

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

**ESTRATEGIA PARA LA EXPORTACIÓN DE DURAZNO
DESHIDRATADO, DESDE EL MUNICIPIO DE CHITAGÁ.
UNA PROPUESTA PARA EL DESARROLLO RURAL**

ELABORADO POR:

ANDREA VELASCO VARGAS

**PROGRAMA DE ECONOMÍA
TRABAJO DE GRADO**

COLOMBIA, 2021

Resumen

La producción de durazno en Colombia, procede de diferentes lugares del país, por lo cual la investigación se establece en el departamento de Norte de Santander, especialmente en el municipio de Chitaga, como ejemplo de los departamentos con altos niveles diversidad productiva. El análisis a continuación, se centra en el durazno como fruta predilecta. Busca generar un incentivo para las regiones de cultivar fruta de una manera sostenible, mediante la implementación de procesos de deshidratación, que mantengan una conexión sustentable con el medio ambiente.

El municipio de Chitagá, gracias a variabilidad climática y geográfica, permite, el establecimiento de diferentes tipos de cultivo, la mayor parte del área sembrada corresponde al cultivo de durazno, siendo este la principal fuente de ingresos del municipio. La producción de durazno en Chitagá, se comercializa principalmente en los municipios aledaños y, en las ciudades como Bucaramanga, Cúcuta y Bogotá.

Debido a la importación de durazno, los precios y el excedente de producción, no siempre son rentables para los agricultores. Una alternativa para mitigar la pérdida en excedente de producción, es la deshidratación del durazno, dado que puede dilatar el proceso de descomposición, uno de los principales problemas en la pos cosecha del producto, también, facilita el transporte, el almacenaje e incluso la presentación de la fruta. El otorgarle un valor agregado de estas características, ampliaría las posibilidades de inserción del producto en el mercado internacional.

Según el contexto, surge la necesidad de establecer una estrategia, que fomente la creación de una línea de producción con el objetivo de exportar durazno deshidratado, que impulse el desarrollo local del municipio.

Resulta útil determinar el nivel de conocimiento de la población campesina en esta zona, respecto a los procesos de exportación, para el desarrollo del objetivo se realizó un sondeo, aplicado a una muestra de treinta agricultores escogidos aleatoriamente, los resultados indican que la falta de conocimiento es una de

oportunidad que se puede mejorar a través de la implementación de la estrategia.

Abstrac

Peach production in Colombia comes from different parts of the country, for which the research is established in the department of Norte de Santander, especially in the municipality of Chitaga, as an example of departments with high levels of productive diversity. The discussion below focuses on the peach as a fruit of choice. It seeks to generate an incentive for the regions to grow fruit in a sustainable way, through the implementation of dehydration processes that maintain a sustainable connection with the environment.

The municipality of Chitagá, thanks to climatic and geographical variability, allows the establishment of different types of crops, most of the planted area corresponds to the cultivation of peaches, this being the main source of income for the municipality. Peach production in Chitagá is marketed mainly in the surrounding municipalities and, in cities such as Bucaramanga, Cúcuta and Bogotá.

Due to the import of peaches, prices and surplus production, they are not always

profitable for farmers. An alternative to mitigate the loss in production surplus is the dehydration of the peach, since it can delay the decomposition process, one of the main problems in the post-harvest of the product, it also facilitates transport, storage and even presentation. of the fruit. Giving it an added value of these characteristics would expand the possibilities of insertion of the product in the international market.

Depending on the context, the need arises to establish a strategy that encourages the creation of a production line with the objective of exporting dehydrated peaches, which promotes the local development of the municipality.

It is useful to determine the level of knowledge of the peasant population in this area, regarding the export processes, for the development of the objective a survey was carried out, applied a sample of thirty randomly chosen farmers, the results indicate that the lack of knowledge is one of opportunity that can be improved through the implementation of the strategy.

Introducción

El desarrollo de una propuesta de análisis del sector frutícola de durazno en Chitagá - Norte de Santander, que permita en primer lugar, determinar las necesidades de los agricultores en términos de producción, capacitación y tecnificación, para la deshidratación de fruta, así mismo, establecer un escenario que identifique las condiciones físicas, de factores, inversión y capital, que sirva de alusión para la creación o perfeccionamiento de una estrategia de mercado, con el objeto de vislumbrar de manera más específica el potencial exportador en los que se puede incluir a Colombia en el mercado emergente. Fundamentado en la carencia de capacitación, en las continuas pérdidas de alimentos, que se presenta del durazno en el municipio de Chitagá y la creciente demanda de frutos deshidratados, se estima la oportunidad que pudiera significar un análisis más minucioso, a fin, contribuir al crecimiento del sector, diversificar la canasta exportadora y al desarrollo rural del municipio.

Existen países que no son productores de fruta, o sus climas extremos dificultan la agricultura, e importan desde otros lugares con altos costos, desde fruta fresca como deshidratada. La fruta deshidratada es un producto aún desconocido para la mayoría de los colombianos; debido a la facilidad para conseguir fruta fresca y la gran variedad, resulta que deshidratar fruta no sea tan necesario para consumirla, no obstante, el surgimiento de sociedades más saludables, encontramos que los cereales y frutos secos juegan un papel importante en la dieta, gracias a su larga duración, tamaño y gran contenido proteico. Cuando una fruta es deshidratada, se elimina aproximadamente el 70% de agua que contiene la fruta, como resultado se obtiene una fruta mucho más pequeña, con sabor más concentrado y con los mismos valores nutricionales que la fruta original.

La idea de una estrategia constituye un elemento eficaz, en la definición del rumbo de la propuesta, con base a la información del departamento y su producción, se busca diseñar un instrumento útil, en el cual se fijen los objetivos, propósitos y recursos para medir el grado cumplimiento del plan, a fin, de orientar el conjunto de acciones que se deben seguir en caso en que se decida implementar.

Contenido

I. Capítulo: ESTRATEGIA PARA LA EXPORTACION DE DURAZNO DESHIDRATADO, DESDE EL MUNICIPIO DE CHITAGÁ, UNA PROPUESTA PARA EL DESARROLLO RURAL.	6
I.1 Descripción del problema.....	6
I.2 Formulación de problema	7
I.3 Justificación	7
II. Capitulo: Objetivos	9
II.1 Objetivo general	9
II.2 Objetivos específicos	9
II.3 Metodología	10
III. Capitulo: Estado del arte	11
III.1 Marco Teórico.....	16
III.2 Marco Legal.....	22
III.3 Marco conceptual.....	24
III.4 Marco contextual.....	25
IV. Capitulo: Producción de durazno	28
IV.1 Chitagá	28
IV.1.1 Condiciones de producción de durazno en el municipio de Chitagá.....	30
V. Capitulo: Datos obtenidos mediante sondeo.....	33
V.1 Exportación	33
V.1.1 Incentivos de financiación	35
V.1.2 Excedente de Producción y pérdida	36
V.1.3 Tecnificación	38
V.1.4 Deshidratación	39
VI. Capitulo: Estrategia	41
VI.1 Implementación de estrategia Exportadora:.....	41
VI.1.1 Etapa 1: Preparación del producto.....	41
VI.1.2 Etapa 2: Potencial Exportador	44
VII. Capitulo: Resultados	51

VIII. Capítulo: Conclusiones 53
IX. Bibliografía 61

Tabla 1 31
Tabla 2 32
Tabla 3 33
Tabla 4 34
Tabla 5 41
Tabla 6 47
Tabla 7 50
Tabla 8 55

I. **Capítulo: ESTRATEGIA PARA LA EXPORTACION DE DURAZNO DESHIDRATADO, DESDE EL MUNICIPIO DE CHITAGÁ, UNA PROPUESTA PARA EL DESARROLLO RURAL.**

Planteamiento del Problema

1.1 Descripción del problema

La agricultura en Colombia es un elemento importante en la economía del país, Según datos obtenidos por el Banco Mundial la agricultura en Colombia representa el 6,3% del producto interno bruto (PIB)¹, dentro del mercado nacional, se encuentran frutas, tubérculos, plantas ornamentales y aromáticas cultivadas en el sector rural (MIN. AGRICULTURA, 2018). En Colombia existe la Sociedad de Agricultores SAC², la cual vela por los derechos e intereses de los productores, no obstante, la creación de empresas y la comercialización de los productos agrícolas se ve limitada por las tecnologías de otros países para procesar los alimentos, disminuir el precio internacional y aumentar el costo nacional. En el caso de la producción de durazno, el 28% del total general corresponde al departamento de Norte de Santander, después del departamento de Boyacá y para el municipio de Chitagá, la participación es de un 9.2%, (MINAGRICULTURA, 2017) lo que indica que el municipio jalona en gran medida el ingreso del departamento. El problema surge cuando aumenta la importación de durazno en grandes cantidades y en condiciones físicas más llamativas, lo cual disminuye la demanda del producto que se comercializa en las principales ciudades (Bucaramanga, Cúcuta y Bogotá).

¹ 2015

² La Sociedad de Agricultores de Colombia, SAC, es la máxima asociación gremial agropecuaria de carácter nacional, integrada principalmente por las diferentes asociaciones, instituciones y empresas de la producción agrícola y pecuaria del país. Quienes representan a su vez a la mayoría de los productores del campo, así como a medianos y grandes empresarios de la agroindustria nacional.

El durazno deshidratado, surge como alternativa para evitar la pérdida del excedente de producción en el municipio. En los últimos años la venta de fruta deshidratada se ha disparado drásticamente, gracias a las tendencias de consumo hacia los alimentos naturales y orgánicos, el mercado de la fruta se presenta como una oportunidad para aproximadamente 18 empresas en Colombia (PROCOLOMBIA, 2019) que buscan un crecimiento económico a partir de la comercialización de dicho producto, no obstante la falta de reconocimiento y la falta de visibilidad del sector hacen de este un producto casi imperceptible para el mercado colombiano e internacional. Dentro de las exportaciones encontramos que “*Colombia ha exportado al menos US\$61 millones en pulpas, concentrados, frutas deshidratadas, liofilizadas, enlatadas y congeladas de mango, maracuyá, gulupa, mora, papaya, lulo, entre otros sabores, a más de 46 países*” (PROCOLOMBIA, 2019), que se distribuyen en países como Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Países Bajos y Francia. Estas cifras muestran que ya existe un comercio de frutas, sin embargo, se requiere un mejor enfoque de las capacidades para aprovechar de manera óptima la gran variedad de frutas y, verduras deshidratadas que nuestro país puede llegar a producir.

Una estrategia de comercialización del durazno deshidratado significa la oportunidad para la incorporación de un producto manufacturado de manera natural, y un importante avance en los procesos de transporte y conservación de las frutas para su distribución

1.2 Formulación de problema

¿Cuál es la demanda de recursos de los productores del municipio de Chitagá para establecer una estrategia que les permita la tecnificación de procesos para la exportación de fruta deshidratada?

1.3 Justificación

En Colombia la producción de durazno se da en regiones frías o templadas, como lo son los departamentos de Boyacá, Santander y Norte de Santander, lugares cuyas condiciones

climáticas permiten la creación de amplios cultivos dedicados a la producción de dicho fruto. El aumento que ha tenido la producción de durazno ha significado una disminución del precio y un aumento en los costos de mantenimiento de los cultivos (pesticidas, usos del suelo, mano de obra, entre otros.) por tanto existe una descompensación a la hora de analizar la oferta de durazno en el cual el excedente del mismo genera una pérdida para los agricultores³.

El análisis de la comercialización del durazno deshidratado en el mercado internacional, permitirá conocer la manera, en la que se puede llegar a optimizar los procesos de producción no solo del durazno, sino que abrirá paso a un modelo en el que el desarrollo, comienza desde el campo colombiano, hacia el resto del mundo.

En Colombia, existen aproximadamente 18 empresas distribuidoras de fruta deshidratada en todo el territorio nacional (PROCOLOMBIA, 2019), las cuales adquieren su materia prima del mercado local, sin tener distribuidores directos, o sea agricultores sino empresas distribuidoras de fruta, según datos tomados por el DANE se exportan aproximadamente 80,3 millones dólares de frutas procesadas⁴, lo que refleja una participación de las frutas deshidratadas dentro de la canasta exportadora, en las que se encuentran: *La Uchuva, Pitaya, Uchuva, Gulupa, Lima Tahití, naranja y granadilla, teniendo una participación de 17,14% sobre el total de frutas exportadas.* (DANE, 2019)

A nivel mundial los principales importadores de fruta deshidratada son Estados Unidos, Holanda y Alemania los cuales jalonan el consumo de este producto⁵, el cual se hace más grande cada vez y que gracias a las tendencias por los alimentos saludables han hecho de este un alimento indispensable en la dieta de las personas que cuidan de su salud, la característica de los países desarrollados en términos alimenticios es la cultura de pagar y consumir por productos de calidad en pro del bienestar nutricional, de esta manera la oportunidad con la que cuenta Colombia es interesante pues en el país, *se destaca que la producción hortifrutícola participó con un 26 % en el total del sector agrícola de 2018, lo cual ubica al sector como uno de los más relevantes en el desarrollo del agro en Colombia*”

³ Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), 2016 - “Pérdidas y Desperdicios de Alimento en el Mundo”

⁴ 2019.

