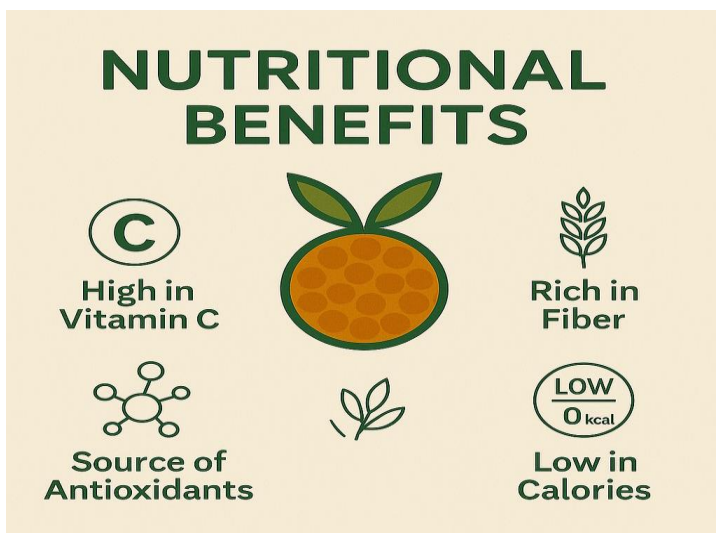
Función y beneficios:

Ofrecer una alternativa saludable, práctica y sabrosa a los snacks convencionales.

Promueve una alimentación consciente y sostenible.

1.4 Beneficios nutricionales

- Alto en fibra
- Rico en antioxidantes
- Fuente de vitaminas A, C y B
- Bajo índice glicémico
- Sin aditivos ni conservantes





1.5 Ficha tecnica

Sección	Español	Inglés	Francés
1. Descripción del Producto	La uchuva deshidratada es un fruto natural de la planta <i>Physalis peruviana</i> , caracterizado por su sabor ácido y dulce y alto contenido nutricional. Se obtiene sin conservantes ni aditivos.	Dried goldenberry is a natural fruit from the <i>Physalis peruviana</i> plant, known for its sweet and sour flavor and high nutritional content. Free from preservatives or artificial additives.	La goji déshydratée est un fruit naturel de la plante <i>Physalis peruviana</i> , connu pour sa saveur sucrée et acide et sa teneur élevée en nutriments, sans conservateurs ni additifs artificiels.
2. Composición	El producto contiene solo uchuva deshidratada.	The product contains only dried goldenberry.	Le produit contient uniquement des gojis séchées.
3. Propiedades Nutricionales	Energía: 320 kcal Grasas: 3.3 g Carbohidratos: 65.6 g Azúcares: 37.8 g Proteínas: 7.6 g Fibra: 12.2 g Vitaminas: A, C, B2, B3, B6 Minerales: Calcio, Hierro, Fósforo, Magnesio	Energy: 320 kcal Fat: 3.3 g Carbohydrates: 65.6 g Sugars: 37.8 g Proteins: 7.6 g Fiber: 12.2 g Vitamins: A, C, B2, B3, B6 Minerals: Calcium, Iron, Phosphorus, Magnesium	Énergie: 320 kcal Graisses: 3.3 g Glucides: 65.6 g Sucres: 37.8 g Protéines: 7.6 g Fibres: 12.2 g Vitamines: A, C, B2, B3, B6 Minéraux: Calcium, Fer, Phosphore, Magnésium
4. Aplicaciones	Ideal para consumo directo como snack, en ensaladas, yogur, batidos, postres o como ingrediente en productos de repostería.	Perfect for direct consumption as a snack, in salads, yogurt, smoothies, desserts, or as an ingredient in bakery products.	Idéale pour une consommation directe en tant que collation, dans des salades, des yaourts, des smoothies, des desserts, ou comme ingrédient dans des produits de boulangerie.
5. Proceso de Producción	Recolectada de cultivos orgánicos, lavada y deshidratada con tecnología avanzada para preservar sus propiedades y sabor, cumpliendo con estándares internacionales de seguridad alimentaria.	Harvested from organic farms, washed, and dehydrated with advanced technology to preserve its properties and flavor, meeting international food safety standards.	Récoltée dans des fermes biologiques, lavée et déshydratée avec des technologies avancées pour préserver ses propriétés et sa saveur, respectant les normes internationales de sécurité alimentaire.
6. Presentación	Disponible en bolsas de 50g y 150g, con envase hermético para garantizar la frescura y conservación.	Available in 50 and 150g bags, with airtight packaging to ensure freshness and product preservation.	Disponible en sacs de 50g et 150g, avec un emballage hermétique pour garantir la fraîcheur et la conservation du produit.
7. Conservación	Conservar en un lugar fresco y seco, alejado de la luz directa y la humedad.	Store in a cool, dry place, away from direct light and moisture.	Conserver dans un endroit frais et sec, à l'abri de la lumière directe et de l'humidité.
8. Información de Contacto	Purafruta S.A. Tel: +573001234567 Email: contact@purafruta.com Web: http://www.purafruta.com/	Purafruta S.A. Tel: +573001234567 Email: contact@purafruta.com Web: http://www.purafruta.com/	Purafruta S.A. Tél: +573001234567 Email: contact@purafruta.com Web: http://www.purafruta.com/

Segmento de mercado:

Consumidores entre 25 y 55 años, interesados en alimentación saludable, vegana, sostenible y de calidad. Enfocado a nichos gourmet y tiendas especializadas.

