

NÚCLEO INTEGRADOR VIII SEMESTRE

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

SILVIA LORENA BARRERA

CARLOS FERNANDO VERA

JUAN JOSE GARCIA

IVAN QUINTERO

SOFIA ORTIZ

PROFESOR: JULIO RAMÍREZ

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

BUCARAMANGA

2018

TABLA DE CONTENIDO

1. ANTEPROYECTO	5
1.1 PROBLEMA.....	5
1.1.1 Identificación del problema.....	5
1.1.2 Formulación del problema	5
1.1.3 Descripción del problema.....	5
1.2 JUSTIFICACIÓN	6
1.3 OBJETIVOS	7
1.3.1 Objetivo general	7
1.3.2 Objetivos Específicos.....	7
1.4 CRONOGRAMA.....	8
2. DIAGNOSTICO DEL SECTOR Y EMPRESA	8
2.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR.....	8
2.1.1 Importancia del sector en la economía colombiana	8
2.1.2 Representación en el PIB, PIB industria, producción y ventas	10
2.1.3 Contribución al empleo.	12
2.1.4 Exportaciones, importaciones y balanza comercial del sector.	12
2.1.5 Participación regional en la producción nacional	14
2.1.6 Empresas productoras a nivel nacional y regional	15
2.1.7 Cifras de consumo	17
2.2 Análisis Financiero NUTRIUM S.A.S	18
2.2.1 Indicadores de tamaño.....	18
2.2.2 Indicadores de liquidez.....	20
2.2.3 Indicadores de endeudamiento	22
2.2.4 Indicadores de rentabilidad:	24
2.2.5 Indicadores de Eficiencia.	27
2.3 Análisis del producto (Tabla).....	27
2.4 Bibliografía.....	30

TABLA DE GRÁFICOS

<i>Gráfica 1. Cronograma de Actividades</i>	8
<i>Gráfica 2. Crecimiento actual por actividad económica PIB</i>	10
<i>Gráfica 3. Ventas anuales por sector</i>	10
<i>Gráfica 4. Producción anual por sector</i>	11
<i>Gráfica 5. Dinámica anual de empleo</i>	12
<i>Gráfica 6. Dinámica anual de exportaciones</i>	12
<i>Gráfica 7. Dinámica anual de importaciones</i>	13
<i>Gráfica 8. Principales productos por región.</i>	14
<i>Gráfica 9. Ventas por departamento del código arancelario</i>	15
<i>Gráfica 10. Consumo de frutas en Colombia</i>	17
<i>Gráfica 11. Ventas empresa NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	18
<i>Gráfica 12. Ventas empresa NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	19
<i>Gráfica 13. Utilidad NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	19
<i>Gráfica 14. Patrimonio NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	20
<i>Gráfica 15. Ratio Corriente NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	20
<i>Gráfica 16. Prueba Ácida NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	21
<i>Gráfica 17. Capital de trabajo NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	21
<i>Gráfica 18. Endeudamiento NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	22
<i>Gráfica 19. Apalancamiento NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	23
<i>Gráfica 20. Pasivos corrientes / pasivo total NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	23
<i>Gráfica 21. Rentabilidad de activos NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	25
<i>Gráfica 22. Utilidad neta / patrimonio NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	25
<i>Gráfica 23. Utilidad operacional / ventas NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	26
<i>Gráfica 24. Indicadores de eficiencia NUTRIUM SAS 2013-2017</i>	27

TABLA DE CUADROS

<i>Cuadro 1. Empresas productoras a nivel regional</i>	15
<i>Cuadro 2 Análisis del Producto</i>	27

PROYECTO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PULPAS DE FRUTA DE LA EMPRESA NUTRIUM S.A.S EN NUEVOS MERCADOS

1. ANTEPROYECTO

1.1 PROBLEMA

1.1.1 Identificación del problema

Oportunidades de negocio para la empresa NUTRIUM S.A.S por medio de las pulpas de fruta de sabores exóticos para los mercados internacionales.

1.1.2 Formulación del problema

¿Cuáles son las oportunidades comerciales existentes en mercados internacionales para posicionar la marca NUTRIUM a través de sus pulpas de fruta?

1.1.3 Descripción del problema

En 1991 se iniciaron las labores para la construcción de la que se convertiría en una de las empresas colombianas más importantes del sector agroindustrial, NUTRIUM.

En ese mismo año se lanza por primera vez la marca Orense con una gran variedad de productos a base de frutas creando la primera línea de tetra pack en Colombia. Hacia el año 2002 NUTRIUM inicia un nuevo reto corporativo en el cual deciden iniciar el proceso de exportación de sus productos lo cual a lo largo del tiempo le ha permitido posicionarse efectivamente en los 5 continentes teniendo una alta aceptación y reconocimiento en los mercados globales.

Es por esto que entre los años 2002 y 2003 adquirieron sus primeras certificaciones ISO 9001, ISO 14001 lo cual le dio a la empresa y a la marca un alto valor agregado.

En el año 2010 NUTRIUM dio un salto bastante significativo, adquiriendo certificaciones de calidad para su línea de productos orgánicos haciendo que su portafolio se volviera mucho más amplio y con más oferta para las diferentes necesidades que requieren los consumidores internacionales.

En este sector, Colombia tiene grandes ventajas competitivas por su ubicación geográfica y variadas condiciones de clima y suelo, la pulpa de frutas tropicales ha adquirido importancia en el mercado internacional gracias a los avances en transporte, acuerdos comerciales y preferencias de los consumidores en favor de este tipo de frutas. Los volúmenes de exportación de las cuatro principales frutas tropicales frescas como el mango, piña, aguacate y papaya, han registrado las tasas medias anuales de crecimiento más rápidas entre los productos alimenticios comercializados en el ámbito internacional, superando considerablemente el crecimiento en los mercados de alimentos más importantes, en especial de cereales, productos pecuarios, aceites vegetales, azúcar y otras frutas y hortalizas.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La justificación de este proyecto se basa en la teoría de pertinencia, relevancia e impacto social (Arias, 1999). Teniendo en cuenta la conveniencia para NUTRIUM S.A.S de contar con estrategias de internacionalización para sus productos el cual brinde la oportunidad de obtener reconocimientos a la empresa, generar una buena percepción por la calidad y gama de productos los cuales se conocen como frutas tropicales y exóticas. Generar las herramientas y los medios suficientes para que la empresa tenga la forma de conectar con diferentes destinos y suplir la necesidad de grandes mercados.