⁵ FEDEFRUTA – Chile, 2020. Consumo mundial de frutas deshidratadas.

(ASOHOFrucol, 2018) lo que sugiere que existe una gran capacidad productiva para crear un fuerte comercial en este aspecto, pues, una peculiaridad es que en Colombia la producción de durazno está tomando cada día más impulso, las condiciones climáticas y los pisos térmicos posicionan a Colombia como potencial exportador de este tipo de productos.

De este modo construir un modelo para impulsar el sector, es una táctica vital para así permear partiendo de la producción agrícola de durazno en el comercio internacional desde otro frente, para satisfacer integralmente la demanda de frutos deshidratados a nivel mundial.

II. Capítulo: Objetivos

II.1 *Objetivo general*

Desarrollar estrategia para la producción de durazno deshidratado en el municipio de Chitagá, que permita aprovechar el potencial exportador.

II.2 *Objetivos específicos*

- Identificar las condiciones de producción del durazno en el municipio de Chitagá - Norte de Santander.
- Evaluar mediante sondeo a los productores para conocer el nivel de conocimiento respecto a los procesos de exportación de fruta.
- Diseñar una estrategia que permita permear en los agricultores de durazno, para la tecnificación de los procesos y alianzas con el sector empresarial a fin de ser exportados.

II.3 Metodología

A fin de cumplir con el objetivo general de este proyecto de investigación, partiendo de la explicación de los hechos propuestos, se realiza una comparación y análisis de los datos obtenidos, para encontrar una correlación o patrones existentes que sugieran una conexión entre los mismos. Mediante el método analítico - descriptivo, se revisaron fuentes primarias y secundarias de tipo mixto, acerca del escenario en que se encuentra la producción de durazno en el municipio de Chitagá. Posterior a ello, se aplicó una encuesta de seis preguntas a una muestra de treinta agricultores en un rango de edad de 30 a 70 años, mediante un muestreo aleatorio simple, se indago si existía algún conocimiento respecto a los procesos de exportación, excedente producción y tecnificación. A partir del análisis de los datos obtenidos, se realiza una estimación cuantitativa descriptiva, con el uso del método analítico – sintético, que sugiere un estudio de los hechos partiendo de una descomposición de los antecedentes del durazno, en cuanto a productividad en el municipio, y los procesos de deshidratación, posterior a ello, integrar las partes para determinar un resultado global, que presente las ventajas o desventajas del mercado. Finalmente se presenta una estrategia segmentada en dos etapas; la primera hace referencia a la preparación producto para ser exportado, en este caso la deshidratación de la fruta mediante la capacitación de los productores, para la segunda etapa se presentó una matriz de países potenciales para la exportación del durazno deshidratado.

La recopilación de los datos por medio de la aplicación del instrumento, en este caso, la encuesta, se realizó a las siguientes veredas del municipio.

Municipio de Chitagá: Veredas

- Carrillo
- Llano grande

A fin de generar una estimación adecuada, se realiza una tabulación de los datos obtenidos de la población, organizados y parametrizados a partir de herramientas digitales.

III. Capítulo: Estado del arte

REQUISITOS PARA EXPORTAR FRUTAS FRESCAS, DESECADAS Y SECAS⁶.

Se presenta la reglamentación y registros necesarios para la exportación y transporte de fruta deshidratada desde San Juan hacia el resto del mundo a partir del análisis del marco legal que rige el transporte de alimentos, se describe paso a paso las condiciones de bioseguridad para cumplir a cabalidad con el debido proceso para llevar a cabo la exportación de fruta deshidratada de manera adecuada. (Agroalimentos del Nuevo Cuyo , 2004)

Metodología: Revisión documental de las normas legales establecidas en el marco institucional para la exportación de alimentos, se hace una adaptación al modelo de exportación de fruta deshidratada.

Resultados: Se define una guía paso a paso con a la debida documentación requerida, así como la visualización de cada una de las especificaciones adaptadas para la comercialización hacia el exterior de fruta.

ESTUDIO DE MERCADO SNACKS DE FRUTA DESHIDRATADA EE.UU⁷.

Chile se considera uno de los principales países productores de diversas frutas como Brasil, Perú, Ecuador, Colombia entre otros de América latina, por tanto, la calidad de los procesos de exportación que presenta el país sugiere una actitud positiva con respecto al resto de países. En un estudio desarrollado por ProChile se analiza la posibilidad de abrir el mercado del comercio de fruta deshidratada hacia Estados Unidos, puesto que es uno de los países que más consumen este tipo de snack en el mundo, *Esta alza se debe fundamentalmente a que el*

⁶ Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) Subsecretaría de Política Agropecuaria y Alimentos – SAGPyA - Puerto Rico 2004.

⁷ Documento elaborado por ProChile y Oficina Agrícola en Washington - Chile 2011.

norteamericano está cambiando sus hábitos alimenticios hacia productos sanos y nutritivos, lo que considera sus snacks, que representan una comida adicional. El cambio se debe, entre otras causas, a las distintas campañas educativas, programas de salud, populares dietas que se han publicitado ampliamente (ej. School Lunch Program y dietas Atkins y South Beach). Gracias a los avances manufactureros y a la diversificación de la oferta del sector se ha encontrado que el aumento de la demanda, permitiendo el surgimiento de nuevos productos saludables y de consumo rápido en América, los cuales jalonan la demanda del producto y permiten el dinamismo del sector. (ProChile, 2011)

Metodología: Estudio de mercado de la balanza comercial de los dos países, verificando la factibilidad y los tratados para la comercialización de fruta, se hace un análisis de las características físicas del producto realizando una comparación con los demás productos similares que se encuentran en el mercado, para definir el perfil adecuado para la comercialización y los factores que facilitan el comercio internacional, desde la división política del país se determina el estado del comercio en cada estado y su comportamiento.

Resultados: Después de analizar el comportamiento de los productos ya existentes se determina la importancia de adaptar el producto a las preferencias de segmentos al que apunta, también ofrecer los formatos adecuados dependiendo el tipo de consumidor al que se quiere llegar, se evidencia que los potenciales consumidores son las personas que cuidan mucho de su salud y personas que hacen ejercicios frecuentemente por ello la necesidad de presentar productos de calidad y muy naturales para potencial su consumo. Dentro de las sugerencias estimadas para el desarrollo del objetivo se habla de la estandarización de tamaño y color de las unidades atrayente.

FORTALECIMIENTO DE CADENAS DE VALOR RURALES⁸

El documento realizado en la colaboración técnica del Ministerio de Economía (MINEC) del Salvador en conjunto con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

⁸ La cadena de snacks nutritivos con base en fruta deshidratada en El Salvador - Indira Romero, Verónica Díaz, Alejandro Aguirre - El salvador 2017.

en México, Analiza la cadena de valor del snack en el salvador en relación a la fruta deshidratada, se determinan los actores necesarios para llevar a cabo la consolidación de la cadena, identificando las características, los posibles vínculos y las restricciones de comercio que se pueden presentar. A partir de la preocupación del gobierno del salvador por diversificar y fortalecer la política industrial para lograr modernizar y organizar de manera eficaz las cadenas productivas, *En la cadena de fruta deshidratada de El Salvador, aún en proceso de consolidación, funcionan dos circuitos de mercado: el del mercado local y el de exportadores y supermercados. En el primero se observa una gobernanza regida por el mercado cuyo mecanismo central es el precio. Las especificaciones de proceso y producto son sencillas de codificar. Esto facilita su transmisión a otros deshidratadores de la región, sin que el comprador tenga que recurrir a inversiones específicas para sostener la transacción. El circuito que dominan los exportadores y supermercados muestra una gobernanza cautiva. Si bien el precio es un factor importante, adquieren gran importancia los aspectos relacionados con la calidad de la fruta deshidratada.* Se hace un recorrido global de cómo se encuentra el mercado de fruta deshidratada en el mundo, se presenta los potenciales consumidores, posterior a ello se realiza la caracterización de la cadena identificando las necesidades que presentan los creadores de nuevos productos de este tipo en el país, y finalmente se hace un análisis económico, de mercado y gobernanza de la cadena.

Metodología: análisis cuantitativo descriptivo en el que se utiliza un instrumento de recolección de datos encuesta, para determinar la percepción y consumo de fruta deshidratada, también se hace una revisión de los datos suministrados por las empresas proveedoras del producto, para definir los costos y el perfil de mercado en que se encuentra, y finalmente se entran a comparar las posibilidades de comercialización nacional en el Salvador como también las posibles estrategias para la exportación de los mimos.

Resultados: En primer lugar se presentan unas restricciones para la comercialización que limitan el crecimiento del sector productivo de la fruta deshidratada, estas restricciones se encuentran en dos grandes vertientes económicas, en principio la apreciación cambiaria limita o más bien incentiva a los productores a comprar frutas frescas a otros países como costa rica y Guatemala, del mismo modo el comportamiento financiero del país se considera de alto riesgo, pues establece que el sector agrícola es poco fiable a al hora de hacer los pagos

de sus créditos, lo establece que las barreras para los inversionistas son altas, también encontramos que en el Salvador no hay un tamaño considerable del mercado, lo que no es favorable a la hora de pensar en una posible alternativa para la exportación. En definitiva, los resultados para la comercialización de fruta en el salvador se ven bastante obstruidos debido a su desempeño económico y también en gran medida a las restricciones sectoriales que presenta, como que el cultivo de fruta que en dicho país no es representativo por tanto no existe una fuerte demanda del mismo y desincentiva a la inversión de posibles proyectos. (CEPAL, 2017).

ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACK DE FRUTAS DESHIDRATADAS CON CEREALES ANDINOS A BASE DE PRODUCTOS PERUANOS⁹

La comercialización de fruta deshidratada utiliza como fundamento la importancia de consumir productos saludables que garanticen una sana nutrición, el objeto de la investigación realizada por los estudiantes de la universidad san Ignacio del Perú, tiene como finalidad la implementación de fruta deshidratada en el mercado nacional en un periodo de cinco años por parte de una empresa privada que incentive el consumo. El proyecto está definido por la demanda extranjera que va en aumento y las potencialidades de incorporar este producto al mercado local. *“La población actual tiene un ritmo de vida muy fluido, ante ello surge la necesidad de adquirir alimentos preparados o listos para el consumo, ello representa una gran oportunidad para el presente proyecto por mencionar la característica del producto que es la practicidad para llevar los snacks de frutas deshidratadas, a determinados lugares como oficinas, colegios, universidades, transporte, etc.”* (Loyola, 2018)

Metodología: A través de un análisis cuantitativo del mercado, las necesidades y características de la comercialización de fruta deshidratada en el mundo, se busca cumplir a

⁹ Universidad san Ignacio de Loyola - Perú 2018.

cabalidad el objetivo de comercializar en el Perú los productos. Se realiza un estudio minucioso en cuando a la viabilidad del proceso producto, se establecen unas metas de ejecución y se finaliza con un presupuesto que permite conocer el estado contable y financiero sugerido para cumplir con dichos objetivos.

Resultados: Dentro de los resultados de la investigación se presenta un perfil de riesgo medio, debido a la variación de los precios de las materias primas, su posible decrecimiento debido a las variables que no se pueden controlar como la inestabilidad económica, los desastres naturales y otros argumentos que no permiten el 100% en la confianza del producto, del mismo modo se resalta que la demanda del producto presenta un abastecimiento oligopólico que reduce en gran medida el ingreso de nuevas empresas al mercado, lo cual dificulta el efectivo desarrollo de los canales de distribución del producto. (Universidad san Ignacio de loyola , 2018).

PROYECTO PARA EXPORTAR PIÑA DESHIDRATADA TIPO SNACK A LOS ÁNGELES – CALIFORNIA, ESTADOS UNIDOS.¹⁰

El proyecto llevado a cabo busca integrar a la empresa Frutimax SAS como proveedora de piñas deshidratados hacia Estados Unidos con el fin de generar en primer lugar, un reconocimiento del sector, y del mismo modo incentivar la producción agrícola de la asociación de municipios del Ariari del departamento del meta, lo que se busca a partir de este análisis es fortalecer la comercialización de dicho producto y al mismo tiempo satisfacer la demanda de los consumidores estadounidenses poniendo como aliado el tratado de libre comercio que existe actualmente con EE.UU. y el posicionamiento del consumo de los estadounidenses frete a la futa deshidratada.

La viabilidad del negocio se fundamenta en estrategias que favorezcan al sector, que suplan de igual forma la demanda del consumidor, la idea fundamental es mejorar la experiencia de los consumidores presentando un producto de calidad y delicioso aportando todo el beneficio del comercio de la piña del departamento. Se busca implementar *la Exportación de piña*

¹⁰ Universidad Externado de Colombia – Colombia 2017.

deshidratada tipo snack al sur de California mediante las tiendas de la cadena de supermercados Whole Foods Market, aprovechando la tendencia mundial de alimentación saludable, el gran porcentaje de población con sobrepeso que tiene este país y la gran producción de piña que se encuentra en la región del Ariari en el departamento del Meta Colombia. El aprovechamiento de la producción y las tendencias hacia la comida saludable favorecen la posibilidad de exportación desde una región remota del territorio Colombino, cabe resaltar la competencia de Brasil en la exportación de piña, no obstante, el proceso de secado de la fruta para un solo producto se lleva a cabo en gran cantidad en Brasil, debido a que sus exportaciones son principalmente de fruta fresca. A partir de la identificación de la logística de comercialización se diseña un estado financiero del proyecto que facilite el proceso de exportación en términos de costos. (Colombia, 2017)

Metodología: Se utilizó para este análisis la investigación descriptiva, para determinar o diseñar los procedimientos que permitieron obtener los datos necesarios para cumplir con la finalidad del objetivo, la investigación se da manera documental con base en los datos existentes y en las condiciones comerciales en que se encuentran los dos países.