Propuesta de valor:

Producto culturalmente auténtico, saludable, con ingredientes exóticos y producción responsable. Diferenciado por origen y sostenibilidad.

Precio:

Valor por Caja \$63.208 CAD \$21.69



Empaque y etiquetado

Diseño atractivo, materiales reciclables. Incluye información nutricional y traducción al inglés y francés según regulación canadiense.

1.10. Normativas aplicables

Cumple con regulaciones sanitarias colombianas. Se adecuará al marco normativo de la CFIA para exportación a Canadá.

1.11 Posibilidades de adaptación

Alta flexibilidad en sabor, diseño y etiquetado. Puede adaptarse a preferencias culturales del mercado canadiense.

ESTUDIO DE MERCADO DEL PAIS ORIGEN (COLOMBIA).

Variables Macroeconómicas

- **PIB (Producto Interno Bruto):** En Colombia para el año 2025 el producto interno bruto (PIB) creció 2,6%, una oportunidad para la exportación colombiana.
- **Inflación:** Para el año 2024 la inflación termino en 5,2% debido a menores aumentos en servicios públicos y combustibles, se espera que en los próximos años se alcance a la meta del 3% lo que nos ayuda en la compra de materia prima.
- **Tasa de cambio (peso colombiano / dólar canadiense):** El dólar canadiense equivale a 3.076,900 pesos colombianos para el 2025.
- **Tasas de interés:** Influyen en los préstamos si necesitas financiación.
- **Política comercial:** Colombia cuenta con un Tratado de Libre Comercio (TLC) con Canadá. Lo que nos ayuda con el acceso al mercado canadiense para productos colombianos, incluyendo frutas exóticas como la uchuva.



Variables microeconómicas del sector agroindustrial y de uchuvas

- **Producción nacional de uchuvas:**
- **Boyacá:** Con un 42% de participación en los municipios de Tunja, Sogamoso, Duitama y Saboya.
- **Cundinamarca:** Con un 32% de participación entre los municipios están Fusagasugá, La vega, Tenjo, Facatativá, Funza y Subachoque
- **Antioquia:** Con un 8% de participación en el oriente de antioqueño, como La Ceja y Rionegro.
- **Nariño:** Con un 6% de participación cultivando en zonas como Pasto y La Unión.
- **Exportaciones de Uchuva:** En 2024 la exportación de uchuvas supero los \$40 millones alcanzando un total de \$43,5 millones en total según reportes de la Dian y análisis de Analdex.
- **Costos de producción:** La moderación de la inflación y la reducción de tasa de interés ayudan a controlar los costos de la adquisición de fruta deshidratada, empaque y certificaciones sanitarias y logísticas.
- **Competencia local:** En Colombia existen empresas que exportan comida exótica y producción derivadas, sin embargo, en la innovación de uchuvas deshidratadas saludables, sin conservantes ofrecen ventajas competitivas para Pura Fruta
- **Asociaciones de productores y apoyo estatal:** Entidades como ProColombia y el Ministerio de Agricultura ofrecen programas de apoyo a exportadores, incluyendo asesoría, participación en ferias y acceso a financiamiento.



ESTUDIO DE MERCADO DEL PAIS DESTINO (CANADÁ - TORONTO)

Variables Macroeconómicas.

- **PIB:** Canadá es la 9ª economía mundial, con un PIB de aproximadamente CAD \$2.6 billones (2024). Ontario, la provincia donde se ubica Toronto, representa más del 37% del PIB nacional.
- **Inflación:** En torno al 2.9% anual en 2024, con estabilidad macroeconómica.
- **Tipo de cambio:** 1 CAD \approx 2,900 COP (puede variar). Es relevante para cálculos de precios de exportación.
- **TLC vigente:** Colombia y Canadá tienen un Tratado de Libre Comercio vigente desde 2011, lo que reduce o elimina aranceles para productos agrícolas procesados.
- **Consumo saludable:** El 76% de los canadienses están interesados en alimentos saludables y funcionales, con fuerte tendencia hacia lo natural, orgánico y sin aditivos.

Variables microeconómicas Toronto – Snack de Uchuva deshidratada.

- **Demografía:** Toronto tiene más de 3 millones de habitantes, con alto nivel educativo y poder adquisitivo medio-alto.
- **Segmento objetivo:** Consumidores entre 25-45 años, profesionales, interesados en alimentación saludable, veganos, y consumidores de productos étnicos.
- **Competencia:** Presencia de marcas locales e importadas como MadeGood, Nature's Path, y productos de países como Perú, México y EE.UU.
- **Canales de distribución:** Supermercados (Whole Foods, Loblaws), tiendas saludables, e-commerce (Amazon.ca, Well.ca), ferias locales y gourmet shops.
- **Tendencias:** Preferencia por productos: veganos, sin gluten, sin azúcar añadida, con beneficios funcionales (antioxidantes, vitaminas).
- **Precio de referencia:** Los snacks de frutas deshidratadas importadas se venden entre CAD \$3.99 – \$7.99 por 100g.