La relevancia que se considera para este tipo de proyectos es brindar un resultado útil y aplicable para la empresa con la que se lleguen a considerar mejoras y/o cambios en su proceso actual de exportación. Todo lo que el proceso acarrea como su operación en parte gerencial, logística, de mercadeo y financiera. Siendo así los resultados generados pueden ser de gran provecho, información relevante y experiencia respecto al campo de las frutas tropicales y exóticas que serán de gran utilidad tanto para el crecimiento personal y profesional como el reporte que se le genera de los resultados a la empresa

Respecto al impacto social de esta investigación, el primer factor a tener en cuenta son los hábitos alimenticios propios de cada cultura, reflejándose en la realidad de que en cada parte del mundo se come diferente. Esto a su vez se debe a la agricultura local y a la accesibilidad de productos con la que se cuenta. El hecho de introducir un producto nuevo a la población objetivo infiere riesgos de mercado debido precisamente a este choque cultural. Por lo tanto, realizar una investigación que permita analizar las variables implicadas para llevar un proceso de internacionalización con éxito es esencial.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

- Generar una estrategia de internacionalización que permita a la empresa NUTRIUM introducir sus pulpas de fruta en nuevos mercados extranjeros.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Indicar el mercado potencial para la expansión de NUTRIUM S.A.S a través de la pulpa de fruta.
- Analizar la capacidad financiera de NUTRIUM S.A.S para cumplir los objetivos propuestos en el mercado escogido.
- Identificar las oportunidades comerciales y sus respectivas estrategias internacionales para obtener reconocimiento en el mercado.
- Establecer una óptima cadena de distribución con el fin de reducir costos en las operaciones logísticas.
-

1.4 CRONOGRAMA

Gráfica 1. Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	AGO	SEP	OCT	NOV
Análisis de Competitividad y Productividad del sector. <u>SWOT Matrix</u> .				
Diagnostico Fuerzas de <u>Porter</u>				
Diagnostico Diamante <u>Porter</u>				
Análisis Financiero				
Pre Selección de mercados				
Análisis del Objetivo Condiciones de Acceso Evaluación y caracterización de los acuerdos vigentes Competencia Promoción				
Estrategias de Inmersión				
Cadena logistica de la exportación, modalidad de exportación, operadores logísticos dentro de la cadena				
Empaque y embalaje Estiba <u>Palletizado</u> contenedor Capacidad Exportable Programación de las actividades en la Distribución física internacional				
Ruta internacional Documentación. Factura comercial Lista de empaque. Declaración de exportación Formulario No 2 <u>Bill of lading</u> 24.6. Certificado de origen Vistos Buenos. Certificado de inspección sanitaria Datos para el cálculo de costos DFI Costeo DFI Estrategia de comercialización				
Evaluación Financiera Punto de equilibrio, tasa de retorno TIR, <u>payback</u> del proyecto				
SUSTENTACIÓN				

Fuente: Elaboración propia

2. DIAGNOSTICO DEL SECTOR Y EMPRESA

2.1 CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

2.1.1 Importancia del sector en la economía colombiana

Para Colombia su posición geográfica, relieves y biodiversidad lo convierten en un lugar perfecto para cultivar ya que en el país se da un clima ideal, se cuenta con los recursos hídricos suficientes y una cantidad de hectáreas disponibles por ocupar, estos han sido factores clave para ofrecer una amplia gama de productos en el sector de la agroindustria,

claramente para las frutas y sus derivados no ha sido una excepción. Colombia por fortuna, tiene la variedad de condiciones que son aptas para que los cultivos de muchos tipos de frutas tropicales se den a lo largo del año como también el terreno necesario para hacerlo, siendo de aproximadamente 20 millones de hectáreas.

Debido a que el mundo demanda un alto consumo de frutas sobre todo en Asia y Europa, los colombianos conocen el potencial que se tiene para sacar provecho de ello y suplir tanto demanda interna como externa. Es por ello que para lo que va del 2018 en las estadísticas arrojadas del DANE las frutas y sus derivados hacen una importante presencia dentro de la agricultura con una participación de 5.9 en la economía nacional. Por otra parte, El sector de frutas y sus derivados en los últimos 7 años ha tenido una contribución pareja al empleo colombiano con un promedio de 260.000 personas ocupadas netamente al sector lo cual es un indicador considerable y que según reformas y adecuaciones puede mejorar.

En relación a las exportaciones, en el año 2017 se vendió de frutas tropicales una cantidad de \$85000 USD en donde 11 departamentos fueron principales protagonistas del acontecimiento donde se destacan Antioquia, Santander y Valle del Cauca con 11.3%, 8.4% y 8.2% de participación respectivamente. Para el 2030, se busca aumentar 110.000 hectáreas en todo el territorio nacional donde favorezca la producción en especial de siete productos los cuales generarán alrededor de 133 mil nuevos empleos directos y, en ese mismo sentido, crecerán las exportaciones tanto en fresco como procesado en aproximadamente 637 mil toneladas. En general se le apuesta a un crecimiento económico a partir del cultivo las frutas y hortalizas, a la inversión en formación, en asistencia técnica, transferencia de conocimientos.

Adicionalmente, es importante tener en mente que la agroindustria con sus frutas y derivados es uno de los sectores con mayor proyección de crecimiento en Colombia. En el contexto actual de revitalización de las industrias agrarias impulsadas por el ámbito del posconflicto, se han abierto grandes oportunidades para generar un gran impacto positivo en esta área. Colombia tendrá una nueva era en los próximos años y esto va a potenciar el sector del agro y de alimentos.

2.1.2 Representación en el PIB, PIB industria, producción y ventas

Gráfica 2. Crecimiento actual por actividad económica PIB



Fuente: DANE

Análisis: En esta gráfica, se puede ver que el producto interno bruto en el II trimestre del 2018 muestra la tasa de crecimiento anual por actividad. En este caso, se toma como referencia el sector de agricultura, frutas y sus derivados en el cual está el 5.9% siendo una de las actividades económicas que más aporta al PIB nacional.

Gráfica 3. Ventas anuales por sector



Fuente: Programa de transformación productiva (PTP)

Análisis: La gráfica número 2 muestra el comportamiento que se ha presentado en las ventas anuales del sector agroindustrial, más específicamente de la parte de frutas y sus derivados en los periodos del año 2008 al año 2016 en donde se puede ver un crecimiento bastante considerable en las ventas en millones de pesos de este sector en donde en el año más reciente de este reporte (2016) se presentaron ventas de \$ 232.349.163.636.

Gráfica 4. Producción anual por sector

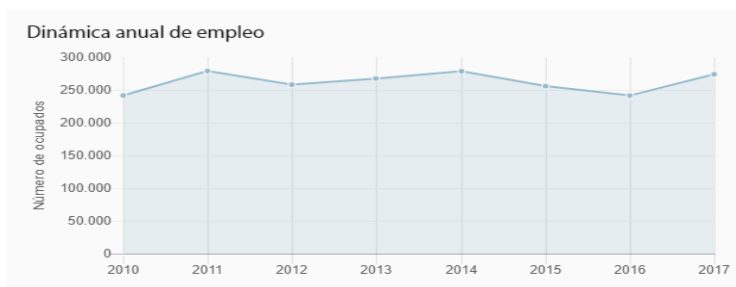


Fuente: Programa de transformación productiva (PTP)

Análisis: En la gráfica número 3 se evidencia la producción anual del sector agroindustrial: frutas y sus derivados, en los cuales se ve que en cada uno de los periodos presentados se ha visto un crecimiento sostenido año tras año y en donde en el último reporte del 2016 se hace notorio un alto crecimiento de su producción de \$ 599.240.866. Además, se espera que siga creciendo la participación de este sector.