Resultados: A partir de el plan de implementación diseñado para determinar la factibilidad del proyecto se encuentra que es posible la comercialización del producto siempre y cuando se mantenga un control estricto del desarrollo de las actividades internas y externas de la empresa, se sugiere en que la clave de esta la eficacia y la eficiencia de los procesos de fabricación, y en la conexión con nuevos contactos que dinamice el mercado. Se estima que el proceso de exportación si se cumplen con todos los controles de calidad, normas de embalaje y procesos de exportación, se podría ejecutar en un margen de 1 mes a mes y medio si se cuenta con todos los recursos económicos solicitados para el desarrollo del proyecto.

III.1 Marco Teórico

Smith define una postura en la que el libre comercio, es el escenario perfecto para la comercialización eficiente. Proporciona la explicación a la integración de las naciones en términos de intercambio, su teoría de la “mano invisible” en la que atribuye el desempeño positivo de una economía cuando se permite la libre interacción de la oferta y la demanda dentro del mercado, esta argumentación constituye la base del comercio internacional y satisface la explicación del bienestar social entendiendo como la relación entre países que convengan, al trazar las mercancías resultado del excedente de producción. La teoría expuesta por Smith sirvió de base para el desarrollo de las distintas visiones del comercio existentes hasta la actualidad. Las fases en las económicas que han experimentado los países sustentan que la afirmación de Smith que sustenta que liberar los mercados contribuye a mejorar las condiciones que presentan los países que participan del comercio.

TEORÍA DE VENTAJA COMPARATIVA

David Ricardo – 1817

A partir de la teoría del comercio sustentada por Smith en la cual especifica que un país exporta aquella mercancía que necesita menos unidades de trabajo para producirla, de este modo analiza que los países para alcanzar la riqueza esperada, deben tener una ventaja absoluta sobre la mercancía producida, para así lograr un comercio eficiente. De este modo surge la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo, en la cual se explica la manera en la que un país para aumentar su riqueza debe exportar aquel producto que su trabajo produzca de manera más eficiente, e importar aquellos otros que tengan un más bajo rendimiento productivo o ineficiente.

Para esta teoría, el trabajo es el único factor de producción y los países sólo difieren en la productividad del trabajo en diferentes industrias. Por medio de esta teoría, se trata de demostrar que el comercio beneficia a un país en la siguiente forma: *a) Si se piensa en el comercio como método indirecto de producción, es decir, que en lugar de producir un producto por sí mismo, un país se puede dedicar a producir otro tipo de bien e intercambiarlo por el bien que desee, que necesite o que no pueda producir por la misma ineficiencia con la que cuenta para hacerlo. De esta manera se puede decir que si un bien se importa es porque esta producción indirecta requiere menos trabajo (para el país que lo realizó) que la*

producción directa. b) Esta teoría trata de demostrar que el comercio puede ampliar las posibilidades de consumo de un país lo que implica incremento en ganancias del comercio. la ventaja comparativa se traduce en que la tasa de productividad de los países demuestra el crecimiento económico de las naciones.

TEORÍA NEOCLÁSICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Heckcher y Ohlin – 1933

Establece que cuando las diferencias en las productividades se deben más bien a la presencia de algún factor “*factores inmóviles*” como el suelo o el clima, lo que se llama dotaciones factoriales. Gracias a la ampliación de esta teoría se puede revisar la capacidad que cuenta un país o la ventaja que también satisface a la hora de analizar su condición geográfica.

ECONOMÍAS A ESCALA

Church y Ware – 2000

El análisis de las economías de escala surge en la obra de Smith en la que se habla de que la capacidad de las empresas para producir más unidades y cuanto más rápido se haga, menor será el coste por unidad de la mercancía, de esta manera describe que a mayor productividad menos costes.

Dependiendo de dónde procedan las podemos clasificar en dos categorías:

-Economía de escala interna: son las que se producen en el interior de la empresa, se dan cuando una empresa reduce sus costes a medida que aumenta su producción. Un ejemplo sería la adopción de nuevas técnicas de producción.

-Economía de escala externa: son las que se crean fuera de la empresa. Se producen cuando una industria se expande provocando una disminución en los costes de todas las empresas de la industria. Un muy buen ejemplo para entenderlas mejor sería la expansión de internet.

La teoría concentra diversos factores en los cuales la reducción en los costes de producción, acelera cuando las empresas optan por comprar la materia prima en grandes cantidades en lo que por lo general reciben descuentos o garantías mayores, así mismo la especialización del trabajo y la mejora en los procesos productivos garantiza un aumento de la productividad, las técnicas, los procesos de organización y el aprendizaje argumentan el sentido teórico de

las economías a escala puesto que, la experiencia a la hora de producir gracias a las mejoras a lo largo del procesos, aumenta la eficiencia y reduce los costes. *“En efecto, las economías de escala permiten a aquel país que tenga una capacidad de producir superior obtenga ventajas competitivas en la producción de dicho bien, por lo que es natural que se especialice en ella.”*¹¹

INTEGRACIÓN DE EMPRESAS

Ronald Coase – 1937

Según Coase la integración de las empresas constituye la tercera estructura de coordinación, el costo interno de organizar las actividades económicas de la empresa, debe tener en cuenta las diferentes opciones de intercambio con otras firmas, no solo en termino de mercado con lo son transacciones o la integración de agentes económicos, sino que contemplen la adopción de contratos a largo plazo, licencias y franquicia, del mismo modo la empresa también puede entrar a organizar otro tipo de integraciones como subcontratar o realizar otro acuerdo de colaboración y cooperación. El riesgo de dependencia que se genera en este tipo de asociaciones, implica que el proveedor debe generar acuerdos que contractuales e integraciones a largo plazo.

No obstante, Coase señala que en el largo plazo las posibilidades de fraude comúnmente se reducen, por dos razones: el comportamiento de las empresas tiene efectos futuros (en la reputación o el prestigio); por lo tanto, los fraudes dejan de ser actos rentables y los contratos extensos se complementan con acuerdos informales. Por su parte, la especificidad de los activos, por sí misma, no implica considerar como alternativa única la integración.

DESARROLLO REGIONAL

Paul Krugman – 1999

El enfoque dado al desarrollo regional parte del análisis de los factores de producción dentro de las dinámicas de desarrollo endógeno de las partes, en el que las estructuras económicas se encuentran en un proceso adaptativo natural y en donde la organización institucional, la

¹¹ Cantos Encías, Introducción al comercio internacional, Cataluña: Universidad abierta de Cataluña, edición UOC. p. 35.

implementación de estrategias económicas para el crecimiento, aun no se han establecido de manera efectiva, por tanto el desarrollo regional nace, de la influencia de los modelos de desarrollo de las corrientes europeas hacia los estudios rurales, también de los problemas visibles que presentan los países en vías de desarrollo, que demuestra la importancia de crear alternativas que mitiguen las complicaciones de mantener a las regiones divididas y olvidadas.

La importancia en la acentuación de lo local en relación con lo global se manifiesta de múltiples maneras, desde la creación de tecnópolis y otro tipo de áreas de innovación urbana y rural intencionalmente localizadas, hasta la aparición de verdaderos “estado región” que superan las fronteras nacionales, vinculados con circuitos económico internacionales. La visión moderna de desarrollo en América Latina satisface las necesidades que presenta el continente, pues una de las características principales se asocia a la falta de transferencias de conocimiento, políticas, económicas, culturales etc. Que permitan la interacción con la información de manera que se logre la participación de todas las comunidades que hacen parte del desempeño económico de las regiones.

El término de desarrollo pertenece a la manera en la que se desenvuelven los individuos que habitan un mismo territorio y determina las características que permiten entender el crecimiento o decrecimiento de las civilizaciones. De esta manera el desarrollo regional especifica el desempeño de cada una de las partes que hacen parte de un todo, permite un análisis más detallado que facilita la creación de vínculos más cercanos, acordes a las condiciones que se presentan.

La teoría del desarrollo regional, especialmente aquélla de tipo económica, considera el crecimiento regional desde dos puntos de vista:

- a) desde afuera.*
- b) desde adentro.*

El primero, pone énfasis en los mecanismos subyacentes al fenómeno de la transmisión del crecimiento económico en el espacio, es decir, como el crecimiento pasa de una región a otra, mientras que el último, dedica especial atención al desarrollo dentro de la región individual. Básica para esta distinción es la consideración de qué factores se supone que tienen como carácter autónomo - en el sentido de que éstos no son explicados por la teoría - se sitúan dentro o fuera de la región.

La razón más acertada para la transmisión del crecimiento se da por el análisis hacia la eficiencia futura que puede llegar a tener el comercio interregional, las capacidades que podrían llegar a desarrollar las alianzas que se establezcan dentro de las iniciativas para incentivar al desarrollo regional como un proceso de integración, de manera que la cohesión de las regiones permitirá cierto grado de especialización de las más subdesarrolladas, mejorando la productividad individual de cada una, impulsando el bienestar social hacia el desarrollo.

III.2 Marco Legal

EL CONGRESO DE COLOMBIA: Ley 590 De 2000, Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.

CAPITULO I.

DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1o. La presente ley tiene por objeto:

a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.

EL CONGRESO DE COLOMBIA

Ley 7 de 1991: Desarrollado parcialmente por el Decreto 2252 de 1993:

CAPÍTULO I

DE LAS NORMAS GENERALES DEL COMERCIO EXTERIOR

Artículo 1º. Las disposiciones aplicables al comercio exterior se dictarán por el Gobierno Nacional conforme a las previsiones del numeral 22 del artículo 120 de la Constitución Nacional en armonía con lo dispuesto en el numeral 22 de su artículo 76 y con sujeción a las normas generales de la presente Ley. Tales reglas procurarán otorgarle al comercio exterior colombiano la mayor libertad posible en cuanto lo permitan las condiciones de la economía.

ARTÍCULO 2º. Al expedir las normas por las cuales habrá de regularse el comercio internacional del país, el Gobierno Nacional deberá hacerlo con sometimiento a los siguientes principios:

1. Impulsar la internacionalización de la economía colombiana para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo.
2. Promover y fomentar el comercio exterior de bienes, tecnología, servicios y en particular, las exportaciones.

3. Estimular los procesos de integración y los acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales que amplíen y faciliten las transacciones externas del país.
4. Impulsar la modernización y la eficiencia de la producción local, para mejorar su competitividad internacional y satisfacer adecuadamente las necesidades del consumidor.
5. Procurar una legal y equitativa competencia a la producción local y otorgarle una protección adecuada, en particular, contra las prácticas desleales del comercio internacional.
6. Apoyar y facilitar la iniciativa privada y la gestión de los distintos agentes económicos en las operaciones de comercio exterior.
7. Coordinar las políticas y regulaciones en materia de comercio exterior con las políticas arancelaria, monetaria, cambiaria y fiscal.
8. Adoptar, sólo transitoriamente, mecanismos que permitan a la economía colombiana superar coyunturas externas o internas adversas al interés comercial del país. Los anteriores principios se aplicarán con arreglo a los criterios de economía, celeridad, eficacia, imparcialidad, publicidad y contradicción que orientan las actuaciones administrativas.

Exportación de alimentos

Parágrafo 2: Los certificados de inspección sanitaria y fitosanitarios expedidos por Instituto Colombiano Agropecuario - ICA e Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos - INVIMA y otros certificados o documentos de inspección emitidos por las demás entidades de control que se cómo documento deberán obtenerse durante la diligencia de revisión o en todo caso, antes de la autorización del régimen cuando no se determine diligencia de revisión, los que deberán conservarse durante el término previsto en el artículo 147 de Decreto.

Decreto 2505 de 1991

Reglamenta:

La transformación del Fondo de Promoción de Exportaciones PROCOLOMBIA, en el Banco de Comercio Exterior - Bancoldex. También define su naturaleza jurídica y funciones y le ordena constituir un fideicomiso o patrimonio autónomo con el fin de promover la exportación. Constituye la sociedad Fiduciaria de Comercio Exterior S.A. también conocida como Fiducoldex.