1. Perfil del consumidor canadiense.

Perfil del Consumidor.	
Población total:	40.097.761
Población urbana:	81,90%
Población rural:	18,10%
Densidad de la población:	4 hab./km ²
Población masculina (en %):	49,50%
Población femenina (en %):	50,30%
Crecimiento natural:	2,93%
Edad media:	39

El consumidor canadiense valora cada vez más los siguientes aspectos al elegir un snack:

- ✓ **Salud y bienestar:** Prefiere productos con beneficios nutricionales concretos, como alto contenido de fibra, antioxidantes o vitaminas. Existe una preocupación creciente por el contenido de azúcar, grasas y aditivos.

4. Política de Precio y Venta

4.1 Política de Precio

- **Precio FOB por Caja (40 unidades de 25g):** CAD \$21.69
- **Precio Unitario FOB por Snack (25g):** CAD \$0.54
- **Precio Estimado de Venta al Mayorista en Canadá:** CAD \$30 - \$35 por caja (margen mayorista del 40-60%)
- **Precio Estimado de Venta al Público (Retail):**
 - Por unidad (25g): entre **CAD \$1.99 y \$2.99**
 - Por 100g (precio comparativo de mercado): entre **CAD \$7.96 y \$11.96**



Esto posiciona a Pura Fruta dentro del rango competitivo frente a productos similares en Toronto (ej: snacks importados de frutas deshidratadas que van de CAD \$3.99 a \$7.99 por 100g).

4.2 Estrategia de Precio:

- Se aplicará un esquema de **precio premium accesible**, destacando los atributos diferenciadores: origen exótico, sin gluten, sin conservantes, vegano y sostenible.
- Descuentos por volumen para distribuidores y tiendas especializadas (10-15%).
- Promociones iniciales en el lanzamiento para ganar tracción en canales digitales y tiendas gourmet.

4.3 Política de Venta

- **Segmento objetivo:**
 - Adultos entre 25-55 años en Canadá, principalmente en Toronto.
 - Enfocados en consumidores **veganos, intolerantes al gluten**, seguidores de **dietas saludables**, y compradores en tiendas especializadas (gourmet, naturistas y saludables).
- **Canales de distribución:**
 - **Tiendas especializadas:** Whole Foods, Loblaws (sección orgánica/natural), Organic Garage.
 - **E-commerce:** Amazon.ca, Well.ca y tienda propia online.
 - **Ferias y eventos:** Participación en ferias saludables y de alimentos étnicos en Toronto.
 - **Alianzas B2B:** Distribuidores de alimentos saludables y tiendas gourmet.



4.4 Estrategia de promoción:

- Posicionamiento como snack exótico colombiano con beneficios funcionales (antioxidantes de la uchuva).
- Campañas digitales en redes sociales enfocadas en Toronto y otras ciudades canadienses con alto consumo saludable.
- Uso del empaque atractivo y sostenible como herramienta de marketing.
- Promociones de lanzamiento: "Compra 2 y recibe 1 gratis" o muestras en puntos de venta.

4.5 Posibilidades de adaptación:

- Personalización en sabores (ejemplo: uchuva con jengibre o uchuva con cacao para atraer al mercado gourmet).
- Etiquetado 100% adaptado a las regulaciones CFIA: bilingüe (inglés/francés) con claims como "gluten-free", "vegan" y "sin conservantes".

4.6 Logística y cumplimiento normativo:

- Aprovechar el Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Canadá para ingreso sin aranceles.
- Certificaciones requeridas por Canadá: inocuidad alimentaria (HACCP), orgánico si aplica, y etiquetado CFIA

5. Base de Datos Actualizada (Perfiles Comerciales)

5.1. Justificación de la selección de mercados

La selección de los mercados objetivo se basó en estudios recientes de tendencias de consumo saludable, capacidad adquisitiva y tratados de libre comercio vigentes. El mercado canadiense fue priorizado por su apertura a productos exóticos y saludables, además de contar con preferencias por alimentos deshidratados libres de aditivos.