2.1.3 Contribución al empleo.

Gráfica 5. Dinámica anual de empleo



Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Coordinación de inteligencia competitiva -Programa de Transformación Productiva.

El sector de frutas y sus derivados en los últimos 7 años ha tenido una contribución pareja al empleo colombiano con un promedio de 260.000 personas ocupadas en el sector, del año 2012 al 2014 tuvo una participación nivelada y con un mínimo incremento, a partir del año 2014 y en especial en el 2015 la falta de participación en los cultivos permanentes que en años pasados jalonaron la agricultura disminuyó la producción como fue el café, frutas, oleaginosas, caña que en resumidas cuentas creó una disminución considerable en el empleo. Para el 2017 y años entrantes el sector ha generado empleo de calidad y desarrollo rural sostenible ya que ha consolidado e incrementado su producción y exportación.

2.1.4 Exportaciones, importaciones y balanza comercial del sector.

2.1.4.1 Exportaciones:

Gráfica 6. Dinámica anual de exportaciones

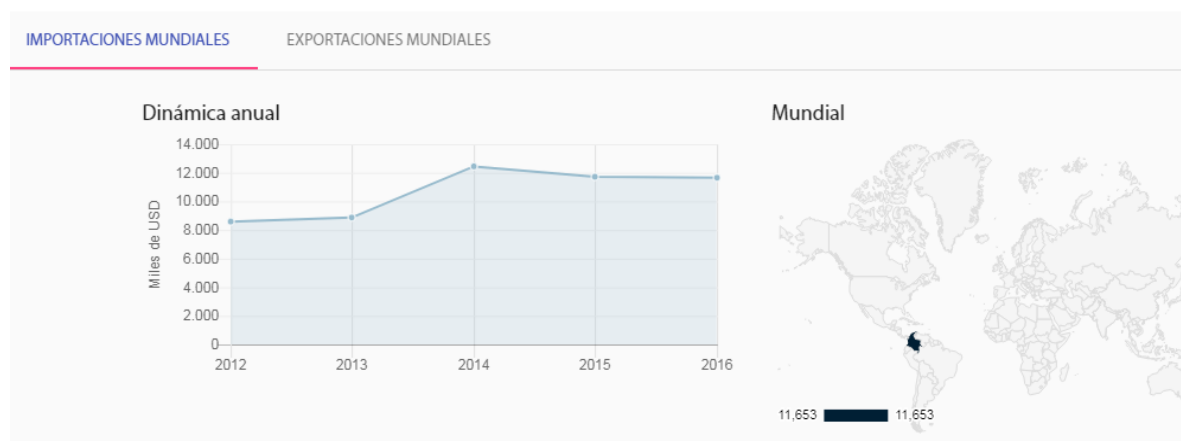


Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Coordinación de inteligencia competitiva -Programa de Transformación Productiva.

Las frutas colombianas tienen cada vez más pedido en el exterior y es evidente el aumento de las exportaciones alrededor del mundo. En 2015 se apostó a un crecimiento económico a partir del cultivo de las frutas y hortalizas, a la inversión en formación, en asistencia técnica, transferencia de conocimiento. Además, con el programa de Transformación Productiva (PTP) del MinComercio, se inició el fortalecimiento organizacional de las asociaciones que representaban las líneas con potencial exportador. Es por esto que a partir de ese año hubo un aumento tan notorio, se empezaron a identificar las oportunidades, los mercados potenciales y se empezó a invertir más en este sector.

2.1.4.2 Importaciones:

Gráfica 7. Dinámica anual de importaciones

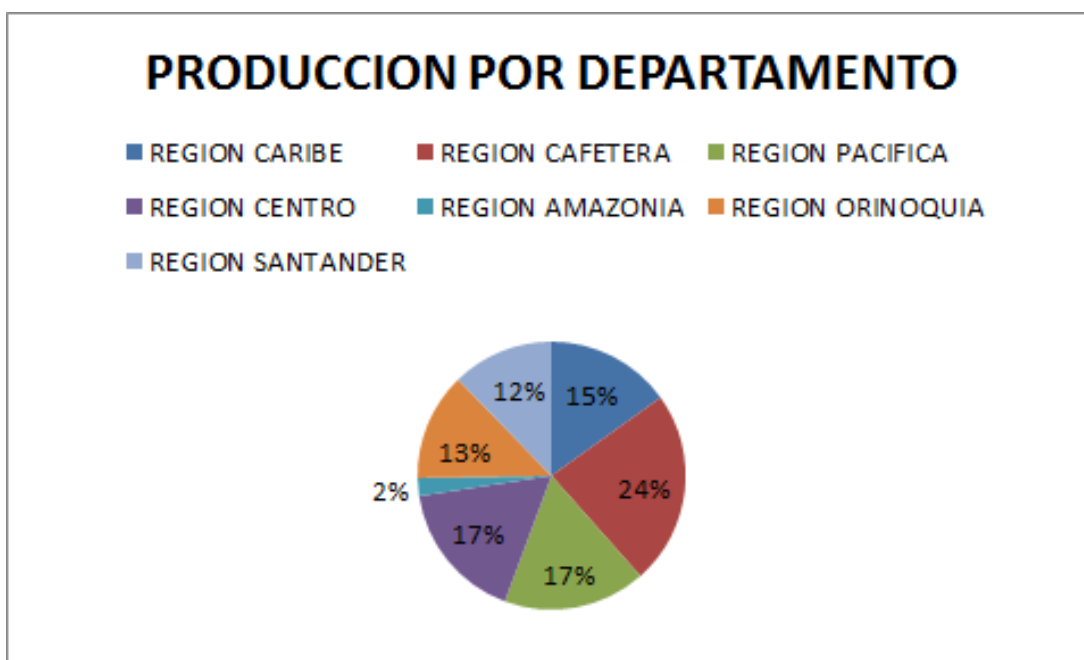


Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Coordinación de inteligencia competitiva -Programa de Transformación Productiva.

A pesar de las sorprendentes características que Colombia tiene para la producción de este tipo de productos del año 2013 a la actualidad la balanza para las frutas y sus derivados es deficitaria ya que para el 2014 las importaciones costaron cerca de USD\$12300 millones donde participaban principalmente melones, manzanas, uvas, duraznos, sandías, cerezas y nueces. En el 2015 el panorama fue similar donde Colombia compraba ese tipo de productos principalmente a Chile, México, Estados Unidos y España. Para el año 2016 el panorama sigue similar con importaciones por trimestres un poco más bajas que el año anterior pero aun así generando déficit en la balanza.

2.1.5 Participación regional en la producción nacional

Gráfica 8. Principales productos por región.



Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a la participación por departamentos sobresalen Antioquia, Santander, Valle del Cauca y Cundinamarca, en donde se aglutina el 36% de la producción total.

En términos de áreas productoras, encabezan la lista las regiones Cafetera, Centro y Pacífica concentrando el 57% de la producción Hortofrutícola nacional, equivalente a 6,4 millones de toneladas. Es de anotar que el 78.5% de las exportaciones tuvieron como procedencia antes de dirigirse a puerto los productos departamentos de Antioquia, Cundinamarca y Valle, lo que muestra la importancia hortofrutícola de estos departamentos.