III.3 Marco conceptual

Productividad: Determina la capacidad productiva de un trabajador o industria a medida que se analiza la *Eficiencia y eficacia económica*, a fin de medir el desempeño de la actividad y así mismo identificar cuantos recursos menos se necesitan para producir. *La productividad definida como la variable orientada a los resultados y está en función de la conducta de los trabajadores y de otros aspectos ajenos al entorno de trabajo. (Zedecck y Blood, 1974).*

Eficiencia y eficacia económica: Entendemos que la *eficacia es obtener o conseguir lo que se pretende*, reconocer a la Productividad como una dimensión de la eficacia sugiere la explicación hacia la habilidad de producir con menor esfuerzo, En cuanto a la eficiencia existe una mayor disparidad en su conceptualización, haciendo énfasis en la optimización del mínimo coste de recursos. (Cumminss, 1983)

Competitividad: Se entiende como la economía empresarial y la capacidad de una empresa para aumentar o mantener los rendimientos de capital, en condiciones de apertura de los mercados y de competencia perfecta. No obstante, la aplicación de la definición en diferentes campos ha modificado la percepción de cómo se emplea, recientemente se define como la capacidad de mejorar los rendimientos de cualquier forma económica existe y mantenerse en el tiempo eficientemente.¹²

Comercio Internacional: El comercio Internacional define todos los movimientos que se mantiene de un lugar a otro, contiene las transacciones de bienes, servicios o financieras que mantienen los países, más específicamente son *“Transacciones económicas ocurridas*

¹² Fundación BBVA, 2008 – Competitividad y crecimiento

durante determinado tiempo entre los residentes de un país y los residentes del resto del mundo” (FMI, 1948).

Exportaciones e Importaciones: De acuerdo con la OMC (Organización Mundial del Comercio 2005), la exportación consiste en la obtención de beneficios por la venta de productos y servicios a otros países, de ahí que los vendedores (exportadores), puedan aprovechar el tener clientes fuera de las fronteras nacionales (importadores).

Crecimiento económico: Se establece inicialmente como la capacidad de aumentar la producción de bienes y servicios por unidad de tiempo, en primer lugar, se adjudica al resultado del PIB (Producto Interno Bruto), no obstante, a medida que se desarrolla la teoría del crecimiento económico, se amplía el concepto y centra su análisis en las diferentes características presentadas en términos de productividad, rendimientos y eficiencia económica de los países o instituciones. (Jones, 1979)

III.4 Marco contextual

Colombia se encuentra ubicado en el continente latinoamericano siendo el 5° más grande del grupo de países que lo conforman, cuenta con aproximadamente 50,3 millones de habitantes, sus principales actividades económicas son la agricultura y la extracción de combustibles (DANE, 2020). Para Colombia es muy importante la fabricación de materias primas, pues al ser un país netamente manufacturero y artesanal los procesos industriales no representan la economía en su totalidad (CEPAL, 2014), por ello a raíz del incremento en las acciones para consolidar el sector agrícola desde diferentes frentes, se busca generar un ingreso a partir del aprovechamiento del excedente de fruta cosechada que se produce en el país. *“Colombia es uno de los países con la mayor oferta de suelo y clima del mundo para el cultivo de frutas tropicales durante todo el año desde el nivel del mar hasta los 2.800 metros de altitud. Esto constituye gran parte de las ventajas comparativas y competitivas que tiene el país para desarrollar la fruticultura. La fruta colombiana comparada con otros países del subtrópico tanto del hemisferio norte como el del sur es de mejor calidad en relación con las*

características organolépticas, principalmente en lo que tiene que ver con color sabor y aroma y mayor contenido de sólidos solubles o grados Brix.” (Min. de agricultura y desarrollo rural , 2016).

Gracias a las iniciativas del sector empresarial por diversificar la producción interna y crear nuevas alternativas de crecimiento, surge la idea de utilizar el excedente producido, con el fin de abastecer las empresas emergentes dedicadas al proceso de deshidratación de la fruta desde el uso de diferentes herramientas naturales o semi industriales, que permitan llevar a cabo esta nueva idea que surge en nuestro país para la conservación de alimentos; a fin de ser comercializadas hacia países que no cuenten con la capacidad, ya sea por factores climáticos, geográficos o tecnológicos que no permitan el cultivo de frutas en Colombia. Actualmente el mercado de fruta deshidratada se encuentra en auge más que nada en los países con las posibilidades de producir a gran escala y con mayor variedad fruta para la exportación, por tanto, la tendencia hacia la creación de empresas dedicada a esta labor se encuentra en crecimiento en todo el territorio nacional.

A partir del trabajo de la tierra en Colombia las exportaciones de productos agropecuarios, alimentos y bebidas tuvieron una participación de 23.2% para el año 2019 del total de exportaciones, del mismo modo *“El valor de la producción interna hortifrutícola ha venido creciendo a una tasa promedio del 3% anual, pasando, a precios constantes de 2005, de \$5,6 billones en el 2013 a \$ 7,2 billones en 2016. La condición geográfica permite que Colombia se posicione como potencial exportador de frutas y hortalizas procesas. Las exportaciones de frutas y hortalizas en fresco y procesado han crecido 10.4% en el país, destacando al plátano, bananito, naranja y uchuva que llegan a Estados Unidos, Canadá y algunos países de la Unión Europea y Reino Unido.” (PROCOLOMBIA, 2016)*

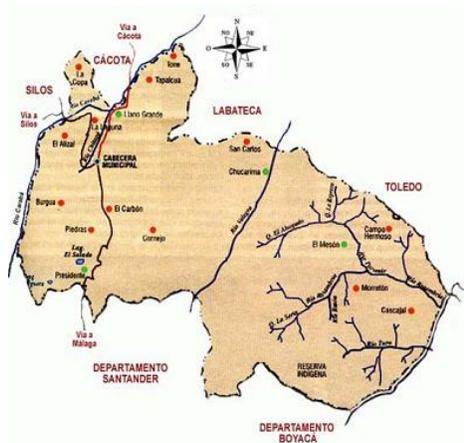
El desarrollo del entorno empresarial se ha creado una marca que facilita el reconocimiento internacional de diferentes empresas que buscan posicionar sus productos en el mercado internacional, para ello PROCOLOMBIA conformada por *El Ministro de Comercio, Industria y Turismo, un representante del Banco de Comercio Exterior de Colombia - Bancoldex, dos designados del presidente de la República y dos representantes del sector privado.* se crea para establecer y facilitar los intercambios que surjan en el mercado

internacional de las empresas colombianas hacia el resto del mundo, por lo tanto, el escenario de negociación que brinda este tipo de entidades permite satisfacer la demanda de los potenciales compradores, y cubrir la oferta de los empresarios Colombianos desde la visión de MARCA PAÍS; partiendo de las empresas ya establecidas en Colombia dedicadas a la producción de fruta deshidratada, PROCOLOMBIA para 2016 ha contribuido a la generación de espacios que propicien la expansión de las empresas Colombianas deshidratadoras que atraigan la inversión extranjera a productos no minero energéticos y servicio con potencial exportador.

IV. Capítulo: Producción de durazno

IV.1 Chitagá

Chitagá se encuentra ubicado en el Departamento de Norte de Santander, cuenta con una superficie de 117.200 hectáreas, una población de 10.554 habitantes y se encuentra a 2.350 metros de altura sobre el nivel del mar. (DANE, 2020), *Está dividido en el área urbana con 8 barrios, 3 urbanizaciones (La Alejandra, Villa Carmen y La Aurora) y 44 veredas.*¹³



Tomado de: Universidad de Pamplona – Ubicación en el departamento Norte de Santander.

Limita:

- **Oriente:** Con los Municipios de Labateca, Toledo y Cubará (Boyacá)
- **Occidente:** Con el municipio de Silos.
- **Norte:** Con los municipios de Cúcuta, Pamplona y Labateca.
- **Sur:** Con los municipios de Guaca, Cerrito y Concepción (Santander).

Su economía se ve impulsada por diferentes actividades como la producción agrícola, especialmente cultivo del durazno. La producción de durazno en Norte de Santander proporciona el 32%, del total general en Colombia (MINAGRICULTURA, 2017), ocupando el segundo lugar después de Boyacá. Se ve impulsada por los municipios que más producen, como los Chitagá 58.4%, Silos 27% y Cúcuta en un 14.1%. Contienen la mayor parte de las plantaciones de área cultivada destinada al durazno, actualmente Chitagá, como unos de los

¹³ Caracterización Geográfica, Plan de Desarrollo Municipal Chitagá. Universidad de Pamplona 2015

principales productores representan el mayor ingreso en cuanto a producción de durazno en el departamento.

El compromiso de los campesinos en la producción de durazno, es cumplir con toda la normativa y estándares de producción agropecuaria, para ello los costes del mantenimiento del cultivo cada vez son más altos. (pesticidas, insumos, jornales, etc.) viéndose afectado por la inserción al mercado de melocotones extranjeros procesados, que se crean bajo condiciones más rápidas y con aspectos físico más llamativos, lo que al final resulta en una caída en los precios internos debido a la importación de Duraznos, generando pérdidas en los agricultores internos, en sus cosechas y aumentando el excedente del productor.



Tomado de: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Secretarías de Agricultura Departamentales. Alcaldías Municipales. Producción expresada en fruto fresco.

El rendimiento de durazno a nivel nacional, se ha mantenido dentro de un rango entre el 12% al 15%, teniendo su pico más alto en 2012 con una producción aproximada de 25.080 toneladas, sin embargo, como se visualiza en la gráfica, el aumento de la producción no tiene un impacto significativo en el rendimiento, lo que implica que un aumento en la capacidad productiva genera mayores rendimientos de los esperados. Desde 2015 los ingresos han disminuidos en comparación con el año anterior, tras alcanzar un rendimiento del durazno de

14.59%, se redujo a un 13.22% para 2017, lo que demuestra una pérdida significativa con respecto a la producción, la que aumentó a 31.198 toneladas para ese año.

El durazno en particular como fruto, posee una composición media formada por: agua en un 77-90%, azúcares totales de 6 al 16%, proteínas alrededor del 0.3-0.9%, grasa tan sólo 0.1%, ácidos (meq/100 g) del 14 al 17, pectina (pectato cálcico) 0.6-1%, cenizas en un 0.3-0.6% y fibra del 0.3 al 1.4% (Herrero y Guardia, 1992). Lo que indica que la mayor composición después del agua es el azúcar, por tanto cuando se pasa al proceso de deshidratación ya sea solar o industrial, la fruta mantiene sus propiedades y se obtiene una disminución significativa en el peso, pero no en la calidad del mismo.

IV.1.1 Condiciones de producción de durazno en el municipio de Chitagá

Según Datos obtenidos por el Ministerio de Agricultura, el municipio de Chitagá representa 58.4% de la producción de durazno total del departamento de Norte de Santander. (Pamplona, 2019).

1.1 PRODUCCIÓN DE DURAZNO POR DEPARTAMENTO

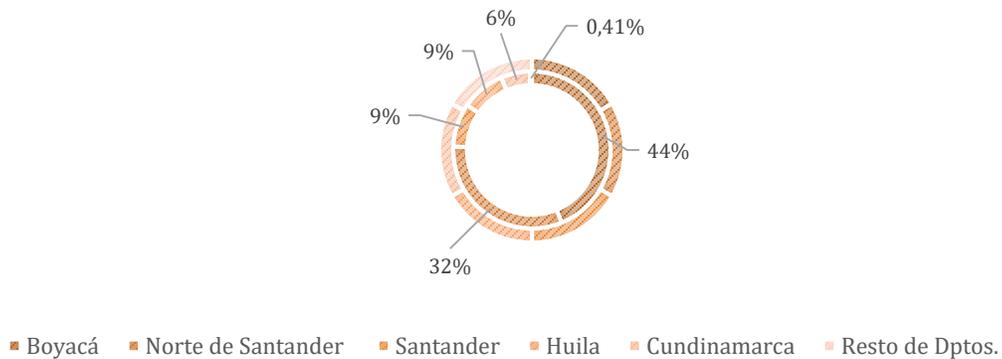


Ilustración 1

.1 Fuente: Elaboración propia, Ministerio de agricultura, Producción de durazno.

Chitagá es un municipio impulsado por el cultivo y comercialización de durazno como fuente principal de ingresos, a medida que el comercio de durazno crece, así mismo el incentivo de los habitantes del municipio a cultivar, no obstante los costos de producir durazno son bastantes altos, y el tiempo de inversión para una cosecha es de aproximadamente un año.

Tabla 1

	Cantidad de producción en kg	Valor de ventas anuales	Costos insumos	Costos jornales contratados	Ingreso neto anual	Porcentaje de participación en el ingreso
Producción de Durazno por cosecha anual	366.028	387.954.000	150.210.000	27.150.000	210.594.000	87.74 %
Producción (papa, hortaliza, frijol, alverja, otros)	95.900	55.495.000	19.738.000	6.350.000	29.407.000	12.22%
Total	461.928	443.449.000	169.948.000	33.500.000	240.001.000	100%

1.1 Fuente: Encuesta Socioeconómica –Proyecto Apoyo a Alianzas Productivas, MADR¹⁴

Teniendo en cuenta que en Chitagá, el durazno representa mayor nivel de participación en el ingreso de los hogares, con un 87.74% de la producción agrícola del municipio, se obtiene que presenta mayores costos en insumos, que en el costo jornal contratado, así como explica el ingreso de los hogares gracias a la producción de 366.028 kg. al año, supone que la inversión es bastante alta para la obtención del fruto aproximadamente \$177,360.000 millones de pesos.