5.2. Indicadores económicos y comerciales

Colombia:

- PIB nominal: 417 mil millones USD
- PIB per cápita: 7,927 USD
- Exportaciones totales: 68.273 mil millones USD
- Importaciones totales: 76.23 mil millones USD
- Principales productos de exportación: Petróleo, carbón, café, oro, banano, flores cortadas, coque, esmeraldas
- Principales socios comerciales: Estados Unidos (25.8%), China (14.1%), Panamá (9.69%)

Canadá:

- PIB nominal: 2.14 billones USD
- PIB per cápita: 50,326 USD
- Exportaciones totales: 637 mil millones USD
- Importaciones totales: 726.1 mil millones USD
- Principales productos de exportación: Vehículos y partes, maquinaria industrial, aeronaves, equipos de telecomunicaciones, productos químicos, plásticos, fertilizantes, madera, petróleo crudo, gas natural, electricidad, aluminio
- Principales socios comerciales: Estados Unidos (76.9%), China (4.6%), Reino Unido (3.7%)

5.3. Análisis comparativo y oportunidades de mercado

- Diferencial de PIB per cápita: Canadá presenta un PIB per cápita significativamente mayor que Colombia, lo que indica un mayor poder adquisitivo y potencial demanda para productos premium y saludables.
- Demanda de productos agrícolas: Aunque Canadá es un importante exportador agrícola, también importa productos específicos que no se cultivan localmente, como frutas exóticas, lo que abre oportunidades para la uchuva deshidratada.
- Tendencias de consumo: El mercado canadiense muestra una creciente preferencia por snacks saludables, orgánicos y sostenibles, alineándose con las características del snack de uchuva deshidratada.



5.4. Argumentación de resultados sobre perfiles de compradores potenciales

El perfil identificado corresponde a distribuidores de alimentos saludables, supermercados especializados y tiendas online. Los compradores valoran atributos como el origen natural, la sostenibilidad del empaque y la certificación de calidad.

6. Lienzo Canvas

<p>Asociaciones Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • ADUANA: Ayuda en el control y regulación del comercio, en el cumplimiento de las normativas legales y fiscales. • DIAN: Nos ayuda en la organización de la información financiera y de facturas electrónicas • FENALCO: Ayuda en el servicio de información comercial respaldado con tecnología, efectividad y cubrimiento nacional • PROCOLOMBIA: Socio clave que nos ayuda a entrar en el mercado de exportación, investigación y crecimiento para aprovechar los conocimientos de la uchuva y su potencial en el mercado internacional. • Loblaw Companies Ltd.: Es la empresa líder en los productos alimenticios y de farmacia en Canadá, más exactamente ubicada en Toronto. Uno de los minoristas más grandes del país. Con lo que podemos ser socios para la venta de los productos enviados desde Colombia. 	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subcontratación de fabricación: Gestionar la relación con una empresa que fabrique el producto según nuestras especificaciones. • Entrega del producto a la entidad encargada de su distribución a los diferentes puntos de ventas. • Implementar nuevas estrategias de marketing para sus ventas en línea. • Atención especializada de la compra en línea o presencial. 	<p>Propuestas de Valor</p> <p>La propuesta de valor de los snacks de uchuva para el mercado canadiense radica en su carácter exótico y saludable, combinando beneficios nutricionales, origen natural y sostenibilidad. Ofreciendo una opción innovadora para los consumidores que buscan productos diferenciados, alineados con tendencias de alimentación saludable y responsable.</p>	<p>Relación con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar el cliente ideal (distribuidores, supermercados y tiendas especializadas). • Eficacia en el desarrollo y envío de muestras. • Ofrecer atención personalizada. • Cumplir con las normativas de la CFIA. • Brindar servicio postventa en logística y marketing. • Implementar estrategias de fidelización con descuentos y promociones. • Participar en ferias internacionales como SIAL Canadá. 	<p>Segmentos de clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresas que importan alimentos saludables y los distribuyen a supermercados, tiendas especializadas y minoristas, que buscan productos con certificaciones de calidad y seguridad alimentaria. • Adultos de 25 a 55 años con ingresos medios a altos, residentes en ciudades como Toronto, Montreal y Vancouver, que priorizan una alimentación saludable y buscan productos de alta calidad, nutritivos y convenientes. Estos consumidores valoran la facilidad de los snacks listos para consumir. Además, prefieren productos con certificaciones orgánicas, empaques ecológicos y sabores exóticos. 	
<p>Recursos Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fabrica que produzca los snacks de uchuva que son exportados a Canadá • Empleados que realizan los procesos de exportación, la documentación legal para su proceso de empaque y exportación. • Entidades de camiones para la entrega del producto a los diferentes vendedores de Toronto. 		<p>Canales</p> <p>Para exportar snacks de uchuva a Canadá, utilizaremos diversos canales de distribución como importadores y mayoristas de productos saludables, supermercados como: (Loblaws, Sobseys, Walmart), redes sociales y comercio electrónico en plataformas como Amazon y Shopify</p>			
<p>Flujo de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercio Online a consumidores finales por medio de E-commerce propio y marketplaces: (En plataformas como Amazon Canadá, Walmart.ca, Shopify, Etsy) • Venta directa a mayoristas, distribuidores y cadenas de supermercados como Walmart y Loblaws. 					

6.1. Explicación del modelo de negocio

El modelo de negocio de **PuraFruta – Uchuva Deshidratada** se fundamenta en la exportación y comercialización internacional, principalmente hacia el mercado canadiense. La operación incluye alianzas clave con entidades como **ProColombia**, **DIAN**, **FENALCO**, y **Loblaw Companies Ltd.**, para facilitar el acceso a mercados, cumplir regulaciones y fortalecer la distribución. La producción es subcontratada a fábricas especializadas en Colombia, que elaboran el producto según especificaciones de calidad y sostenibilidad.

