

Oportunidad comercial para la exportación de pulpa de fruta

Karen Lorena Sáenz Vergara
Julián David Jiménez Crisancho

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Negocios Internacionales
Bogotá, D.C.
2021

Oportunidad comercial para la exportación de pulpa de fruta

Karen Lorena Sáenz Vergara
Julián David Jiménez Crisancho

Director
Oswaldo Ospina Martínez

Trabajo de grado para optar al título de Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2021

Resumen

Colombia cuenta con una ventaja comparativa para la producción de frutas. Si bien en los últimos años se ha visto un crecimiento en cuanto a las exportaciones de la pulpa de fruta, debido a las tendencias mundiales de consumo de alimentos saludables y nutritivos, así como las necesidades del mercado global que demandan productos convenientes fáciles de preparar y listos para consumir, las exportaciones de la pulpa de fruta colombiana seguirán abriendo nuevos mercados y aumentando sus ventas. Este trabajo tiene como objetivo identificar las oportunidades comerciales que tiene este producto en el mercado internacional, para ello, se elaboró una matriz de ponderación, determinada por unas variables y una selección de países con el fin de encontrar el mercado objetivo, el mercado alterno y el mercado contingente. Se encuentra que el mejor mercado es Canadá, y la estrategia que se propone es ingresar a través de una alianza estratégica que permita penetrar parte del mercado por medio de una empresa ya establecida y posicionada.

Palabras clave: Alianza estratégica, Oportunidad de Mercado, Canadá, Integración económica, Exportación de pulpa de fruta.

Abstract

Colombia has a comparative advantage for fruit production. While growth in fruit pulp exports has been seen in recent years, due to global trends in the consumption of healthy and nutritious foods, as well as the needs of the global market that demand convenient products that are easy to prepare and ready to consume, exports of colombian fruit pulp will continue to open new markets and increase sales. This work aims to identify the commercial opportunities that this product has in the international market, for this purpose a weighting matrix, determined by variables and a selection of countries, was developed in order to find the target market, the alternative market and the quota market. It is found that Canadá is the leading market, and the proposed strategy is to enter through a strategic alliance that allows some of the market to penetrate through an already established and positioned company.

Key words: Strategic Alliance, Market Oportunity, Canadá, Economic integration, Fruit pulp exports.

Tabla de contenido

Introducción	7
Planteamiento del problema	9
Descripción del problema	9
Formulación del problema.....	10
Objetivos	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos	11
Justificación.....	12
Marco referencial	14
Marco de antecedentes.....	14
Marco teórico	16
Formas de integración económica	16
Marco legal.....	17
Diagnóstico del sector frutícola.....	22
Producción y exportación mundial de fruta fresca	22
Producción y exportación sector hortofrutícola Colombia.....	24
Fruta procesada en Colombia para el mundo una oportunidad para el sector	27
Importaciones de pulpa de fruta en Colombia.....	27
Exportaciones de pulpa de fruta desde Colombia	28
Identificar el país que presenta mayores oportunidades para el ingreso de la pulpa de fruta ..	31
Mercados potenciales para la oportunidad comercial de pulpa de fruta.....	32
Canadá.....	32
Francia.....	34
Japón.	34
Selección de país destino para la exportación de pulpa de fruta	35
Análisis de resultados y definición del mercado objetivo	36
Relación con la teoría de la integración económica	38
Diseñar las estrategias para el ingreso del producto en el mercado seleccionado	39
Perfil del consumidor de pulpa de fruta.....	39
Ficha técnica del producto	39
Condiciones para exportar pulpa de fruta desde Colombia	40
Requisitos para el ingreso del producto al mercado canadiense	41

Normas fitosanitarias exigidas por Canadá	42
Envase, empaque y embalaje.....	42
Transporte.....	44
Estrategias de ingreso al mercado canadiense.....	45
Alianza estratégica.....	46
Estrategias de promoción.....	47
Conclusiones	49
Referencias	51

Introducción

Colombia es un país privilegiado por su ubicación geográfica y clima tropical. Esto le permite tener condiciones favorables para una gran variedad de productos agrícolas durante casi todo el año. Las tendencias de consumo saludables en el mundo han motivado a los productores colombianos a transformar las frutas en productos procesados de mayor valor agregado como la pulpa, deshidratados, liofilizados y congelados.