En la tabla a continuación se puede evidenciar la Distribución de la producción nacional hortofrutícola por departamentos en Miles de Toneladas

A continuación, se adjunta una tabla con cifras dadas en miles de dólares, en cuanto a ventas por departamento con el código arancelario 2008999000.

Gráfica 9. Ventas por departamento del código arancelario

Miles de dólares.

Departamento	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017 Ene-Jun	2018 Ene-Jun	2017/2016 Var %	2018/2017 Var % Ene-Jun	TCAC 2017/2010
Antioquia	4,445	7,321	8,840	9,337	9,459	11,458	12,874	14,971	7,293	9,190	16.3	26.0	18.9
Valle del Cauca	4,147	4,291	1,331	2,296	3,503	4,011	7,149	8,729	3,378	5,523	22.1	63.5	11.2
Bogotá, D.C.	1,006	3,030	1,118	1,681	2,282	2,829	3,361	4,012	1,554	2,668	19.4	71.7	21.9
Bolívar	0	755	138	81	1,016	2,665	46	192	45	2,370	314.4	5,145.4	159.2
Caldas	1,951	2,100	2,650	3,242	3,477	4,072	3,610	4,605	1,951	2,363	27.6	21.1	13.1
Magdalena	0	399	756	1,422	493	1,750	1,903	1,761	652	1,082	-7.5	66.1	371.5
Risaralda	3,054	2,847	4,634	5,194	3,835	2,897	6,555	7,391	3,579	1,031	12.8	-71.2	13.5
Cundinamarca	276	414	164	320	2,704	4,608	3,537	2,524	1,472	862	-28.7	-41.4	37.2
Quindío	314	76	54	31	154	182	480	1,045	540	547	117.7	1.3	18.8
Huila	0	0	0	0	49	0	49	0	0	66	-100.0	0.0	N.C.

Cifras en miles de dólares. Fuente: DANE-DIAN. Cálculos: Coordinación de Inteligencia Competitiva - Programa de Transformación Productiva.. Última actualización: Agosto de 2018.

Fuente: Programa de Transformación productiva.

2.1.6 Empresas productoras a nivel nacional y regional

Cuadro 1. Empresas productoras a nivel regional

NOMBRE	REGIÓN	DESCRIPCIÓN	TIPO DE SOCIEDAD
Ilama Frutas Y Pulpas	Valle	Comercio al por mayor de materias primas, agropecuarias y animales vivos.	S A T
NUTRIUM	Valle		S.A.S
Distribuidora de pulpas frutas y verduras la casera	Valle	Procesamiento y conservación de frutas legumbres hortalizas y tubérculos.	LTDA
Ind Vallecaucana De Pulpas De Frutas	Valle	Comercio al por mayor de productos alimenticios	LTDA
Despulpadora De Frutas La Chucureña	Santander	Cultivo de frutas tropicales y subtropicales	LTDA

Pulpas Y Frutas De Santander Pulpisan	Santander	Procesamiento y conservación de frutas legumbres hortalizas y tubérculos	S A S
Asociación De Productores De Pulpa De Fruta De Palestina Asopropulpa	Cesar	Actividades de otras asociaciones.	ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO
Asociación Empresarial De Derivados Lácteos Y Transformación De Frutas Inyapa	Cauca	Actividades de otras asociaciones	ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO
Fundación De Productores Transformadores Comercializadores De Productos Agropecuarios Y Sus Derivados Frutales Y Lácteos	Cauca	Actividades de otras asociaciones	ENTIDAD SIN ÁNIMO DE LUCRO
Comercializadora De Pulpa De Frutas De Colombia	Nariño	Procesamiento y conservación de frutas legumbres hortalizas y tubérculos	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA
Frutas Y Pulpas Del Huila Sas	Huila	Comercio al por mayor de productos alimenticios	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA
Asociación De	Huila	Actividades de otras	ENTIDAD SIN ÁNIMO

Productores De Frutas Y Verduras De Garzón Departamento Del Huila		asociaciones	DE LUCRO
-------------------------------------------------------------------------------	--	--------------	----------

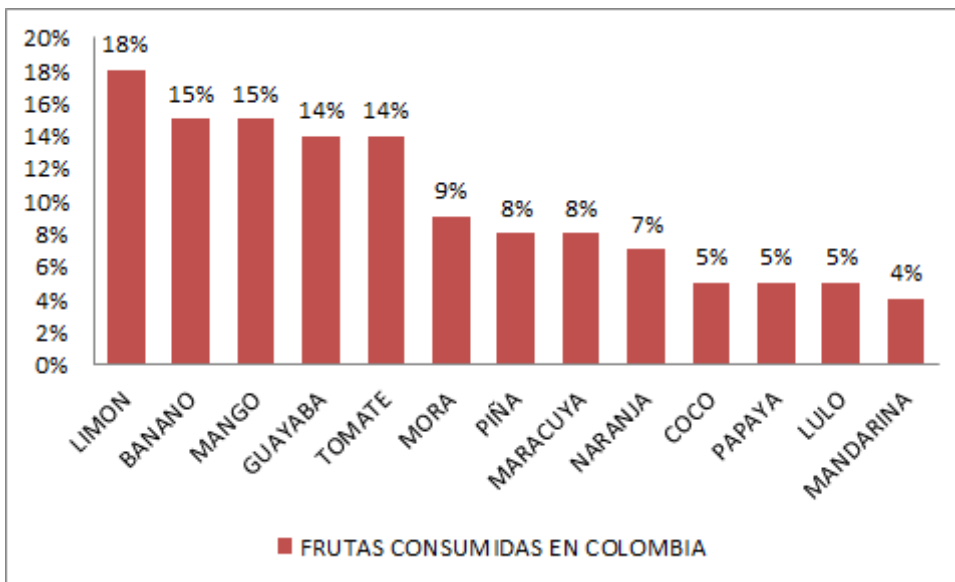
2.1.7 Cifras de consumo

El mercado de pulpas de fruta es muy apetecido nacional e internacionalmente es por esta razón que el consumo de frutas en todas sus presentaciones es muy alto en Colombia, por este motivo Colombia es el segundo país que más consume jugos naturales según una investigación realizada por la Escuela de Nutrición de la Universidad de Tufts en la ciudad de Boston.

Teniendo en cuenta esto la producción de frutas en Colombia es demasiado alta rodea casi los 9.5 millones de toneladas en todas las variedades de frutas, para posteriormente ser procesadas de distintas formas, en este caso como pulpa de fruta.

En Colombia el consumo de frutas se divide de la siguiente manera:

Gráfica 10. Consumo de frutas en Colombia



Fuente: Elaboración propia.