La cadena logística involucra empresas de transporte y distribución en Canadá que entregan el producto a supermercados, tiendas especializadas y canales de venta online



como **Amazon, Shopify y Walmart.ca**. Los segmentos de clientes incluyen empresas importadoras de alimentos saludables y consumidores finales, principalmente adultos entre 25 y 55 años con un estilo de vida saludable y poder adquisitivo medio-alto, residentes en la ciudad de Toronto.

Las fuentes de ingresos se generan a través de la **venta directa a mayoristas y distribuidores**, y a través de **ventas en línea** en marketplaces internacionales. La relación con los clientes se construye mediante atención personalizada, cumplimiento normativo estricto (como las normas de la **CFIA**), servicio postventa eficiente, participación en ferias internacionales, y estrategias de fidelización con promociones y descuentos.

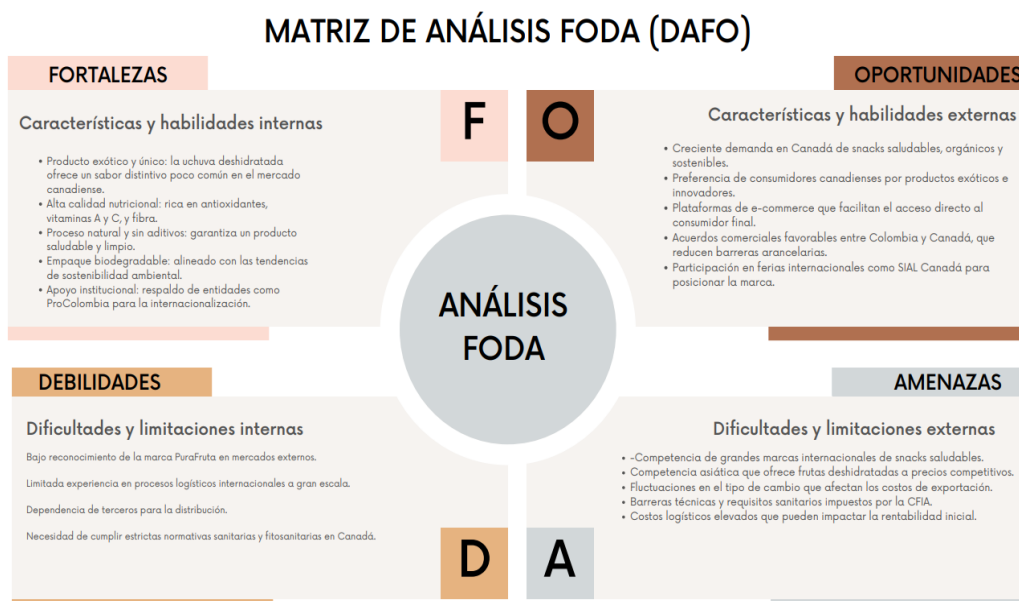
6.2. Argumentación sobre la propuesta de valor

La propuesta de valor de **PuraFruta** está centrada en ofrecer un snack saludable, exótico y sostenible que responde a las tendencias actuales de consumo en Canadá. Las uchuvas deshidratadas combinan propiedades nutricionales (ricas en antioxidantes, fibra y vitaminas) con un origen natural y un proceso libre de aditivos, lo que las hace atractivas para consumidores preocupados por su salud.

Además, el empaque es biodegradable y las certificaciones orgánicas aseguran la calidad y sostenibilidad del producto. La marca no solo ofrece un alimento, sino una experiencia diferenciada: un sabor exótico, una opción práctica para consumir en cualquier lugar y la tranquilidad de adquirir un producto responsable con el medio ambiente. Este conjunto de atributos permite a **PuraFruta** posicionarse como una alternativa innovadora frente a los snacks tradicionales y captar la atención de un público que valora la salud, la sostenibilidad y la autenticidad.



7. Matriz DOFA



7.1. Estrategias derivadas del análisis DOFA

- **Estrategia FO (Fortalezas + Oportunidades):** Potenciar el atributo sostenible y natural del producto para diferenciarse en ferias y plataformas online, captando al consumidor canadiense que busca alimentos saludables y responsables.
- **Estrategia DO (Debilidades + Oportunidades):** Aprovechar alianzas con distribuidores y marketplaces consolidados para contrarrestar el bajo reconocimiento de marca y facilitar la entrada al mercado.
- **Estrategia FA (Fortalezas + Amenazas):** Resaltar la calidad premium y el empaque biodegradable frente a la competencia asiática, utilizando certificaciones y campañas educativas.
- **Estrategia DA (Debilidades + Amenazas):** Fortalecer capacidades internas mediante capacitación en logística internacional y cumplimiento normativo, además de establecer contratos claros con socios estratégicos para minimizar riesgos.