IV.1.1.1.1 Análisis de los datos obtenidos a partir de sondeo generado a los productores

Se denomina caracterización, al análisis de determinadas características que obtienen a partir de la recolección de datos que puede ir aplicadas a una población, objeto etc., las particulares

¹⁴ ASOHOFRUCOL <http://docplayer.es/95756108-Ficha-tecnica-de-proyectos-aprobados.html>

obtenidas, determinan el comportamiento de la muestra y permite la formulación de hipótesis con base en la información encontrada.

Para establecer el grado de información, con la que cuentan los productores de durazno en el municipio de Chitagá, la manera en la que se obtienen los datos se basa en el comportamiento de las sociedades a partir de la historia, la cual se basa en creencias, técnicas, costumbres, que se transmiten de generación en generación, de allí la forma en la que la toma de la información parte necesariamente del análisis directos de la población en cuestión.

De este modo, la creación del instrumento tuvo en cuenta aspectos muy sencillos, correspondientes a la información que ya tenían los agricultores con respecto a las formas de exportar, deshidratar frutas y al aprovechamiento de excedentes. El sesgo que se puede haber generado, se desprende de todas las implicaciones existentes en cuanto al acceso de la información. Los datos sugieren que los lugares donde hay menor acceso a la información presentan condiciones en las que las tradiciones rigen el modelo productivo y que los procesos de tecnificación son solo para algunos quienes pueden recibirla por algún medio.

IV.1.1.1.2 Descripción de la población

El municipio que se tomó como objeto de estudio fue el de Chitagá – Norte de Santander, se tuvieron en cuenta los pobladores de 2 veredas, Carrillo y Llano grande. Las condiciones climáticas que presenta el municipio permiten el aprovechamiento del suelo para el cultivo de durazno en su mayoría, de allí la idea de crear una caracterización que permita conocer la información que tienen los productores, a continuación se muestra el análisis de los datos obtenidos.

Tabla 2

Chitagá		
<i>Productores</i>	<i>Veredas</i>	<i>Hectáreas</i>
182	16	236

Se realiza aplicación de instrumento mediante un pequeño sondeo de seis preguntas, aplicado a 30 agricultores de municipio de Chitagá, se indaga acerca de la información de las

condiciones que presentan los agricultores en cuanto a información de los procesos de exportación, el conocimiento acerca de la deshidratación de fruta y el excedente de producción.

V. Capítulo: Datos obtenidos mediante sondeo

Tabla 3

El instrumento aplicado al municipio tomo, como muestra a 30 productores de durazno de las veredas de carrillo y llano grande.

<i>Genero</i>	<i>Numero de Encuestados</i>	<i>Porcentaje</i>
Masculino	23	76.67%
Femenino	7	23.33%
Total	30	100%

Fuente: Elaboración propia.

V.1 Exportación

Se realizó encuesta con el fin de saber si se tiene información acerca de los procesos de exportación, deshidratación y desecho de los excedentes.

- a. En el caso de la información que tienen los agricultores acerca de algún proceso de exportación, arrojo que solo el 13.33% de los agricultores encuestados, aseguro conocer algún procedimiento para la exportación de frutas.

1.2 ¿CONOCE ALGUN PROCESO DE EXPORTACIÓN ACTUALMENTE?

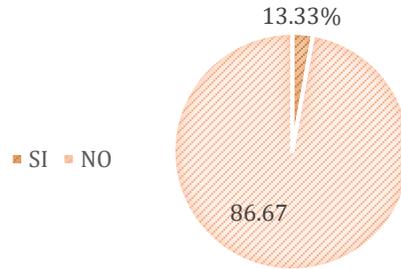


Ilustración 2

1.2 Fuente: Elaboración propia.

También se establece que entre más lejano es el lugar de procedencia del cultivo, menor son las posibilidades de tener alguna información en cuanto a la exportación.

Tabla 4

Personas encuestadas	Si	Porcentaje	No	Porcentaje
30	4	13.33%	26	86.67%

1.3 Fuente: Elaboración propia.

- b. Teniendo en cuenta la capacidad productiva que presenta el municipio, se requiere conocer si los agricultores se encuentran interesados en la posible exportación del durazno, con lo cual se pudo determinar:

A partir de los datos se identifica que el 60% de los agricultores encuestados si se encuentra interesado en exportar durazno, sin embargo el 40% no indica que realmente, no tiene interés en sacar el producto del mercado nacional. Lo que sugiere que más de la mitad de las personas encuestadas quisiera exportar. El desarrollo de programas de capacitación y financiación ayudaría a mejorar la percepción de los intereses en la exportación del durazno.

1.3 Fuente: Elaboración propia.

¿SE ENCUENTRA INTERESADO EN EXPORTAR DURAZNO?

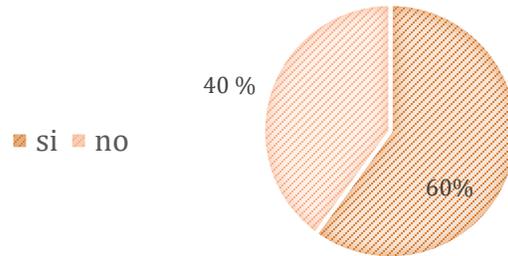


Ilustración 3

Se evidencia que aún existe un gran porcentaje de agricultores, que no se interesa por generar procesos de exportación, se sugiere que existen tres factores que determinan la decisión, la falta de información, la tecnificación de los procesos y las conexiones con el mercado exterior.

V.1.1 Incentivos de financiación

La importancia de desarrollar políticas, planes o estrategias para contribuir al desarrollo regional mediante incentivos financieros, es muy útil a la hora de generar cambios significativos de los procesos productivos (PROCOLOMBIA, 2016) de esta manera el impulso que se genere desde el gobierno o las instituciones contribuiría al aumento del comercio internacional.

- c. El análisis para conocer el papel de las instituciones a la hora de crear políticas que permeen en los productores, para impulsar el comercio exterior, se postula a los agricultores si conoce alguna ayuda financiera para incentivar la exportación de fruta.

¿HA TENIDO ALGUNA PERDIDA DE COSECHA EN LOS ULTIMOS 3 AÑOS?

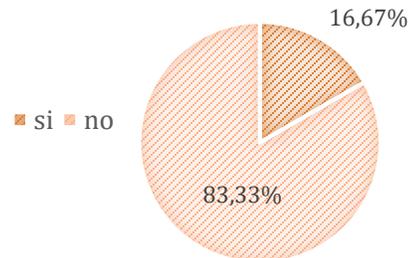


Ilustración 4

1.3 Fuente: Elaboración propia.

V.1.2 Excedente de Producción y pérdida

Denominado como excedente de producción, a la parte de la producción que una vez ha cubierto las necesidades básicas y el consumo corriente, genera una “ganancia extra” (Cannock, 2018) que se extrae a partir de la producción en cantidades grandes.

Dentro la pérdida se constituye la porción de la producción que no puede ser distribuida, por algún motivo en términos físicos del producto, de cosecha o de disminuciones abruptas en los precios del mercado.

- d. Como se menciona en el capítulo anterior, los costos en la producción de durazno son bastante altos, para la producción de durazno, que muchas veces el ingreso no compensa la inversión. Para determinar si se ha generado una pérdida de producción, se formula la pregunta a partir de la pérdida de cosecha en los últimos 3 años, lo que se puede traducir en la pérdida del productor. (Cannock, 2018)

1.4 Fuente: Elaboración propia.

¿HA TENIDO ALGUNA PERDIDA DE COSECHA EN LOS ULTIMOS 3 AÑOS?

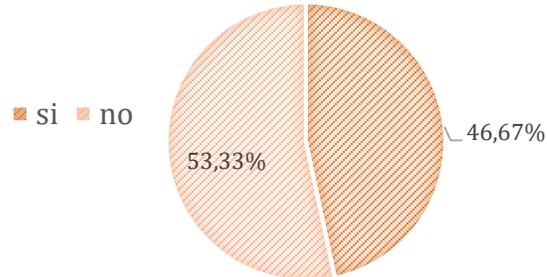


Ilustración 5

La pérdida de la cosecha en los últimos años se encuentra dividida debido a que el 53.33% de los encuestados, aseguran que han tenido perdida en sus cosechas desde el 2019. En comparación con el 46.67% de los agricultores, que no han tenido pérdidas significativas de los cultivos en los últimos años.

- e. Dentro del sondeo que se realiza, cabe resaltar que los resultados que se obtuvieron a partir de conocer, qué hace el agricultor con el excedente de la producción que no pudo ser distribuido, sugiere que la parte de la producción que se conoce como ganancia después de haber cubierto los gastos de inversión del producto. También puede presentar una perdida en términos de costos.

¿QUE HACE CON EL EXCEDENTE DE FUTA CUANDO NO PUEDE SER DISTRIBUIDO?

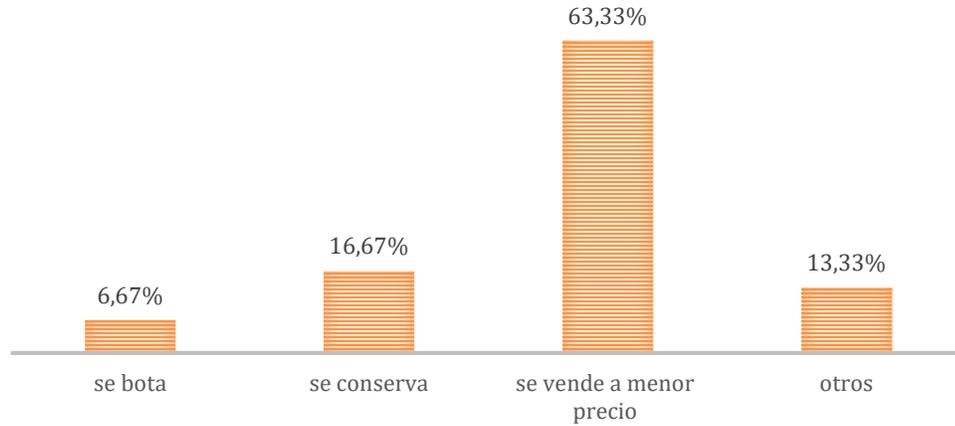


Ilustración 6

1.1. Fuente: Elaboración propia.

Según los datos se indica que cuando el productor no tiene la posibilidad de vender sus productos por algún tipo de externalidad negativa, se obtiene que un 63.33% de los agricultores opta por vender el producto afectado el precio de mercado, lo que implica una repercusión directa en el ingreso, el 16.67% indican que permanecen con la fruta dependiendo las condiciones en las que se encuentre y el 6.67% de los agricultores asegura desechar la cosecha por factores como el clima cuando el producto queda completamente destruido, adicionalmente, un 13.33% de los agricultores entrevistados, asegura que se utiliza para crear otros productos, como material de abono o se regala.

V.1.3 Tecnificación

La importancia de conocer los procesos para la tecnificación de las labores del campo, incentiva a los productores a mejorar sus estrategias de producción, así mismo como el grado de capacitación permite que los productores decidan invertir, en la inclusión de mejoras tecnológicas que contribuyan a mejorar el rendimiento de los cultivos, sin sobre - cargar la

producción, y siempre manteniendo las condiciones de cultivos sostenibles de alta capacidad.

- f. Teniendo en cuenta los programas que se llevan a cabo a partir de los planes de desarrollo rural y producción sostenible, se busca conocer qué medida sería más adecuada a la otra de aplicar un plan estratégico para los productores del municipio de Chitagá, por lo que se determinan 3 medidas.

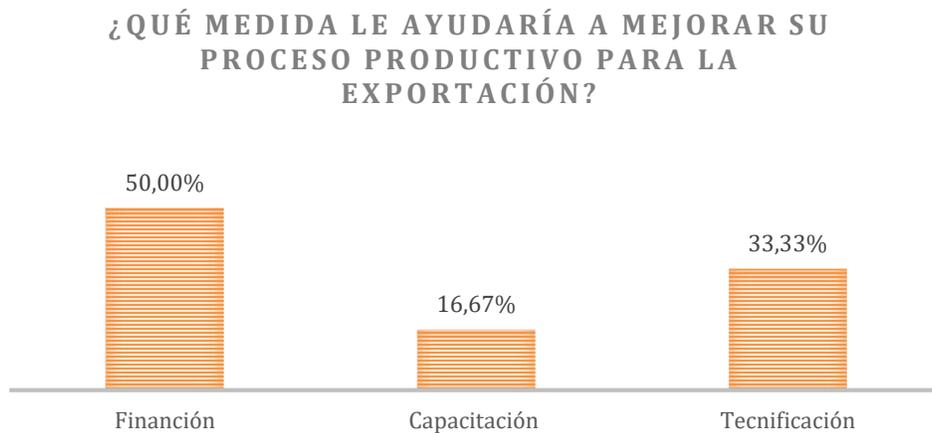


Ilustración 7

Fuente: Elaboración propia

La mitad de los agricultores encuestados, sugieren que una medida de financiación contribuiría a mejorar las técnicas aplicadas a la producción del durazno, el 33.33% advierte que la tecnificación de los cultivos, como una medida establecida, contribuiría al crecimiento del sector, y un 16.67% de los productores recomienda que si hubiese mayor capacitación en los agricultores de los procedimientos para la exportación, incrementaría el incentivo de los agricultores para exportar durazno.