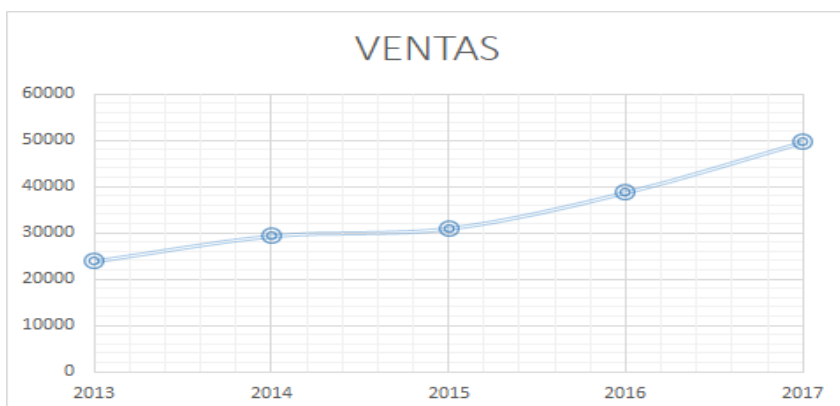
Colombia es el segundo país que más consume jugos naturales según una investigación contempló un periodo de 20 años, entre 1990 y el 2015, fue iniciativa de la Escuela de Nutrición de la Universidad de Tufts, en la ciudad de Boston. Datos que arrojan que, el mayor consumo de jugos de frutas se dio por parte de las mujeres entre los 20 y los 39 años de edad y la mayor demanda de los mismos está ligada a los países de mayores ingresos.

En este caso, en cuanto a países, el primer lugar lo ocupa Nueva Zelanda con un promedio de 0,83 porciones por día. Le sigue Colombia con 0,80 y en tercer puesto se ubica Gabón, al sur del Sahara.

2.2 Análisis Financiero NUTRIUM S.A.S

2.2.1 Indicadores de tamaño

- Ventas:



Gráfica 11. Ventas empresa NUTRIUM SAS 2013-2017

Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

Respecto a las ventas de la empresa dentro del periodo 2013 al 2017 se evidencia un crecimiento de 107%, ya que para el año 2013, las ventas fueron de 23.936 y para el 2017 eran más del doble con 49.615.

- Activos:

Gráfica 12. Ventas empresa NUTRIUM SAS 2013-2017

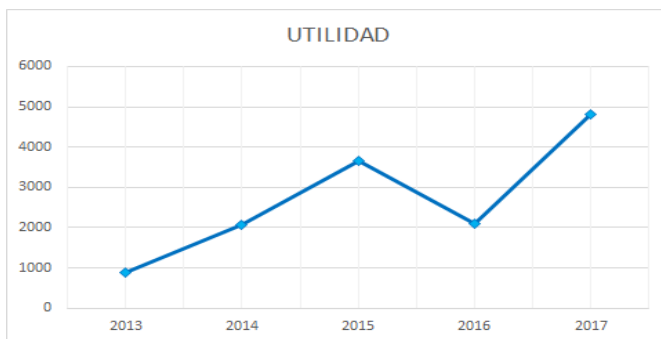


Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

Se observa un aumento considerable de los activos de la empresa NUTRIUM SAS, especialmente entre el año 2016-2017 que presentó un incremento de 157%. Entre las razones a las que se puede deber este aumento se encuentra el aumento de pasivo total, el cual aumentó en 131%.

- Utilidad

Gráfica 13. Utilidad NUTRIUM SAS 2013-2017



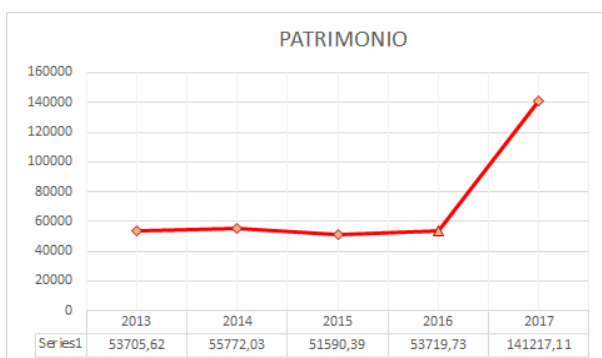
Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

Se muestra que la utilidad de la empresa ha presentado aumento desde el año 2013 hasta el 2015. En este año se observa que hubo decrecimiento hasta el año 2016, año en que se recuperó y ha presentado los mejores resultados. Esto puede ser explicado por incrementos

en ventas tanto nacionales como exportaciones, además de reducción en costos de producción.

- Patrimonio

Gráfica 14. Patrimonio NUTRIUM SAS 2013-2017



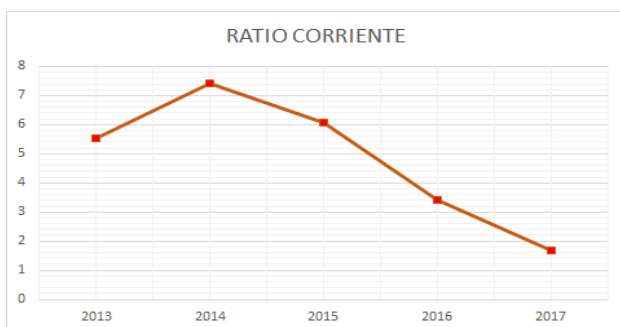
Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

En relación al endeudamiento de NUTRIUM SAS, se mantiene constante desde el año 2013 al 2016. En este último año, se aprecia un aumento significativo de 162,8%. Esto puede ser explicado por adquisición de bienes por parte de la empresa. Si se relaciona, activos, pasivos y patrimonio, se puede inferir que la empresa se ha endeudado para comprar más maquinaria o expandir su planta productiva, lo cual constituye el patrimonio.

2.2.2 Indicadores de liquidez

- Ratio Corriente

Gráfica 15. Ratio Corriente NUTRIUM SAS 2013-2017

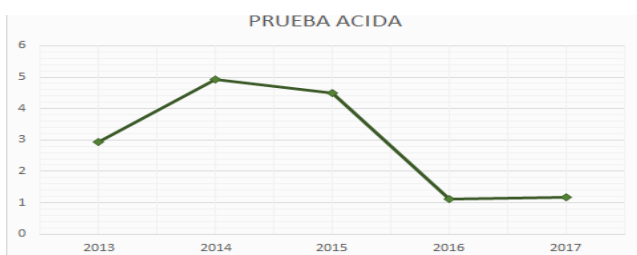


Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

En la gráfica anterior se aprecia que la ratio corriente ha venido disminuyendo, lo que quiere decir que la capacidad que tiene la compañía para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo es baja. Esto se puede explicar por el aumento de pasivos que se tuvo, que genera que parte de su capacidad para asumir sus deudas está copada.

- Prueba Ácida

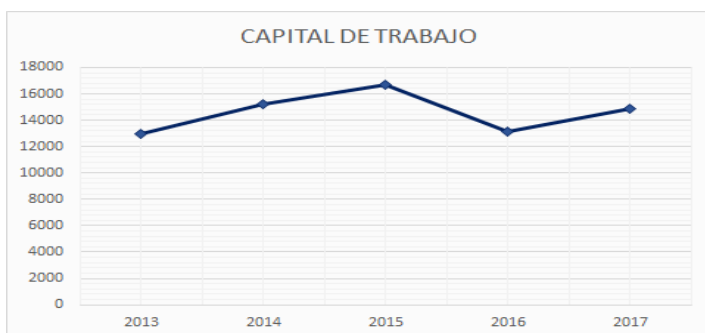
Gráfica 16. Prueba Ácida NUTRIUM SAS 2013-2017



Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia.