8. Análisis PESTEL





8.1. Argumentación y conclusiones del análisis

Argumentación del Análisis PESTEL

El análisis PESTEL realizado permite entender los factores externos clave que impactan la exportación de *snacks de uchuva deshidratada* desde Colombia hacia Canadá.

Político:

La existencia del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y Canadá facilita la exportación eliminando barreras arancelarias, mientras que el apoyo institucional en ambos países promueve la inversión y la internacionalización. No obstante, Colombia enfrenta desafíos como la inestabilidad social y la burocracia en trámites.

Económico:

Canadá destaca por su alto poder adquisitivo y su creciente demanda de snacks saludables, con una penetración del 75%, lo que representa una oportunidad clara. En contraste, Colombia ofrece ventajas como bajos costos de producción y tipo de cambio favorable, pero sufre por los altos costos logísticos e inflación en insumos.

Sociocultural:

El consumidor canadiense prioriza productos naturales, veganos, sin gluten y sostenibles, lo cual está perfectamente alineado con la propuesta de valor del snack de uchuva. En Colombia, existe experiencia en el cultivo de frutas exóticas, aunque persisten desafíos relacionados con informalidad y capacitación técnica.

Tecnológico:

Canadá cuenta con infraestructura logística avanzada y un mercado en expansión del comercio electrónico, facilitando el acceso al consumidor final. Sin embargo, Colombia enfrenta limitaciones tecnológicas en procesos de deshidratación y trazabilidad digital, lo cual requiere inversión y mejora para cumplir con estándares internacionales.

Ecológico:

Ambos países comparten una fuerte conciencia ecológica. Colombia tiene condiciones ideales de cultivo durante todo el año, pero está expuesto a riesgos climáticos que pueden



afectar la producción. Canadá exige empaques sostenibles y prácticas responsables, obligando a los exportadores a cumplir con normativas ambientales desde el origen.

Legal:

Canadá impone regulaciones estrictas en etiquetado (bilingüe: inglés y francés) y certificaciones como “orgánico”, “sin gluten” y “vegano”, elementos clave para la aceptación del producto. Colombia enfrenta desafíos para cumplir con estos estándares debido a diferencias normativas y procesos de certificación complejos.



Conclusiones del Análisis PESTEL

- **Alta Oportunidad de Mercado:** El snack de uchuva deshidratada encuentra un entorno favorable en Canadá gracias al interés creciente en productos saludables, exóticos y sostenibles, sumado al poder adquisitivo alto en ciudades clave como Toronto, Montreal y Vancouver.
- **Ventajas Competitivas:** Colombia posee condiciones agroecológicas únicas y costos de producción competitivos que permiten ofrecer un producto diferenciado y atractivo para el consumidor canadiense.



- **Retos a Superar:**
 - Mejorar los procesos tecnológicos de deshidratación y trazabilidad.
 - Cumplir rigurosamente con las certificaciones y normativas canadienses.
 - Fortalecer la logística y reducir los altos costos internos para garantizar competitividad.
- **Estrategia Recomendada:** Apostar por la certificación orgánica, trazabilidad, empaques sostenibles y estrategias de marketing digital en Canadá, aprovechando las plataformas de e-commerce y alianzas con grandes distribuidores como Loblaws y Walmart.

9. Matriz de Riesgo

MATRIZ DE RIESGOS										
Identificación del Riesgo			Evaluación del Riesgo			Controlar		Evaluación del Riesgo Residual		
Código	Nombre del	Descripción	Probabili.	Consecu.	Nivel de	Control	Responsab.	Probabili.	Consecu.	Nivel de
ID1	Retrasar en la logística internacional.	Fallar en la cadena de suministro internacional.	Alta	Maxima	Extrema	Contratar operador logístico confiable y con experiencia en exportación a Canadá.	Coordinador Logística	Medio	Moderada	Tolerable
ID2	Daño del producto durante el transporte.	Vibraciones o acondicioner inadecuado durante el transporte.	Medio	Moderada	Tolerable	Usar empaques resistentes y sellados al vacío para preservar calidad y duración.	Jeft de Producción	Baja	Menor	Aceptable
ID3	Cambiar en regulaciones de importación.	Cambiar en normativas de importación.	Medio	Mayor	Alta	Monitorear cambios legales en la OFIA y contar con asesoría aduanera actualizada.	Asesor Legal	Medio	Moderada	Tolerable
ID4	Pérdida de cliente por precio alto.	Falta de equitativa del cliente a competencia.	Medio	Moderada	Tolerable	Analizar competencia local y ajustar precios sin comprometer márgenes de ganancia.	Gerente Comercial	Medio	Moderada	Tolerable
ID5	Dificultad en obtener materia prima.	Problemas climáticos o de disponibilidad can.	Medio	Mayor	Alta	Establecer contratos con varios proveedores en Colombia y proveer inventarios mínimos.	Jeft de Comprar	Medio	Minima	Aceptable
ID6	Rechazo del producto por sabor o textura.	Preferencias diferentes del consumidor canadiense.	Baja	Mayor	Alta	Realizar pruebas de mercado y adaptar el producto a gustos del consumidor canadiense.	Coordinador de Producto	Baja	Moderada	Tolerable
ID7	Fluctuaciones en la tasa de cambio.	Volatilidad cambiaria frente al dólar.	Alta	Moderada	Alta	Usar coberturas cambiarias y fijar precios de exportación en dólares canadienses.	Gerente Financiera	Baja	Menor	Aceptable
ID8	Problemas con permisos sanitarios.	Falta de documentación o etiquetado correcto.	Medio	Mayor	Alta	Requerir certificaciones INWEMA, etiquetado bilingüe y cumplir normas OFIA.	Coordinador Regulatoria	Baja	Moderada	Tolerable
ID9	Pérdida o deterioro en inventario almacenado.	Mal almacenamiento o condiciones ambientales inadecuadas.	Medio	Moderada	Tolerable	Mantener condiciones óptimas de almacenamiento y rotación de inventario.	Encargada de Bodega	Medio	Moderada	Tolerable
ID10	Barreras culturales y de comunicación.	Falta de adaptación del marketing del producto al mercado canadiense.	Baja	Minima	Aceptable	Realizar capacitaciones en cultura de negocios canadiense y adaptar branding.	Responsable de Marketing	Baja	Menor	Aceptable