Este documento tiene como objetivo principal identificar una oportunidad comercial para la exportación de pulpa de fruta hacia el mercado objetivo, para ello, se inicia desde la búsqueda de posibles ventajas competitivas y comparativas con las que cuenta Colombia en cuanto al sector frutícola. Como se ha indicado anteriormente las condiciones agroecológicas y la variedad de climas le han permitido en los últimos años al sector agrícola colombiano destacarse en el mercado internacional como un gran productor de frutas exóticas. Así mismo, se considera que el país, cuenta con un alto índice de eficiencia en cuanto a la producción y exportación de fruta fresca. Ahora bien, las empresas agroindustriales han implementado estrategias como una oportunidad para agregar valor a la transformación de frutas permitiendo un crecimiento productivo del país.

Por otro lado, lo que se pretende es exponer la oportunidad comercial partiendo desde la estructura del cultivo de las frutas, hasta la comercialización internacional de la pulpa de la misma en el mercado seleccionado, siendo la internacionalización uno de nuestros principales objetivos. De esta manera, utilizaremos la ventaja competitiva de las frutas que son producidas en Colombia; adicionando un factor clave e importante como lo es el procesamiento artesanal para la elaboración de las pulpas de frutas y a su vez el cuidado con el medio ambiente en la utilización de empaques biodegradables.

Cabe destacar que el presente trabajo se encuentra conformado en una primera parte, por identificar la oportunidad comercial para la exportación de la pulpa de fruta, aquí se orienta al planteamiento del proyecto de investigación junto con los marcos referenciales. Segundo, se realiza una descripción del mercado nacional donde se aborda comportamientos del sector frutícola en Colombia, abarcando información acerca de la producción, consumo interno y comercio en general. Luego se elige el mercado óptimo para la exportación del producto colombiano identificando los principales importadores a nivel global y haciendo una breve descripción de los posibles mercados a los cuales se puede llegar, se analizan los resultados y se selecciona el mercado objetivo. Por último, se plantean algunas estrategias para ingresar al mercado seleccionado.

Otro aspecto relevante de la presente investigación se fundamenta en obtener mayores conocimientos sobre la pulpa de fruta, los lugares donde se cultiva, la importancia que tiene esta fruta a nivel nacional, los principales competidores que tiene en el mercado. Por ende, lo que buscamos es lograr darle un mayor grado de participación en el mercado internacional, aumentando así el interés con base en su rendimiento, calidad y demanda en el mercado nacional e internacional.

Planteamiento del problema

Descripción del problema

Colombia es un país con vocación agrícola, privilegiado por su ubicación geográfica y clima tropical, lo que representa ventajas comparativas importantes al brindar las condiciones favorables para la producción de una gran variedad de frutas durante casi todo el año, las cuales se han posicionado debido a su alta demanda en el mercado internacional (Vita, 2020, párr. 1)

Sin embargo, la Red de Información y Comunicación del Sector Agropecuario – Agronet - (2019), indica que el sector de frutas y hortalizas está compuesto por pequeños productores los cuales están atomizados en el territorio nacional y con hectáreas pequeñas de cultivos, además de su dispersión en los diferentes municipios y veredas de departamentos productores, lo que genera falta de asociatividad para el crecimiento de sus negocios y de ayuda para la comercialización y transformación de los productos. Las certificaciones de exportación es otra de las dificultades por las que atraviesan los productores colombianos, debido a la falta de recursos tanto del gremio como del gobierno para poder pagar los certificados y hacer las implementaciones necesarias que se exigen al momento de la exportación. Adicionalmente, los productores están lejos de las cabeceras municipales, sin vías terciarias y sin créditos que realmente beneficien a los mismos, lo que impide un mejor crecimiento del sector agroindustrial (p.1).