Se ilustra que NUTRIUM ha perdido la capacidad de cumplir con sus obligaciones financieras solamente con su liquidez, lo cual significa que sus activos corrientes, cuentas de cobro e inversiones temporales se han reducido. Esto a su vez, se afirma con el aumento de los periodos de cobro que se han presentado, lo cual no les permite tener un alto flujo de liquidez.

Gráfica 17. Capital de trabajo NUTRIUM SAS 2013-2017



- Capital de trabajo

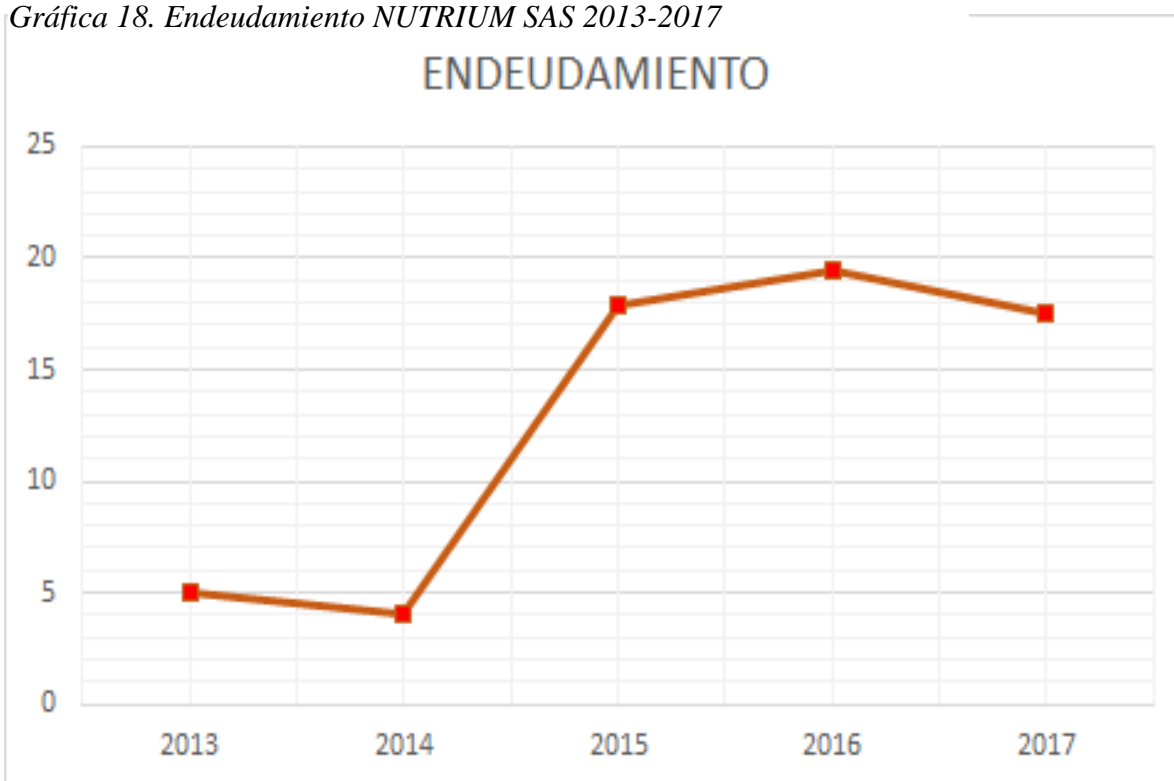
Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

Se puede observar se ha mantenido relativamente constante, con solo una leve disminución en el año 2016, pero después muestra recuperación. Esto quiere decir que la empresa después de haber pagado sus pasivos de corto plazo, sigue mantiene un nivel estable de liquidez.

2.2.3 Indicadores de endeudamiento

- Endeudamiento

Gráfica 18. Endeudamiento NUTRIUM SAS 2013-2017

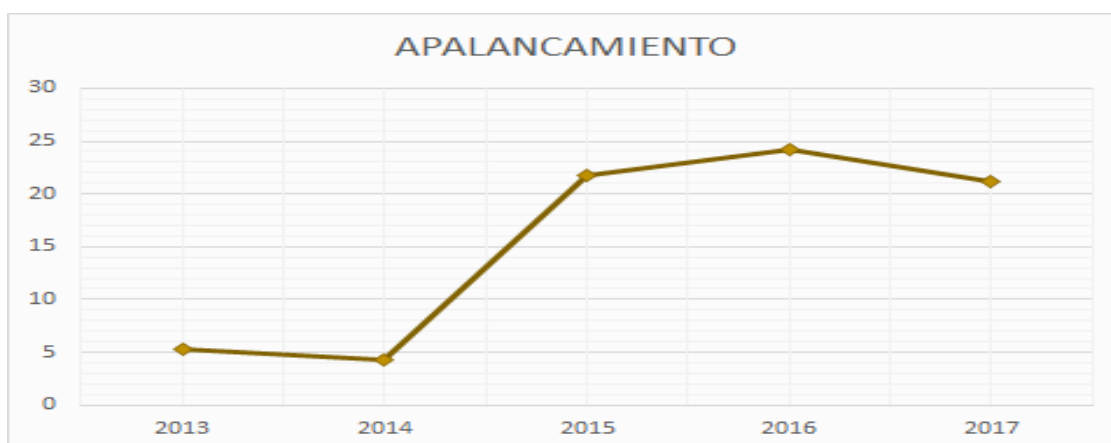


Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

En la gráfica anterior se puede apreciar como el nivel de Endeudamiento en NUTRIUM SAS aumentó considerablemente a partir del año 2014, lo cual quiere decir que parte de la empresa se ha cedido y/o está financiado por terceros. Esto se puede explicar con el aumento de pasivos que la empresa NUTRIUM SAS presenta.

- Apalancamiento

Gráfica 19. Apalancamiento NUTRIUM SAS 2013-2017

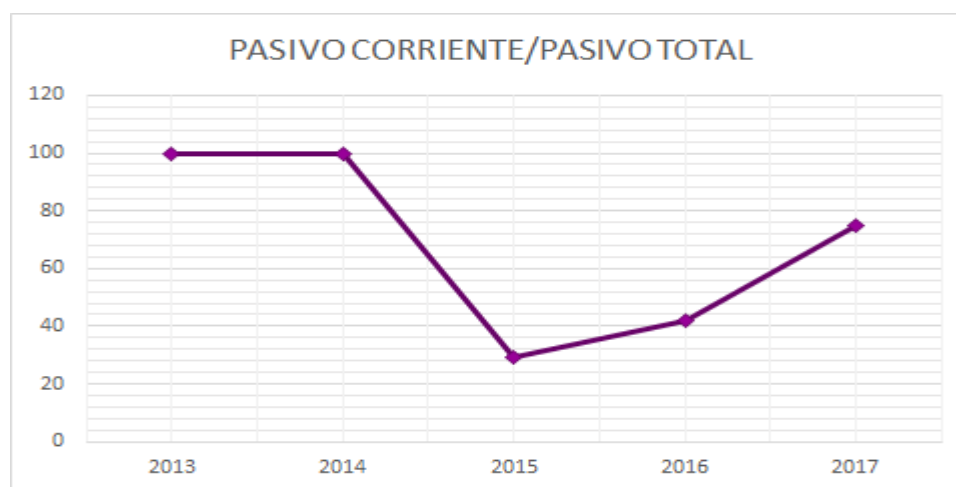


Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

En la gráfica anterior, se evidencia un aumento en el nivel de apalancamiento de la empresa a partir del año 2014 teniendo su punto más alto en el año 2016, año en que también empezó a bajar, por el empiezo de pago de la financiación. Esto a su vez, se podría relacionar con el aumento de pasivos y activos que tuvieron, posiblemente por la compra de maquinaria o ampliación de empresa dentro de las posibles causas por medio de financiamiento.