V.1.4 Deshidratación

La deshidratación de fruta es un proceso que se lleva a cabo a partir de la eliminación de gran parte de agua que tiene la fruta contenida, mediante la utilización de diferentes mecanismos

como sería la deshidratación solar o con procesadores industriales, que lleven los frutos a las temperaturas necesarias para la eliminación de agua y posterior a ello, a garantizar una conservación mucho más prolongada del fruto. (Colombia, 2017)

- g. Teniendo en cuenta el conociendo que se tiene general del secado de fruta, se obtiene que para la muestra, solo el 36.67% de los encuestados conocen alguna técnica de deshidratación de fruta.

**¿CONOCE USTED ALGUN PROCESO PARA
DESHIDRATAR O SECAR FRUTAS?**

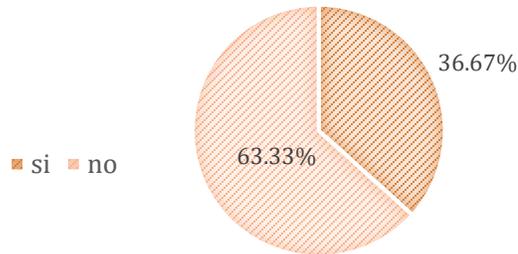


Ilustración 8

Cabe resaltar que la deshidratación o el secado de alimentos, es una técnica que se utiliza desde la antigüedad para la conservación y manejo de alimentos, de allí la estrategia de procesar los duraznos, bajo condiciones de deshidratación para la obtención de frutas secas, que puedan ser distribuidas en el mercado internacional.

VI. Capítulo: Estrategia

VI.1 Implementación de estrategia Exportadora:

Consta de dos etapas que se revisaran a continuación:

Tabla 5

<p>Etapa 1. Manejo de desperdicios y excedente de producción, Proceso de deshidratación y tecnificación.</p>	<p>Posible manejo del excedente del productor y precios de mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crear plantas que permitan aprovechar rápidamente el excedente en fruta fresca, para ser deshidratada. - La deshidratación de fruta, tiene como objetivo principal la conservación y mejor manejo en el transporte de los alimentos saludables. - El proceso de deshidratación: A partir de la creación de plantas procesadoras ya sean industriales o solares, se busca motivar la producción de durazno deshidratado.
<p>Etapa 2. Matriz de países para la Exportación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de comercialización del durazno a países potenciales, a partir de una matriz, que identifique cuales son las condiciones económicas que los sugieren como ventaja para Colombia, que impulse el crecimiento del mercado exportador desde el municipio de Chitagá, tanto a ventaja económica, de comercio internacional, como de desarrollo regional.

VI.1.1 Etapa 1: Preparación del producto

Para la evaluación del potencial exportador se deben tener en cuenta varias condiciones, para que el producto sea percibido de manera positiva y genere un impulso significativo al consumo del mismo. A continuación, se describen los aspectos más importantes a la hora presentar un producto para la exportación, el cual, debe cumplir con las características mínimas de comercio que exige el mercado, así mismo, teniendo en cuenta las normativas sanitarias y comercio de los países en cuestión.

Según información de Pro Colombia¹⁵, para generar procesos de exportación se debe tener en cuenta:

- Disponibilidad de producto

Con base al producto a exportar, se debe ofrecer solo lo que se esté en capacidad de producir de forma estable y continua.

Se debe tener en cuenta que la producción de durazno, puede estar sujeta a la disponibilidad, acceso y uso de los diferentes insumos agrícolas, necesarios para el control de plagas, malezas, enfermedades y problemas de fertilidad del suelo, por tanto, la estrategia contempla un refuerzo hacia los agricultores acerca del correcto manejo del cultivo a fin de garantizar una producción constante.

- Calidad

La calidad debe ser la requerida por el mercado, teniendo en cuenta las expectativas del cliente. Se puede considerar certificaciones de calidad internacional.

Este tipo de certificaciones, se obtienen con base en estudios que se realizan tanto al producto final, como al espacio físico en el cual se producen, teniendo que cumplir varios parámetros a nivel estructural, biológico y organizacional. A raíz de estos criterios se propone unas sesiones en las que se pueda capacitar más al detalle a los agricultores, acerca de las disposiciones legales del mercado demandante y así mismo estimular a generar los cambios necesarios para cumplir con un producto óptimo.

- Valor agregado

¹⁵ (PROCOLOMBIA, 2019)

Características que le dan al producto un factor diferenciador y a su vez un mayor potencial comercial teniendo en cuenta la competencia.

Dado que el consumo de fruta fresca en algunos países es limitado debido a las condiciones climáticas y geográficas, el mercado de fruta deshidratada actualmente viene en aumento, debido a la preferencia por los productos saludables y rápidos de consumir. De ahí radica la importancia de las nuevas características que se atribuyen al durazno producido en Colombia.

- Óptima relación calidad/precio

La empresa debe contar con las condiciones necesarias para enfrentar nuevos retos como establecer precios competitivos y a su vez cumplir con los estándares de seguridad en la calidad de los productos.

Las condiciones del producto van a depender de certificaciones que presente a la hora de ser exportado y gracias a ello se podrá establecer el precio, teniendo en cuenta que la certificación de origen, es una de las que mayor impacto genera en el precio, dentro de las capacitaciones se hará un mayor énfasis en la importancia de cumplir con todos los estándares de calidad para obtener este sello en el durazno deshidratado.

- Adaptabilidad

Adecuación del producto de acuerdo a las distintas necesidades y condiciones de cada mercado, teniendo en cuenta barreras culturales, regulación, atributos físicos y de empaque del producto.

- A. *Se propone generar un plan de capacitaciones hacia los agricultores sobre el manejo de los excedentes de producción y tecnificación para la deshidratación de fruta:*

La estrategia se basa, en la falta de información que tiene los agricultores de durazno, busca que por medio de las asociaciones de durazno que ya existen en el municipio de Chitagá, se cree un plan de productividad que contenga los parámetros necesarios para cumplir con los estándares de calidad en cuando a la creación de un producto deshidratado, también que contenga toda la información necesaria para conservar y manipular los excesos de oferta de la producción,

- Capacitar a los agricultores en cuanto al manejo de los excedentes de producción:

Manejo especial de los alimentos que no pudieron ser comercializados por imperfectos o exceso de producción; poner a disposición para ser deshidratados.

Instruir de forma general, a los agricultores con un paralelo de los costos y beneficios de crear plantas de deshidratación, cuanto es la pérdida del excedente y como se podría financiar un cultivo a partir de una planta.

- Capacitación del proceso de deshidratación de durazno desde las plantas de producción.
- Tecnificación en el áreas para la producción sostenible de manejo especial

Industrial: A partir de un deshidratador industrial ya sea eléctrico o a gas, se pretende lograr la deshidratación del excedente de la fruta mediante el secado del alimentos con calor, a una temperatura de 40 a 45 C°. Por unos 60 min aproximadamente.

Solar: Recolectar la fruta para ser distribuida a los lugares donde ya existen plantas deshidratadoras de forma natural, en la ciudad de Cúcuta y Bucaramanga hay plantas que deshidratan naturalmente.

VI.1.2 Etapa 2: Potencial Exportador

Análisis de matriz exportadora:

	Estados Unidos	Reino Unido	España
Competitividad	La ventaja competitiva en este caso para Colombia frente a EE.UU es la capacidad para generar un producto llamativo que puede ingresar al comercio de Estados Unidos gracias a su gran consumo, por los	En términos de competitividad con respecto a Colombia se presenta un reto importante, debido a que Reino Unido es un país que impulsa fuertemente el comercio internacional y tiene unas exigencias más	La competitividad Española, no es la más brillante con respecto a más países Europeos que han logrado mantener su crecimiento aumentando la productividad, sin embargo, con

	<p>productos deshidratados y a su TLC en términos de intercambio</p>	<p>específicas a la hora de comerciar. Debido a su comercio en Europa por la proximidad geográfica, En este caso se tendría que apoyar en que, el país más competitivo, es el que se vuelve especialista en fabricar dicho bien (David Ricardo).</p>	<p>respecto Colombia si se presenta ciertas características como la relación capital-trabajo en la que España ha tenido un aumento de la renta per cápita mucho más constante en cuento a la adaptación de la tecnología y que Colombia aún no ha logrado en su totalidad.</p>
Exportaciones	<p>Las exportaciones que mantiene EE.UU hacen referencia en mayor cantidad a automóviles, accesorios para automóviles, tecnología y gases de petróleo.</p>	<p>Dentro de las exportaciones de reino Unido se visualiza que su comercio se centra en el intercambio de automóviles, equipo de transporte y medicamentos en su mayoría.</p>	<p>Las exportaciones para España representan en su mayoría productos químicos, bienes de equipo y alimentos. (García, 2019)</p>
Importaciones	<p>En EE.UU se percibe que tiene una balanza comercial deficitaria que se ha mantenido durante los últimos años, debido a que el monto de las importación supera casi el doble de lo que el país exporta. Importando en mayor proporción alimentos orgánicos y procesados.</p>	<p>Uno de los sectores que más se beneficia de la relación comercial que en la actualidad manejan ambas economías, es el agrícola. En el año 2019, los exportadores nacionales vendieron a ese destino en estos bienes US\$ 309 millones, que representan el 66 % de las ventas totales a ese país. (Mexico., 2012)</p>	<p>La balanza comercial de España no presenta un balanza deficitaria exagerada, sino que se mantiene el flujo entre las entrada y salida de mercancías de dicho país, siendo lo que más importa son viene energéticos y no energéticos como bienes de equipo y productos químicos.</p>
Perfil importador	<p>Dentro del perfil importados para el caso de EE.UU, manejan un comercio más enfocado al negocio, por tanto, el precio es indispensable a la</p>	<p>Reino Unido es un país que se enfoca principalmente en la calidad más que en el precio, por tanto en este caso las condiciones en las que se presente el producto al</p>	<p>Para el caso de España se debe tener en cuenta la mayor parte de sus importaciones proviene de la zona Euro por lo que permear el mercado, debe tener una</p>

	hora de comercial con el país	mercado, son fundamentales para establecer el comercio entre ambos países	estrategia tanto de precio, como de calidad para que pueda competir con los demás países
Exigencias de calidad	Las exigencias en cuando a los términos de los productos para los estadounidenses van más de la mano a las exigencias establecidas por los entes de control, pero no profundiza en exigir certificaciones adicionales. (Mundial, Cifras de comercio exterior en los Estados Unidos, 2020)	El país se caracteriza por manejar u mayor tipo de restricciones de circulación de producto, no como barrera, sino como garantía de lo que se comercializa es fiable y de calidad, en este caso Reino Unido presenta altas exigencias a la hora de cerrar un acuerdo de cualquier tipo de producto que se quiera comerciar. (Mincomercio, 2019)	Las exigencias que demanda España se basan principalmente en términos de competitividad, debido a su gran oferta se debe optar por productos que contengan esos dos pilares tanto calidad como precio y que a su vez beneficien el comercio entre ambos países. ¹⁶

¹ Fuente: Elaboración propia, tomado de diferentes fuentes.

A partir de la matriz de comercio se define más al detalle la relación de comercio entre los países propuestos y Colombia en cuanto al comercio internacional.

Según datos obtenidos por PROCOLOMBIA se estima que Estados Unidos, Reino Unido y España en 2020 fueron los países que más importaron frutas procesadas desde Colombia, lo que significa un mayor potencial exportador para el durazno deshidratado, debido a su alto nivel de consumo, los presenta como los principales candidatos para generar los primeros procesos de exportación de durazno deshidratado. (PROCOLOMBIA, 2019)

- Condiciones de países que ofrece más ventajas oportunidad, selección países de matriz

¹⁶ Tomado de: <https://www.navarra.es/NR/rdonlyres/D696EFD2-6AAA-4EF1-B414-E3A27109EA67/79786/15franciscoperez.pdf>

- Los mercados potenciales; para ello se realizó una revisión de promoción de comercio exterior, se puede definir que son estos países, quienes serían los que mayor oportunidad ofrecerían.

Tabla 6

	<i>Exportación de fruta desde Colombia</i>		<i>Importación de fruta</i>
	2019 USD FOB	2020 USD FOB	2019
<i>Estados Unidos</i>	\$56.307.251	\$57.045.620	12.9%
<i>Reino Unido</i>	\$4.475.943	\$5.401.268	18.8%
<i>España</i>	\$4.078.643	\$4.498.443	1.6%

EXPORTACIONES COLOMBIANAS * Fuente: DANE-DIAN. Cálculos CI - VPIIS. ProColombia.¹⁷

Como se visualiza, las exportaciones colombianas se ven fuertemente impulsadas por la demanda de productos de Estados Unidos, para el 2019 las exportaciones fueron de 56.307.251 millones de dólares con una relevancia de importaciones del 12.9% del total general hacia el país americano, del mismo modo las Exportaciones para Reino Unido y España aunque en menor proporción, tienen bastante prevalencia a la hora de exportar alimentos, teniendo en cuenta que para el 2019 las importaciones de fruta en Reino Unido desde Colombia significaron 18.8% del total general.