PROBABILIDAD	CONSECUENCIA				
	Minima	Menor	Moderada	Mayor	Maxima
Muy alta	Tolerable	Tolerable	Alta	Extrema	Extrema
Alta	Aceptable	Tolerable	Alta	Extrema	Extrema
Medio	Aceptable	Tolerable	Tolerable	Alta	Extrema
Baja	Aceptable	Aceptable	Tolerable	Alta	Extrema
Muy baja	Aceptable	Aceptable	Aceptable	Tolerable	Alta

PROBABILIDAD	CONSECUENCIA				
	1	2	4	8	16
Muy Alta	5	5	10	20	40
Alta	4	4	8	16	32
Medio	3	3	6	12	24
Baja	2	2	4	8	16
Muy Baja	1	1	2	4	8



- **9.1. Evaluación y gestión de riesgos**
- **Principales Riesgos Críticos:**
 - *ID1 (Retrasos logísticos)* y *ID7 (Tasa de cambio)*, ambos con nivel de riesgo inicial alto/extremo, pero pueden mitigarse significativamente con controles adecuados.
 - *ID5 (Materia prima)* y *ID8 (Permisos sanitarios)* son riesgos altos que exigen atención permanente para evitar sanciones o ruptura de suministro.
- **Gestión Recomendada:**
 - Implementar monitoreo continuo de normativas en Canadá.
 - Diversificar proveedores de materia prima.
 - Usar herramientas financieras para protegerse ante fluctuaciones cambiarias.
 - Asegurar calidad y certificaciones antes del embarque para evitar rechazos.
 - Adaptar la estrategia de marketing y empaque al perfil del consumidor canadiense.

La gestión activa y anticipada de estos riesgos permitirá mantener la operación exportadora de *Pura Fruta – Uchuva deshidratada* de forma sostenible y competitiva en el mercado canadiense, minimizando impactos negativos y asegurando la aceptación del producto.

10. Enlace de Presentación del Video

<https://youtu.be/OSnyBMvSSKo?feature=shared>



- **10.1. Descripción del contenido del video**

El video de presentación está estructurado en tres bloques que coinciden con las secciones clave del plan exportador:

- **Análisis del Producto:**

Se inicia mostrando la uchuva deshidratada *Pura Fruta*, destacando sus características: 100% natural, sin aditivos, rica en antioxidantes y vitaminas. Se incluye animación del proceso de deshidratado y empaque, resaltando los beneficios de conservación y la calidad del producto colombiano.

- **Estudio de Mercado - Colombia:**

Se presenta el contexto nacional, donde se expone el crecimiento de la demanda de snacks saludables.

- **Estudio de Mercado - País Destino (Canadá):**

Se describen las oportunidades en el mercado canadiense, destacando el interés creciente por alimentos exóticos y saludables. El segmento objetivo son consumidores entre 25 y 55 años, con estilo de vida activo y se muestra cómo *Pura Fruta* se adapta a las normativas canadienses.

- **11. Enlace de Presentación del Prototipo**

https://pura-fruta.web.app/index_ES.html

- **11.1. Explicación del desarrollo del prototipo**

El desarrollo del prototipo web de *PuraFruta* se diseñó con una estructura clara y enfocada en la experiencia del usuario internacional. En el encabezado, se incluye el logo de la marca y un selector de idiomas (español, inglés y francés), para facilitar la navegación a los mercados meta como Canadá. El menú principal guía al usuario hacia secciones clave: Inicio, Producto, Comprar, Contacto y Soporte. En la página de inicio, se presenta una imagen atractiva del snack, un video breve, y los beneficios principales mediante íconos visuales. La sección "Quiero comprar" simula un carrito, mostrando presentaciones, precios referenciales y formas de pago, ofreciendo una experiencia de compra realista. Además, en "Más



sobre el producto" se narra la historia de la uchuva, sus beneficios nutricionales y certificaciones. La sección de contacto integra redes sociales y un chatbot simulado, asegurando canales de comunicación eficientes. Finalmente, el apartado de soporte proporciona ayuda personalizada y acceso a un centro de preguntas frecuentes.