- Pasivo Corriente / Pasivo total

Gráfica 20. Pasivos corrientes / pasivo total NUTRIUM SAS 2013-2017

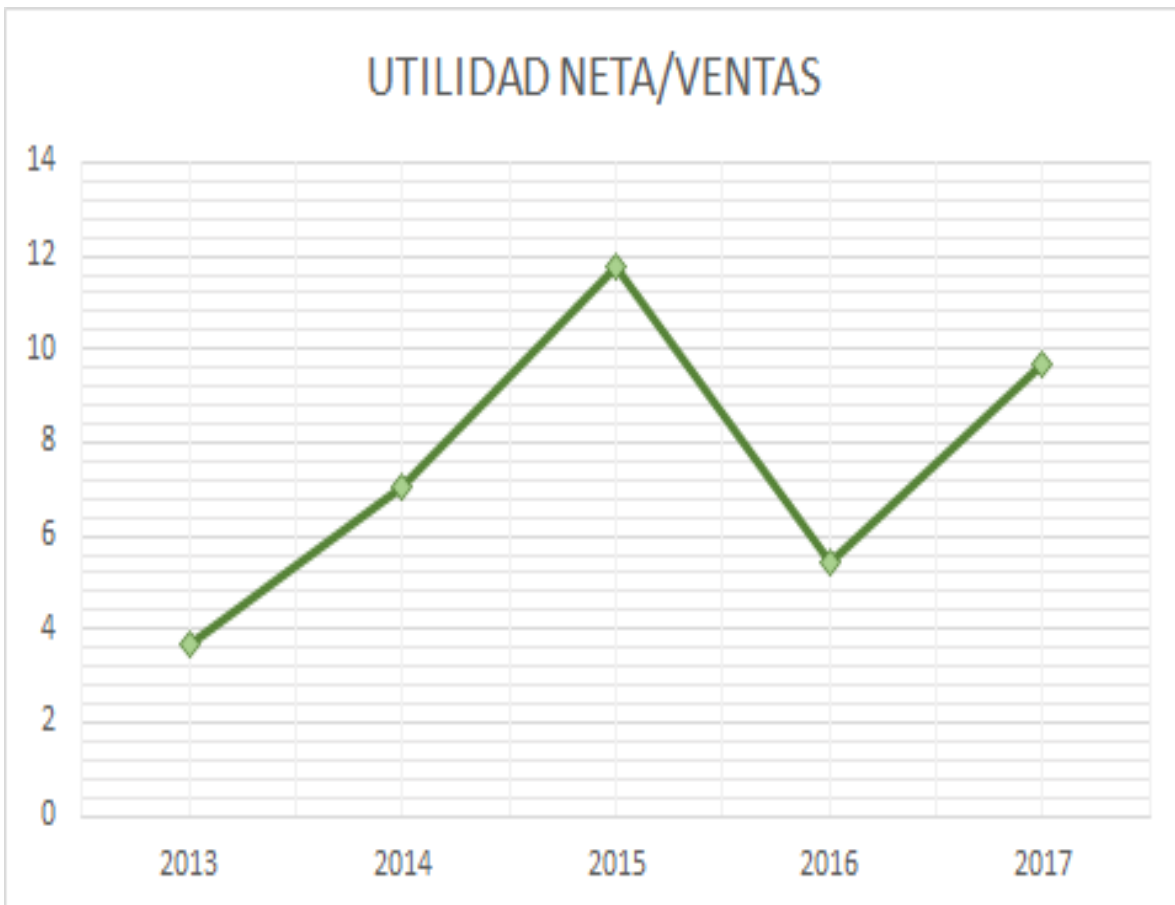


Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

En la gráfica que se presentó anteriormente, se puede observar cómo a partir del año 2014 la solvencia de la empresa aumentó hasta el año 2015, año desde el cual se empezó a reducir, es decir, que el plazo de sus endeudamientos se empezó a reducir.

2.2.4 Indicadores de rentabilidad:

- Utilidad neta / ventas

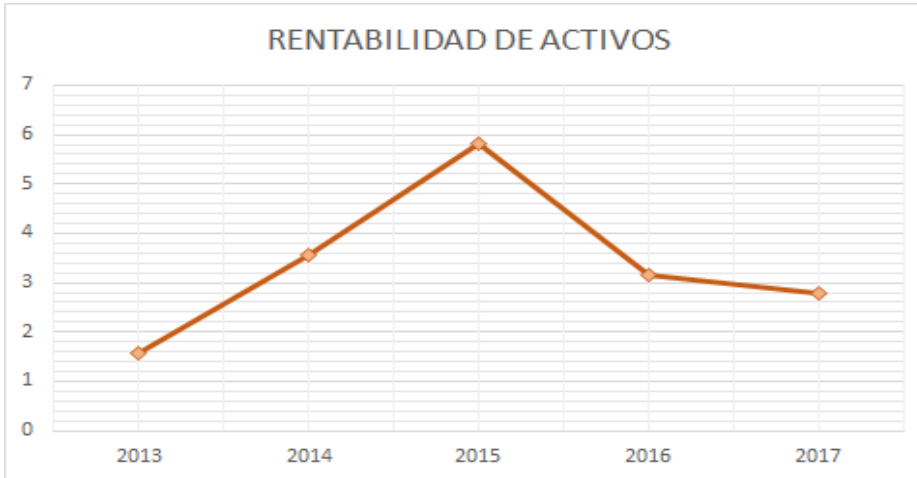


Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

En la gráfica anterior, se muestra como ha habido una amplia variación a lo largo de los años, de la capacidad para producir rentabilidad sobre las ventas, y que en el año 2017 se encuentra más baja con respecto al año 2015.