VI.1.2.1 Perfil exportador

- **Estados Unidos:**

¹⁷ <https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/estadisticas-de-comercio-exterior/exportaciones-por-cadena-productiva>

Se encuentra ubicado entre los países hacia al sur con México y al norte con Canadá, cuenta con una población de 329.167.434 millones de habitantes, mantiene una fuerte participación en el comercio internacional, el comercio represento 26% del PIB en 2019 (Banco Mundial.2019) en su mayoría jalonado por las importaciones con 2.567.492 millones de dólares FOB y unas exportaciones de 1.5644.2676, lo que sugiere que al ser uno de los principales consumidores a nivel mundial, se sobre entiende que su balanza comercial, la mayoría de los productos que consumen, provienen de otros países. Adicionalmente, es uno de los países que más consume fruta procesada.

Dentro de las ventajas, EE.UU. proporciona un perfil exportador llamativo para Colombia, debido a la capacidad que tiene Colombia para producir diversos tipos de frutas y el consumo que tiene Estados Unidos de fruta deshidratada. De igual manera el TLC (tratado de Libre Comercio) firmado por ambos países en el 2012, sugiere una flexibilización de los precios del mercado internacional, así como eliminación de barreras arancelarias, dentro del acuerdo se mencionan aspectos vitales de comercio, como lo son: *propiedad intelectual, de competencia, Los asuntos laborales y ambientales, la inversión y le fortalecimiento de la capacidad comercial, etc.* (Mincomercio, 2021)

Con respecto a las frutas, dedican un capítulo especial, a tratar todos los temas relacionados con los alimentos frutales y hortalizas, de igual forma se tocan temas sanitarios, “*mejoras en el proceso de análisis sanitario y fitosanitario que permitirá a los exportadores colombianos acceder a los mercados de EEUU de una forma más expedita*” en el capítulo 4, se mencionan las reglas de origen •*Reglas de Origen: Tiene como objetivo definir las características que deben tener los productos para ser considerados beneficiarios de las preferencia.* Bajo estas condiciones el impulso generado a la comercialización de fruta deshidratada para la exportación significaría una posible apertura más para Colombia, a fin de incrementar el comercio con EEUU, y si se logra identificar al menos una empresa que distribuya el producto en el país extranjero, se crearía la conexión necesaria hacia los municipios que producen fruta, en este caso como los sería para el municipio de Chitaga, con la exportación de fruta procesada o deshidratada.

- **Reino Unido:**

El Reino Unido, se encuentra ubicado al noroeste de Francia entre el Océano Atlántico y el Mar del Norte, su territorio insular incluye un sexto de las islas de Irlanda del Norte. Tiene una población de 67.22 millones de habitantes para 2020, se encuentra dentro de los países que tiene un comercio exterior bastante robusto, Es el quinto importador y el onceavo exportador mundial de mercancías, dentro de su balanza comercial se encontró que las importaciones de productos predominaron sobre las exportaciones con una representación de 20% del PIB (Mundial, Balanza comercial Reino Unido , 2020), se constituye en la vía que le permite tener una importante conexión terrestre con el Resto de Europa.

Para el caso de Reino Unido, el análisis indica que la tendencia por los productos de calidad es a principal causa del consumo, así mismo, como el gusto por la comida saludable (Euromonitor, 2017), permite crear un ambiente comercial con Reino Unido muy acorde con la necesidad que presenta Colombia por exportar productos innovadores que impulsen el campo y la costumbre de los europeos por consumir productos de calidad.

canal de distribución

El canal de distribución para frutas exóticas en Reino Unido, se maneja a partir de un modelo en el que se compra la fruta a grandes importadores desde los productores directos, para así ser distribuida en el mercado hacia cadenas más pequeñas, como supermercados, mayoristas y minoristas (tiendas especializadas, centros de distribución local, restaurantes u hoteles). *Se debe tener en cuenta que los distribuidores se encargan de otras labores asociadas a la distribución del producto, como la maduración o la preparación de la mercancía para la exportación a otros países. En el tema de precios se deben analizar varios factores, las frutas tropicales como la piña y el banano tienen precios estables gracias a la extensa oferta que tienen los mayoristas por parte de los países africanos. Otro factor relevante es que el precio de las frutas exóticas es inversamente proporcional a su participación en el mercado.* Las frutas más conocidas tienen un precio bajo y las menos conocidas un precio más alto. (PROCOLOMBIA, 2019). Adicionalmente, según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en 2018, Reino Unido ocupa el puesto número en el mundo en cuanto al desempeño logístico.

Con respecto a la información anterior, se visualiza que el durazno sería una fruta que tendría un precio alto en el mercado europeo, por lo que significaría una compensación a la inversión que hacen los agricultores para cultivar el durazno en el municipio.

- **España:**

España se encuentra ubicado en el occidente de Europa, tiene una población de 47.35 millones de habitantes (BancoMundial, 2020), es uno de los países que más ha importado fruta desde Colombia, “Solo en España el consumo de fruta deshidratada aumentó en un 33% durante el periodo 2013 – 2014; se estima que actualmente su consumo haya crecido en un 50%” (Analysts, 2020). Para 2020 las importaciones de productos tuvieron una fuerte caída con respecto al año anterior, no obstante cabe recordar que las importaciones desde Colombia continuaron tendencia positiva, a partir de esta información, se debe tener en cuenta que aunque la importaciones hayan caído, la exportación de productos no tuvieron el mismo impacto a comparación de otros productos de consumo, debido a su comercio esencial.

Tabla 7

Año	Exportaciones		Importaciones	
2020	9.395.803	-20%	5.219.738	-21.2

Fuente: Elaboración propia – Datos Banco Mundial.

Teniendo en cuenta las tendencias por los nuevos productos saludables, la iniciativa en España por distribuir el productos ha surgido por parte de varias empresas nacionales, no obstante, Según datos de ProColombia, España ha importado grandes cantidades de fruta deshidratada desde Colombia en los últimos años, lo que sugiere que aumentar el volumen de las exportaciones es posible, si se crea un producto más específico como el durazno de alta calidad para el consumo español.

Tendencia

Los nuevos estilos de vida y hábitos que consideran más sano reducir las cantidades ingeridas en cada comida han aumentado el consumo de alimentos fuera de los horarios principales y abren espacio para snacks con reducido contenido calórico, los horneados o cereales.

En el segmento infantil han experimentado fórmulas con productos bajos en grasas y sal, eliminando conservantes y colorantes artificiales. Los sabores novedosos, exóticos o al más puro estilo español, son los más demandados.

Es importante divulgar las propiedades nutricionales que tienen los productos como fuente de hidratos de carbono y cómo encajan en una dieta equilibrada. El consumo de aperitivos en el hogar va en aumento y esto hace que se requieran formatos más grandes como parte de la compra para el hogar. Los platanitos y achiras han encontrado una buena entrada en el mercado español.

Oportunidad Snacks

Resultan esenciales los nuevos productos sencillos de llevar y rápidos de consumir, con alimentos fáciles de consumir y con las mismas propiedades de una fruta fresca.

Canal de Distribución

Pueden ser importadores directos los encargados de hacer la distribución, también están las grandes cadenas, quienes cuentan con importadores propios. Los dos están encargados de poner los productos en los hoteles, restaurantes, bares y discotecas, además de las cafeterías y supermercados quienes a su vez, los ponen en el consumidor final.

Generar economías de escala

Contar con una demanda mayor, puede permitirle a la empresa aumentar su producción y, de este modo, hacerla más rentable.

VII. Capítulo: Resultados

Teniendo en cuenta la contextualización que se presenta, en el capítulo iv de este proyecto acerca del estado de la producción de durazno, se logra identificar, en primer lugar, que la producción de durazno en el municipio de Chitagá, tiene una fuerte participación en el ingreso total del departamento de Norte de Santander, también, que el cultivo de durazno demanda una alta inversión en términos de insumos, controles y agroquímicos para aportar el producto que cumpla con las condiciones básicas de producción nacional, considerando que el departamento, es el segundo que más produce durazno en Colombia, se visualiza la importancia de generar incentivos, que motiven la creación de

estrategias innovadoras que mitiguen la pérdida del excedente de producción y a su vez compense la inversión generada por los agricultores en la estabilización de los cultivos. Siguiendo el orden, al realizar el sondeo aplicado a la muestra, se puede percibir que, existe una brecha importante en cuanto al acceso de la información que tienen los agricultores, con respecto a todos procedimientos relacionados a la exportación de durazno específicamente, aunque existan quienes se encuentren interesados en exportar, la falta de herramientas dificulta la creación de estrategias de comercio internacional, que impulse a los agricultores. Con estos resultados se establece la capacitación como una de las primeras herramientas que busca implementar la estrategia, del mismo modo, la pérdida de producción que se presenta por externalidades negativas, repercute significativamente en el precio del productos, lo que traduce una disminución del ingreso total percibido, se determina que más de la mitad de los agricultores encuestados, ha tenido alguna pérdida de producción en los últimos tres años, ya sea por factores de condiciones del producto, como factores climáticos, teniendo en cuenta que la contribución del mercado de durazno en Chitagá es bastante significativa, se establece que al mejorar el impacto de las pérdidas, podría significar una contribución importante al desarrollo regional del municipio.

- En cuanto al aprovechamiento del excedente de la producción, con la implementación de la estrategia, se buscó de cierta manera amortiguar las variaciones bruscas, que se puedan ocasionar por factores externos al mercado. Para disminuir el excedente por pérdidas, la deshidratación pretende contribuir con una alternativa, a fin de crear un producto más innovador, que se mantenga dentro de las condiciones de producción natural y sostenible, y que posea un perfil exportador llamativo para los países que más consumen este tipo de productos.
- A fin de generar un proceso de exportación eficiente, se realiza una matriz de países potenciales en la que se identificaron Estados Unidos, Reino Unido y España, como principales prospectos para la exportación, teniendo en cuenta el comportamiento de sus balanzas comerciales y sus relaciones con Colombia, lo resultados arrojaron que Estados Unidos y Reino Unido son los países que más han importado fruta procesada desde Colombia, por tanto, la estrategia refuerza el hecho de crear un intercambio más estructurado con respecto a la fruta deshidratada, teniendo en

cuenta el perfil de importación de los clientes internacionales, las exigencias en cuanto a la preparación del producto, tomados de los ítems de comercio internacional que arroja PROCOLOMBIA, para los procesos de exportación, la estrategia impulsa una capacitación más detallada acerca de estos procedimientos y las condiciones de adaptabilidad tanto estructural como de manejo de productos procesados, enfocada en la exigencia de cada país, teniendo en cuenta que la demanda de este tipo de productos va en aumento se resuelve mejorar los incentivos para exportar y facilitar las herramientas.

VIII. Capítulo: Conclusiones

Con base en las condiciones que presenta el mercado de durazno actualmente en el municipio de Chitagá, se hace evidente la creación de estrategias que permitan, aumentar el rendimiento de la producción, sin necesidad de generar un exceso en la capacidad productiva, sino desde la conservación y mejor manejo que se le da a los excedentes ya generados o a las pérdidas de producción.

Teniendo en cuenta el sondeo que se realizó a la población de Chitagá, se evidencia que la información cumple un papel fundamental para aumentar los procesos de exportación. El análisis de los datos se obtenidos indican que la perdida en la cosecha que se ha generado en los últimos 3 años, significa una baja en el precio, para mitigar está perdida se sugiere la deshidratación de fruta, la cual al ser procesada se evitaría la perdida en la inversión de los agricultores.

A partir de las estadísticas, Chitagá tiene la mayor capacidad productiva del departamento, que permitiría a partir de la tecnificación en los procesos de deshidratación de frutas, generar incentivos al comercio, para así brindar un producto innovador que podría ser recibido de manera positiva en la matriz de países establecida. Los incentivos financieros al sector productivo se podrían aumentar su capacidad productiva, teniendo en cuenta que la

exportación de fruta representara un mayor desarrollo rural del municipio de Chitagá, y por consiguiente para el departamento.

La ventaja de generar un sistema más interconectado de comercio interno, reforzaría la generación de productos de alta calidad, para ser distribuidos tanto en el comercio nacional como el externo. La participación en el mercado internacional mejoraría drásticamente el ingreso directo que tiene los agricultores con respecto a la pérdida del productor que se genera por el abastecimiento de durazno importado. Adicionalmente, se sugiere un incremento en la tecnificación del cultivo como en los procesos de deshidratación de forma natural, para crear conexiones con los principales países consumidores de dichos productos.