El no posible acceso a certificaciones aleja a los pequeños productores a cumplir con los requisitos de calidad exigidos por normas internacionales, a esto se suma el deficiente manejo postcosecha, que además agrava el problema del alto grado de perecibilidad del producto, lo que provoca no solo disminución de calidad sino cuantiosas pérdidas físicas en el mercado nacional, es por ello, que las empresas que cultivan y realizan el procesamiento de la fruta deben invertir en el cumplimiento de normas técnicas que definen los requisitos y sistemas de clasificación de las frutas destinadas al consumo en estado fresco o para frutas específicas de manera tal que la fruta como materia prima mantenga sus propiedades organolépticas o contar con proveedores previamente seleccionados y calificados que permitan responder a las necesidades y exigencias del mercado internacional (Moncada, 2015, párr. 5-7).

Por su parte Osorio (2019) menciona que el gobierno a través del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural ha venido implementando una política pública denominada “Estrategia 360°” con el objetivo de mejorar la productividad del sector agrícola y busca mitigar cuatro tipos de riesgos a los que están expuestos los productores campesinos: “financieros (iliquidez), de mercado (variaciones en el precio), biológicos (plagas) y climatológicos (inundaciones y sequías)” (párr. 2).

Desde la posición de Tobón (2019), otro aspecto es que la productividad en Colombia llevaba estancada más de 20 años, y tan solo solo cuatro productos registran mejoras: café, caña, banano de exportación y flores. La producción del campo crece más lento, por lo cual necesita una mayor voluntad y esfuerzo para hacerla crecer. En Colombia, la falta de una política de incentivos a la producción es la principal causa de ese estancamiento, es decir, no hay un incentivo que motive a los agricultores a producir más, la política colombiana en este aspecto ha sido paternalista, busca ayudar al campesino, pero no para desarrollarse sino para que no se quiebre. Por ende, el peor problema que tiene la agricultura es sin duda que no crezca, pues no nos permite generar más ingresos y competir en el exterior (pp. 1-2).

A lo anterior Palacios (Citado en Contexto Ganadero, 2019) presidente de la Asociación Hortofrutícola de Colombia – Asohofrucol – menciona que “los crecimientos en el sector son tímidos por las debilidades que tienen en temas de asistencia técnica, integral y de certificaciones de predios exportadores” (párr. 1), lo anterior lo justifica al indicar que el gremio está integrado por pequeños productores los cuales se encuentran dispersos en el territorio nacional, en veredas que se encuentran lejos de las cabeceras municipales, sin vías terciarias y sin créditos que les beneficien, lo que implica dificultad para poder agruparlos y fomentar la asociatividad para la generación de emprendimientos rurales que les permitan acceder a certificaciones lo que repercute de manera considerable en sus opciones de negocio e implementaciones necesarias para contar con una oferta de calidad exportable. (párr. 2-6)

Formulación del problema

De acuerdo con la anterior descripción la pregunta de investigación a la cual se pretende dar respuesta es: ¿Cuál es la oportunidad comercial para la exportación de pulpa de fruta en el mercado internacional?

Para responderla se sistematiza de la siguiente manera:

¿Cuál es la situación actual del sector hortofrutícola en Colombia?

¿Cuál es el país que presenta mayores oportunidades para exportar la pulpa de fruta?

¿Cuáles son las estrategias que se deben diseñar para el ingreso de la pulpa de fruta al mercado seleccionado?

Objetivos

Objetivo general

Identificar la oportunidad comercial para la exportación de la Pulpa de fruta a mercados internacionales.

Objetivos específicos

Realizar un diagnóstico del sector frutícola en Colombia

Identificar el país que presenta mayores oportunidades para el ingreso de la pulpa de fruta.

Diseñar las estrategias para el ingreso del producto en el mercado seleccionado.

Justificación

Como se ha indicado anteriormente las condiciones agroecológicas y la variedad de climas le han permitido al sector agrícola colombiano destacarse en el mercado internacional como un gran productor frutícola al encontrar a Colombia dentro del Top 10 de los principales países proveedores de frutas exóticas. Sin embargo, el portal Colombia Productiva (s.f.) señala que en los últimos años el sector no ha concentrado solo sus esfuerzos en la producción y exportación de fruta fresca, las empresas agroindustriales han encontrado en la transformación de frutas identificadas como estratégicas una oportunidad para agregar valor y para el desarrollo productivo del país (párr. 1), lo que se refleja como lo indica Martínez (2019) en la preocupación del sector por “implementar nuevas tecnologías y adoptar políticas de calidad integral que promueven la innovación en términos de producto, empaque, inocuidad y trazabilidad” (párr. 2).