- Rentabilidad de activos

Gráfica 21. Rentabilidad de activos NUTRIUM SAS 2013-2017

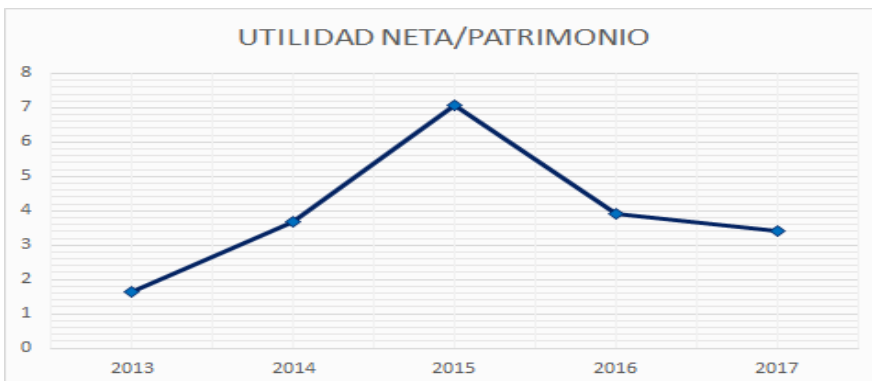


Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

Los beneficios que está teniendo la compañía no corresponden, a lo que deberían tener en relación con los activos de la compañía. Por esto se evidencia un decrecimiento en la actividad de la compañía en referencia a este ítem midiendo la rentabilidad de los activos de una empresa, en relación con los beneficios netos y los activos totales de la sociedad.

- Utilidad neta/ patrimonio

Gráfica 22. Utilidad neta / patrimonio NUTRIUM SAS 2013-2017



Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

Podemos evidenciar en la gráfica anterior que, tuvo un aumento del año 2013 al año 2015 y, a partir de este año la utilidad neta de la empresa ha sufrido un índice de declive lo cual quiere decir que la tasa de oportunidad que los inversionistas están teniendo dentro de la compañía no es la ideal para conservar su posición accionaria en la misma.

- Utilidad operacional / ventas

Gráfica 23. Utilidad operacional / ventas NUTRIUM SAS 2013-2017

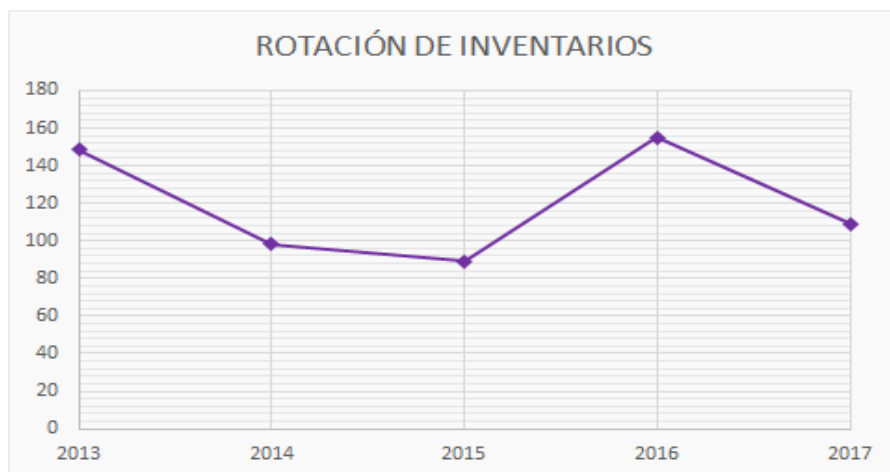


Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

Se puede observar que la empresa en el año 2013 a 2015 aumentó la utilidad en 3.55% principalmente originado por la disminución de los costos de ventas en especial por materia prima, así como los gastos operacionales. Por otro lado, de 2015 a 2016 disminuyó la utilidad operacional en 0.54% generado por un aumento de los costos de venta. De 2016 a 2017 volvió a aumentar la utilidad operacional en 1.36%.

2.2.5 Indicadores de Eficiencia.

Gráfica 24. Indicadores de eficiencia NUTRIUM SAS 2013-2017



Fuente: BENCHMARK. Elaboración propia

Durante el lapso comprendido del 2013 al 2015 hubo una disminución en la rotación de productos por parte de la empresa, estos permanecían alrededor de 4 días almacenados y es la rotación más baja en los últimos 5 años, se evidencia que los productos permanecían más tiempo en bodega en comparación con los siguientes años. Por otro lado, del 2015 al 2016 ocurrió todo lo contrario, la empresa aumentó su rotación periódicamente, permaneciendo aproximadamente de 2 días almacenados, lo que refleja que las mercancías permanecieron menos tiempo en bodega. En el 2017, los productos permanecían alrededor de 3 días en bodega antes de ser despachados.

2.3 Análisis del producto (Tabla)

Cuadro 2 Análisis del Producto

Nombre del producto seleccionado	Posición arancelaria	Descripción del producto
Acuerdo al código arancelario: ARIAN		Competidores en Colombia: <ul style="list-style-type: none">• FONTUS S.A.S

	<p>Código de clasificación arancelaria: 2008.90.20.00</p>	<ul style="list-style-type: none"> • FRUGY S.A. • FRUTAS Y VEGETALES SABLE LTDA • SOANSES LTDA • PRODUCTORA DE JUGOS S.A.S.
<p>Descripción física del producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tamaño: 20 x 30 cm Bolsa bilaminada impresa o sin impresión o bolsa de polietileno sin impresión, embalada en caja de cartón o canastilla con o sin bolsa máster de polietileno de baja densidad • Etiquetado: El producto lleva impresa la siguiente información, ya sea en el empaque directamente o en la caja de cartón: El nombre del producto, lista de ingredientes, fecha de vencimiento, el lote, condiciones de almacenamiento y peso neto. Información sobre el país de origen y el procesador: nombre, dirección y teléfono. • Peso: 1 kg • Color: Depende de la Fruta 		<p>Mercados En Que Tiene Presencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Argentina • Estados Unidos • Países Bajos • Chile • Australia • Puerto Rico • Panamá • Jamaica • Nueva Zelanda • Uruguay • Reino Unido • Cuba • México • Alemania • Israel • República Dominicana
<p>Fotografía del producto.</p>		<p>Innovación del producto: Nutrium S.A.S. como una de las empresas líderes en producción, comercialización y exportación de frutas tropicales implementa un</p>

Pulpa de frutas

Sano y natural en tu boca



sistema de Bioregulación en sus cultivos por las distintas temporadas por lote:

Uso de reductores de crecimiento (disminuir hormonas de crecimiento). PBZ

- Uso de madurantes (acelerar maduración).

Ethephon.

- Uso de reiniciadores de crecimiento (Reac5var yemas). Nitrato de

potasio

- Uso de reguladores de crecimiento antes y después de la floración (citoquininas, auxinas y giberilinas).

Por otro lado encontramos que los productos de frutas tropicales Colombianos son muy apetecidos y de gran relevancia a nivel internacional por lo cual sería un valor agregado y diferenciador en la preferencia de consumo en el extranjero.

Precio en el mercado

local:

\$16.000 COP cada kg

2.4. Bibliografía

- <http://nutrium.co/home/>
- <https://www.legiscomex.com/>
- <https://bck.emis.com/?sv=BCK&pc=CO>
- <https://www.ptp.com.co/ptp-sectores/agroindustria/frutas-y-sus-derivados>
- <https://www.maro.com.co/apuesta-pdp/4>
- <https://www.dian.gov.co/>
- <http://www.dane.gov.co/>
- <http://www.portafolio.co/tendencias/colombia-segundo-pais-consume-jugos-naturales-66248>