Anexos

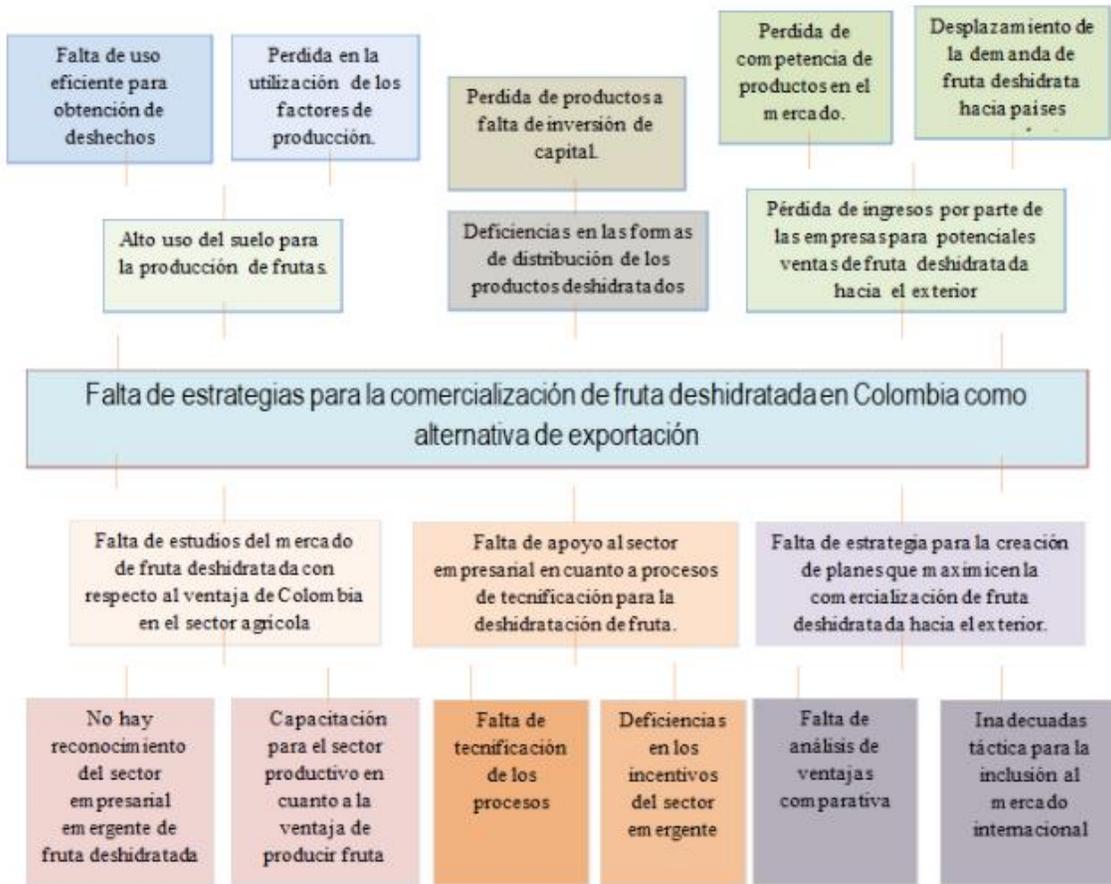
Tabla 8

<p>OBJETIVO GENERAL</p>	<p>Desarrollar un análisis del mercado de fruta deshidratada en Colombia que permita determinar las condiciones de demanda, para la formulación de planes más afines al crecimiento productivo del sector a nivel nacional e internacional.</p>			
<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p>	<p>DIMENSIONES</p>	<p>INDICADOR (ES)</p>	<p>INSTRUMENTO O TÉCNICA</p>	<p>ITEMS</p>
<p>Revisar las condiciones en las que se encuentran las regiones, en cuanto, a la producción de fruta en Cmbia.</p>	<p>Producción: Productores de fruta deshidratada</p> <p>Productividad Rendimientos de productividad de las regiones.</p>	<p>Indicadores de producción de fruta</p> <p>Frutas exóticas que más se produce en Colombia</p> <p>Rendimiento de las regiones productoras de fruta.</p> <p>Comportamiento de la hortifruticultura</p> <p>Datos de importación y exportación de fruta deshidratada.</p>	<p>Revisión</p> <ul style="list-style-type: none"> • cuantitativa • cualitativa indicadores • Instrumentos basados en la producción frutícola 	<p>Revisión por regiones</p> <p>Revisión por tipo fruta</p> <p>Área sembrada</p> <p>Comportamientos de la producción</p> <p>Frutas más sembradas</p> <p>Regiones que más producen fruta</p>

<p>Hacer un análisis global de la demanda de fruta deshidratada, realizando una comparación con las ventajas que poseen los demás países con respecto a Colombia</p>	<p>Consumo: Importaciones de fruta. Consumo de fruta</p> <p>Demanda: Demanda de fruta deshidratada en el mundo</p>	<p>Indicadores macroeconómicos</p> <p>Datos de importación de fruta</p> <p>Balanza comercial</p> <p>Tratados de libre comercio.</p>	<p>Revisión</p> <ul style="list-style-type: none"> • cuantitativa • cualitativa indicadores • Análisis de datos recopilados 	<p>Comportamiento de las importaciones</p> <p>Principales países consumidores de fruta deshidratada</p> <p>Potenciales compradores de fruta deshidratada</p> <p>Proveedores de fruta</p>
<p>Identificar las condiciones de las empresas deshidratadoras en Colombia</p>	<p>Mercado laboral: Oferta de trabajo para la producción de fruta.</p> <p>Producción: Empresas dedicadas a deshidratar fruta.</p> <p>Economía: Crecimiento del sector empresarial Crecimiento del sector empresarial</p>	<p>Indicadores del mercado laboral por regiones</p> <p>Empresas registradas legalmente</p> <p>Indicadores de productividad</p> <p>Empresas exportadoras</p>	<p>Revisión</p> <ul style="list-style-type: none"> • cuantitativa • cualitativa indicadores • Análisis de datos recopilados <p>Bases de datos: DANE, PROCOLOMBIA, ASOGOF, UCOL, MINTRABAJO</p>	<p>Estrategias para incentivar el desarrollo rural a partir de la producción de fruta.</p> <p>Comportamiento de las regiones</p> <p>Estrategias para el comercio regional</p> <p>Propuesta para la viabilidad del comercio entre los productores de fruta y las empresas deshidratadoras colombianas.</p> <p>Determinación de resultados</p> <p>Estrategias para la exportación</p>

<p>Establecer modelo que defina de qué manera se puede conectar el comercio nacional de fruta e integrarlo con el mercado internacional mediante las empresas deshidratadoras.</p>	<p>Desarrollo: Desarrollo rural en Colombia</p> <p>Comercio: Comercio entre las regiones. Comercialización de fruta.</p>	<p>Índice de desarrollo rural</p> <p>Indicadores del mercado de las frutas</p> <p>Datos suministrados con anterioridad</p>	<p>Análisis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cualitativo descriptivo, teniendo en cuenta las condiciones de los datos arrojados por las dinámicas de las dimensiones establecidas. • Cuantitativo, estudio de los resultados obtenidos con el análisis de las bases teóricas 	<p>Estrategias de desarrollo rural para fomentar el cultivo de fruta.</p> <p>Comercio de la ruralidad hacia a las empresas.</p> <p>Proyección del rendimiento de las empresas distribuidoras.</p> <p>Posibles distribuidores.</p> <p>Posibles exportadores. Frutas adecuadas para la exportación.</p>
--	--	--	---	---

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Cronograma

Objetivo		Mes		Febrero				Marzo				Abril				Mayo				
		Semana		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Desarrollar un análisis de las condiciones de las regiones en la producción de fruta, que permita la creación de estrategias a partir de la deshidratación de los excedentes y así contribuir al impulso de las empresas dedicadas al proceso deshidratación, para fines de exportación.		Objetivo 1.		Actividad 1																17
		Revisar las condiciones de producción de fruta por regiones en Colombia.		Revisión documental de bases de datos																
				Actividad 2																15
				Recolección y ajuste de la información																
		Actividad 3																10		
		Observación estadística																		
Objetivo 2.		Actividad 1																15		
		Búsqueda de datos disponibles																		

IX. Bibliografía

- Agroalimentos del Nuevo Cuyo . (2004). *Requisitos para exportar frutas frescas, desecadas y secas* . San Juan.
- Analysts, G. I. (2020). *Consumo de fruta deshidratada en el mundo* . Madrid.
- ASOHOFrucol. (2018). *Balance del sector hortifruticultura*. Bogotá .
- BancoMundial. (2020). *Datos España* . Madrid.
- Cannock, G. (2018). *Políticas agropecuarias y liberación comercial en centroamerica* .
- CEPAL. (2014). *Agricultura y desarrollo rural* . Bogotá.
- CEPAL. (2017). *Fortalecimiento de cadenas de valor rurales*. Mexico.
- Colombia, U. E. (2017). *PROYECTO PARA EXPORTAR PIÑA DESHIDRATADA TIPO*. Bogotá .
- DANE. (2019). *Exportación de frutas procesadas y deshidratadas* . Bogotá .
- DANE. (2020). *Demografía y población* . Bogotá.
- Defensoría del Pueblo . (1.996). *Defensoría del Pueblo* . Obtenido de DECRETO 1791 DE 1996:
https://www.defensoria.gov.co/public/Normograma%202013_html/Normas/Decreto_1791_1996.pdf
- Euromonitor. (2017). *Consumo de fruta deshidratada*.
- FAOSTAT. (2019). *PRODUCCION CULTIVOS AMERICAS*.
- Garavito Rincón, L. N. (7 de diciembre de 2.015). *Los páramos en Colombia, un ecosistema en riesgo*. Obtenido de Universidad Santo Tomás, Colombia: <file:///C:/Users/TOSHIBA/Downloads/Dialnet-LosParamosEnColombiaUnEcosistemaEnRiesgo-5662382.pdf>
- García, D. F. (2019). *La competitividad de la economía española* . Valencia.
- Hofstede, R. (2.001). *Portal sobre Conservación y Equidad Social, Portal CES*. Obtenido de https://www.portalces.org/sites/default/files/references/095_Hofstede%202001%20Paramo%20Ecuador%20impacto.pdf
- Loyola, U. s. (2018). *ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACK*. Lima.

Mexico., E. d. (2012). *La Demanda de Importaciones en el Reino Unido*. Ciudad de Mexico .

MIN. AGRICULTURA. (2018). *PRODUCCIÓN DE FRUTA EN COLOMBIA*. BOGOTÁ.

Min. de agricultura y desarrollo rural . (2016). *Plan fruticola nacional* . Calí.

MINAGRICULTURA. (2017). *EVALUCIONES AGROPECAUARIAS MUNICIPALES* .

Mincomercio. (2019). *Acuerdo de continuidad comercial entre Colombia y el Reino Unido* . Quito.

Mincomercio. (2021). *Acuerdo de Promoción comercia entre la República de Colombia y Estados Unidos de América*. Bogotá.

Ministerio de Agricultura y Ganaderia. (2.010). *Ministerio de Agrícultuta y Gnaderia, Costa Rica*. Obtenido de Sector Agro:
<http://www.mag.go.cr/bibliotecavirtual/T01-10313.pdf>

Ministerio de Ambiente. (2.015). *Ministerio de Ambiente, Colombia*. Obtenido de
https://www.minambiente.gov.co/images/BosquesBiodiversidadyServiciosEcosistemicos/pdf/plan_nacional_restauracion/PLAN_NACIONAL_DE_RESTAURACION_2015_2019.pdf

Mundial, B. (2020). *Balanza comercial Reino Unido* . Reino Unido .

Mundial, B. (2020). *Cifras de comercio exterior en los Estados Unidos*. Los Angeles.

Navarro , A., Figueroa , B., Ordaz , V., & Gonzáles , F. (2.000). EFECTO DE LA LABRANZA SOBRE LA ESTRUCTURA DEL SUELO, LA GERMINACIÓN Y EL DESARROLLO DEL MAIZ Y FRIJOL. *TERRA Lationamericana*, 61-63.
Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/573/57318107.pdf>

Pamplona. (2019). *El durazno: progreso de cambio en la agricultura*. Pamplona.

ProChile. (2011). *Estudio de mercado de snacks de fruta deshidratda EE.UU*. Washington.

PROCOLOMBIA. (2016). *EXPORTACION DE PRODUCTOS PROCESADOS* . Bogotá.

PROCOLOMBIA. (2019). *Empresas distribuidora de frutas procesadas y deshidratadas* . Bogotá .

propia, F. E. (s.f.).

Santos, A. (2.017). *Tractores y Máquinas*. Obtenido de Todo sobre maquinaria Agícola: <https://www.tractoresymaquinas.com/tipos-de-arados-para-labrar-el-suelo-laboreo-profundo-o-primario/>

Sistemas Agroforestales. (2.012). PROBLEMÁTICA AMBIENTAL DE LOS PÁRAMOS. *Caracol Radio Colombia*. Obtenido de <http://sistemasagroforestalesboyac.blogspot.com/2012/01/problematICA-ambiental-de-los-paramos.html>

Tapia , S., Texeira, A., Velazques , E., & Waldez, F. (2.016). Macroinvertebrados del suelo y sus aportes a los servicios ecosistémicos, una visión de su importancia y comportamiento. *REVISTA COLOMBIANA DE CIENCIA ANIMAL* , 261. Obtenido de <file:///C:/Users/TOSHIBA/Downloads/380-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1022-1-10-20161227.pdf>

Universidad san Ignacio de loyola . (2018). *ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACK*. Lima .