Dicha preocupación se fundamenta en la dinámica del mercado internacional y en las “tendencias de consumo saludables en el mundo han motivado a los productores colombianos a transformar las frutas en productos procesados de mayor valor agregado como pulpa, deshidratados, concentrados, liofilizados y congelados” (Ventura Group, 2019, párr. 10), cuyas exportaciones llegaron a US\$92,75 millones en 2018, lo que equivale a un crecimiento del 12% con respecto al 2017 (Becerra, 2019, párr. 2)

Por su parte Global Market Insights (2019) refiere que el tamaño del mercado de frutas y verduras procesadas supero los USD 260 mil millones en 2019, para el 2018 el segmento de frutas procesadas representa el 35% del mercado general, lo anterior se debe en primer lugar a la creciente conciencia sobre la ingesta diaria de frutas como un componente importante de una dieta saludable lo que incentiva su consumo y en segundo lugar, una mayor conciencia del consumidor por los productos congelados y procesados y por último un aumento en la demanda de jaleas, mermeladas, pulpas, dulces, etc., por las nuevas generaciones lo cual apoya de manera contundente la expansión de la industria de frutas procesadas (párr. 3-7)

De igual manera la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO (2020) declaro al año 2021 como el año internacional de las frutas y las verduras con ello se propone afianzar la concientización “sobre los beneficios nutricionales y para la salud de las frutas y verduras y su contribución a una dieta y un estilo de vida equilibrados y saludables” (p. 1), y solicita adoptar medidas a los países “para aumentar la producción y el consumo de frutas y verduras, y hacerlas más asequibles para los consumidores, generando al mismo tiempo beneficios económicos, sociales y ambientales en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible” (p. 2).

La investigación se encuentra inscrita en la línea de mercados internacionales y su aporte versa en la necesidad que tiene el país de apuntar a la agroindustria y la diversificación de su canasta exportadora, aun teniendo en cuenta que el país aún depende en un porcentaje bastante alto de la exportación de materias primas en el sector agrícola.

A nivel profesional el proyecto permite ver la importancia para los profesionales de Negocios Internacionales de adquirir competencias en investigación como fuente de conocimiento para profundizar en la dinámica de las empresas que deciden hacer realidad su proceso de ingreso a mercados internacionales y por otra parte aplicar los conocimientos adquiridos en las diversas asignaturas que componen el plan de estudios y que hoy se pueden integrar de manera concreta en el proyecto.

El alcance del proyecto va hasta el diseño de estrategias para el ingreso de pulpa de fruta en el mercado internacional, el país de destino se selecciona mediante la utilización de una matriz de selección de mercados. Al ser un estudio descriptivo, la limitación que se puede presentar concierne a las fuentes de información sobre el objeto de estudio.

Marco referencial

Marco de antecedentes

Para indagar sobre lo que se ha investigado frente a la exportación de pulpa de fruta, se realiza una búsqueda en el contexto nacional e internacional encontrando que existe documentación que se enfoca en planes de negocios de empresas para la exportación de pulpa de fruta, estudios de caso de empresas que cuentan con presencia en el mercado internacional y por último trabajos que se enfocan en el proceso de exportación de pulpa de fruta o seleccionan una pulpa de fruta determinada.

En el contexto nacional se encontró la investigación denominada “*estrategias de exportación de pulpa de fruta colombiana: guía metodológica*” realizada por Valencia y Avendaño (2019) cuyo objetivo era diseñar una guía para optimizar los procesos de exportación de pulpa de frutas exóticas de Colombia que permitiera orientar a los productores de manera sencilla el proceso de exportación de este tipo de productos al tomar como referente un emprendimiento propio denominado Fruturama S.A.S., a la cual a partir de un análisis DOFA se le sugieren planes de mejoramiento para los puntos críticos encontrados en el proceso. La metodología empleada fue mixta por un lado se utilizó una metodología cualitativa al aplica como técnica de recolección de información las entrevistas en profundidad a personal relacionado con el sector objetivo y por otro lado se fundamentó en una investigación documental. La investigación concluye que la información de los incentivos gubernamentales no es claro en cuanto a los requisitos para acceder a ellos que deben cumplir las micro y pequeñas empresas, además, se evidencio la falta de literatura frente al proceso exportación de pulpa de fruta (pp. 7-22).