12. Costeo de Importación y Exportación

- **12.1. Desglose de costos logísticos**

El proceso logístico para la exportación de uchuva deshidratada desde Colombia hacia Canadá involucra varios costos clave. En primer lugar, se debe considerar el transporte interno desde las fincas productoras hasta el puerto de salida. El embalaje y etiquetado adecuado para cumplir con los estándares internacionales.

- La consolidación de carga, necesaria para optimizar el transporte marítimo. El flete marítimo desde Colombia hasta Canadá es uno de los componentes más significativos. A esto se suma el seguro de carga, que asegura la mercancía durante su tránsito internacional.
- En los puertos de origen y destino se generan gastos por manipulación. Al llegar a Canadá, las naranjas pueden requerir almacenamiento temporal. Finalmente, el transporte interno dentro de Canadá, desde el puerto hasta los distribuidores.

- **12.2. Costos arancelarios y normativos**

En cuanto a los costos arancelarios y normativos, las naranjas frescas colombianas ingresan a Canadá con una tarifa arancelaria del 0%, gracias al Tratado de Libre Comercio entre Colombia y Canadá. Sin embargo, se deben cubrir otros costos regulatorios. La tasa de inspección fitosanitaria y la obtención del certificado fitosanitario exigido por Canadá.

- El cumplimiento de normativas relativas al etiquetado, empaque y estándares fitosanitarios está contemplado dentro de los costos logísticos previamente descritos. Adicionalmente, pueden surgir otros gastos asociados a la inspección y control por parte de la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA). Cabe señalar que los valores pueden variar dependiendo de la temporada, las condiciones del mercado y las actualizaciones en la normativa canadiense.



CONCLUSIONES

El proyecto de exportación de **PuraFruta – Uchuva deshidratada** demuestra ser una propuesta sólida y con alto potencial en el mercado internacional, especialmente en destinos como Canadá, donde la demanda por snacks saludables y productos naturales va en aumento. A través del análisis realizado, se identificaron oportunidades claras para posicionar la uchuva deshidratada como un superalimento, aprovechando sus propiedades nutricionales y su origen exótico que atrae a consumidores conscientes de su salud.

Los estudios de mercado, los análisis FODA y PESTEL, y el desglose de costos logísticos y arancelarios, confirman que la exportación es viable tanto desde el punto de vista comercial como financiero. Sin embargo, será clave mantener un cumplimiento riguroso de las normativas internacionales, así como invertir en una estrategia de marketing adaptada al perfil del consumidor canadiense.

Además, el proyecto representa una oportunidad para fortalecer la cadena productiva de la uchuva en Colombia, generando valor agregado y empleo en las zonas rurales. La internacionalización de **PuraFruta** no solo abre nuevas puertas para la marca, sino que también contribuye al posicionamiento de Colombia como proveedor confiable de productos saludables de calidad premium.

En resumen, **PuraFruta** está en condiciones de ingresar exitosamente al mercado externo, siempre y cuando se mantenga la calidad, se adapte a las exigencias del consumidor y se consolide una logística eficiente y competitiva.



13. Referencias Bibliográficas

- ✓ Organización Mundial del Comercio (WTO). (2024). Trade Profiles: Canada and Colombia. URL: <https://www.wto.org/>
- ✓ El país. Colombia proyecta un crecimiento del PIB del 2,6% en 2025, según la OCDE y CEPAL: <https://www.elpais.com.co/economia/colombia-proyecta-un-crecimiento-del-pib-del-26-en-2025-segun-la-ocde-y-cepal-0146.html>
- ✓ Banco de la Republica. Informe de Política Monetaria - enero de 2025: <https://www.banrep.gov.co/es/publicaciones-investigaciones/informe-politica-monetaria/enero-2025>
- ✓ Mini agricultura. Cadena de la Uchuva: <https://sioc.minagricultura.gov.co/Pasifloras/Documentos/2019-06-30%20Cifras%20Sectoriales%20UCHUVA.pdf>
- ✓ Macrotrends. (2025). *Población del área metropolitana de Toronto, Canadá (1950-2025)*. <https://www.macrotrends.net/global-metrics/cities/20402/toronto/population>
- ✓ World Economics. (2025). *PIB de Canadá: 2,515 billones de dólares*. <https://www.worldeconomics.com/Country-Size/Canada.aspx>
- ✓ Gobierno de Canadá. (2023). *Tratado de Libre Comercio Canadá-Colombia*. <https://www.international.gc.ca/trade-commerce/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/colombia-colombie/fta-ale/background-contexte.aspx?lang=eng>



- ✓ Mintel. (2023). *Los canadienses prefieren consumir snacks que hacer tres comidas grandes.* <https://www.mintel.com/press-centre/half-of-canadians-believe-its-healthier-to-snack-than-eat-three-large-meals/>