Otro referente a nivel nacional es el trabajo titulado “*Exportación de pulpa de fruta exótica (mangostino, gulupa y aguacate hass)*” a través de la empresa Colombian Pulp S.A.S., la cual se encarga de producir, comercializar y distribuir el producto apalancados en elementos como marca país, frutas exóticas y 100% natural que le permitan tener un diferencial en el mercado Canadiense, para ello, realizan un plan de negocio que integra un cuatro estudios: de mercado, técnico, financiero y legal – administrativo, que permitió definir la viabilidad del negocio y de esta manera establecer el plan de exportación (Guarnizo, Segura y Góngora, 2017, pp. 8-67)

A nivel internacional Barzola (2019) realizo el trabajo titulado “*Plan estratégico logístico para exportar pulpa de maracuyá ecuatoriana al mercado canadiense cumpliendo normas adecuadas de empaque y etiquetado*” el cual permitió determinar la necesidad que tienen las empresas de llegar a nuevas áreas geográficas, para lo cual se debe contar con un producto que cumpla con las exigencias de entrada al mercado canadiense el cual ha venido presentando un aumento en el consumo de productos naturales y orgánicos. La investigación enfatiza en la

importancia de cumplir con las normas técnicas, certificaciones y especificaciones de empaque, embalaje y etiquetado debido a la tendencia del consumidor canadiense a adquirir productos que sean fabricados por empresas comprometidas con el medio ambiente y la sociedad. (pp. 8-29).

Marco teórico

Con el fin de dar sustento teórico a la presente investigación, la teoría seleccionada es la de la Integración Económica. La integración de diversas economías para agruparse alrededor de una forma concreta de organización económica y comercial a través de la cooperación conjunta forma parte de los intentos, que fundamentalmente a partir de los años 50 y 60, vienen desarrollando los países interesados en obtener mayores beneficios, de los intercambios comerciales y más prosperidad para sus economías. A medida que iban obteniendo la independencia las antiguas colonias, en los años 50 y 60, encontraron en las diversas formas de la integración económica un medio útil para impulsar sus economías, en general mediante políticas orientadas hacia el interior. Sin embargo, es a partir de la segunda mitad de la década de los años 80, cuando la integración regional toma una verdadera importancia, con la creación de nuevas áreas de esta o con el impulso de la ya existentes. Sin duda alguna, la propuesta de establecer un mercado único y una Unión Económica y Monetaria ha servido de referencia para estimular la cooperación en los últimos años (Fundamentos de la Integración Económica, pp. 4-5).

La integración económica es concebida por Tugores (2006) como un proceso a través del cual se busca la unificación de dos o más economías, mercados nacionales, que previamente se encontraban funcionando de manera separada e individual; el objetivo de esta fusión es formar un solo mercado (mercado común), cuya dimensión es mucho más favorable e idónea para el intercambio comercial de los bienes y servicios producidos por diferentes países (p. 123).

Formas de integración económica

A continuación, se describen las 5 tipologías o fórmulas de integración económica las cuales se diferencian de acuerdo al grado de compromiso entre los países como lo menciona Petit (2014) (pp. 6-7).

Zona o área de libre comercio se obtiene cuando los países acuerdan eliminar las barreras arancelarias y otras restricciones a las exportaciones e importaciones de bienes, sin embargo cada uno de ellos conserva su autonomía e independencia respecto a su comercio con países terceros.

Unión Aduanera se logra cuando los países miembros, acuerdan liberar gradualmente el comercio entre ellos, adicionalmente, adoptan frente a terceros países una política arancelaria común o tarifa externa común.

Mercado común se da cuando se extienden a acceder la libre circulación de personas, servicios, mercancías y capitales, es decir va más allá del tema aduanero. De esta manera, la

legislación de los países miembros se unifica para asegurar la libre competencia en el mercado interior.

Unión económica se presenta con la existencia previa de un mercado común, pero además, que haya una armonización de las políticas económicas dentro de los estados miembros. En donde se incluya la unión monetaria, cuya fase permita conducir a la circulación de una moneda única.

Integración económica total esta última fase comienza con la aparición de una autoridad supranacional, quien tomará las decisiones de una política fiscal, monetaria y cambiaria.

Marco legal

La normatividad que rige el proyecto en el contexto nacional se presenta en la tabla 1.

Tabla 1.

Normatividad

Norma	Descripción
Ley 09 de 1979	Establece las normas sanitarias para la prevención y control de los agentes biológicos, físicos o químicos que alteran las características del ambiente exterior de las edificaciones hasta hacerlo peligroso para la salud humana, además el título V refiere a “Los alimentos, aditivos, bebidas o materias primas correspondientes o las mismas que se produzcan, manipulen, elaboren, transformen, fraccionen, conserven, almacenen, transporten, expendan, consuman, importen o exporten” (Ley 09, 1979, Art. 243)
Resolución 7992 de 1991.	Regula “Los jugos concentrados, néctares, pulpas, pulpas azucaradas y refrescos de frutas que se produzcan, Importen, Exporten, Transporten, envasen y comercialicen en el territorio nacional” y define la pulpa de fruta como “Es el producto pastoso, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, sanas, maduras y limpias.” (Resolución 7992, 1991, Art. 1-2)
Resolución 3929 de 2013	Establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de fruta, clarificados o no, o la mezcla de estos que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional. Dentro de la resolución, se encuentran requisitos microbiológicos de la pulpa de fruta. (Resolución 3929, 2013, Art. 6)
Norma Técnica Colombiana – NTC – 5468	La presente norma establece los requisitos y los métodos de ensayo que deben cumplir los jugos (zumos), pulpas, néctares de frutas y sus concentrados, para consumo directo o elaboración ulterior. (NTC 5468, 2012)

Nota: Elaboración propia

La normatividad en el ámbito internacional dependerá del país resultado de la matriz de evaluación de mercados.

Metodología

El diseño de la investigación es no experimental, que es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no se varía en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. En un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien lo realiza. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. (Hernández, Fernández y Baptista, p. 152).

Por lo anterior, se puede indicar que el trabajo es una investigación de tipo no experimental, debido a que la búsqueda se limita a obtener datos e información a través de la utilización de fuentes secundarias que se ajusten al desarrollo de los objetivos propuestos, las cuales se toman sin manipulación de las variables estudiadas por otros investigadores.

Según Bernal (2010), se considera como investigación descriptiva aquella en que, “se reseña las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio” (p. 113). De acuerdo con la definición mencionada anteriormente, el alcance de nuestra investigación es de carácter descriptivo, ya que tiene como finalidad describir la oportunidad comercial para la exportación de la pulpa de fruta.

Según el Centro Interamericano de Desarrollo (s.f.), la investigación documental denominada también bibliográfica “se caracteriza por obtener, seleccionar, compilar, organizar, interpretar y analizar información sobre un objeto de estudio a partir de fuentes documentales tales como libros, documentos de archivo, registros audiovisuales, etc.” (p. 1).

De acuerdo con el concepto planteado anteriormente, la obtención de la información de nuestro proyecto se fundamentó en una investigación de tipo documental, porque se basó en la revisión de textos, artículos, bibliografías, entre otros ya existentes sobre un tema y que pueden ser utilizadas para dar inicio o traer a flote un tema ya tratado. Para ello las fuentes de información a las cuales se acude para el proceso investigativo se presentan en la tabla 2.

Tabla 2.

Fuentes de información

Objetivos específicos	Información	Fuentes de información
Realizar un diagnóstico del sector frutícola en Colombia	Cifras de producción Cifras de exportación Cifras de importación	Agro eficacia, Agronegocios, Ministerio de agricultura, Asohuficol, TradeMap.
Identificar el país que presenta mayores oportunidades para el ingreso de la pulpa de fruta.	Variables económicas, logísticas, político – legales, culturales, de investigación de mercados, de acceso al mercado, geográficas, otras.	TLC entre Colombia y los países seleccionados, Procolombia, Cámara de comercio de Canadá y Agencia de desarrollo rural.
Diseñar las estrategias para el ingreso del producto en el mercado seleccionado.	Uso de diferentes estrategias para el ingreso del producto en el mercado seleccionado.	Diario del exportador y Procolombia.

Nota: Elaboración propia

El primer objetivo realiza un análisis del sector frutícola, aquí se abordará desde la evolución y trascendencia del sector hortofrutícola durante los últimos años y se finalizara con diversas estadísticas que evidencian el crecimiento de dicho sector en el país y las cifras del comercio exterior que presenta la partida analizada. De acuerdo con lo anterior, se cuenta con información que nos permite determinar qué factores inciden en la producción y comercialización nacional e internacional de la pulpa de fruta, teniendo en cuenta aspectos como: producción, áreas de siembra. cultivos, importaciones, exportaciones y sus principales competidores este mercado. Con el fin de identificar cada uno de los elementos que intervienen en la cadena productiva de la pulpa de fruta y su potencial para ser comercializado al mercado seleccionado.

El segundo objetivo se centra en la selección del mercado objetivo, el mercado latente y el mercado contingente al cual se podrá dirigir la pulpa de fruta, mediante una matriz de selección de mercados para establecer el país apto para exportar la pulpa de fruta producida en Colombia, para ello se analizaran siete factores integrados por una serie de variables, las cuales se evaluarán de manera cuantitativa para lo cual se estableció una escala de valoración de 5 – País alta posibilidad, 3 – País de mediana posibilidad y 1 – País de baja posibilidad. Con respecto a lo anterior, en la tabla 7, del presente trabajo se encuentra la matriz de ponderación con sus respectivas variables: económicas, culturales, políticas y legales, investigación de mercados, alternativas de entrada, logística internacional, geografía y otras variables. A continuación, se estudian más detalladamente los países de Canadá, Francia y Japón, junto con las variables y

los promedios de ponderación que corresponden en primer lugar, al promedio simple y en segundo lugar, al promedio ponderado. En primer lugar, encontramos el factor económico y sus variables las cuales corresponden a la moneda de cada país, al PIB, PIB per cápita, la población, el gasto público, la tasa de desempleo y el endeudamiento del estado. En segundo lugar, se encuentran las variables culturales aquí encontramos su idioma, su religión, estrategias de negociación, símbolos importantes y formas de vestir. En tercer lugar, las variables político y legales como: el control de exportación y de importación, el nivel de corrupción, el endeudamiento del estado, el tipo de gobierno, el índice de confianza el control de precios y por ultimo las restricciones a las Inversión Extranjera Directa. En cuarto lugar, la investigación de mercados y sus variables conciernen a: mercado objetivo, encuestas, entrevistas, focus group, fuentes secundarias, necesidades y expectativas. En quinto lugar, están las alternativas de entrada como: la exportación directa, franquicias, Joint Venture, Alianzas estratégicas, Inversión extranjera directa. En sexto lugar, se encuentra la logística internacional, apoyada por las medidas fitosanitarias, la eficiencia aduanera, calidad de la infraestructura, competitividad de transporte internacional de carga, competencia y calidad en los servicios logísticos, capacidad de seguimiento y rastreo en los envíos y puntualidad en el transporte de carga. Por último, se analiza el clima, el área geográfica, los límites fronterizos, continentes y los ríos.

De acuerdo con una reunión dada por el equipo de investigación, tutor y estudiantes se analizaron las siguientes variables a tener en cuenta, en la selección del mercado internacional y definimos lo siguiente: El entorno económico, es una de las variables que cuenta con el mayor porcentaje de ponderación, ya que nos permite visualizar el estado real de la economía, con el fin de saber si la inversión de la empresa es viable o no. La siguiente variable con mayor porcentaje de ponderación es la logística internacional, puesto que aquí, aborda procesos importantes para que la distribución física del producto sea lo más efectiva posible, influyendo directamente en el precio y calidad del producto. Por otro lado, está la variable de alternativas de entrada, esta determina la seguridad de las inversiones al momento de posicionar un producto en un mercado externo. Para ello, se debe analizar factores como el grado de riesgo monetario y la vulnerabilidad financiera del país, en el cual se piensa invertir. Así mismo, se encuentra la variable político y legal, siendo esta muy importante, en cuanto al ordenamiento internacional de las diferentes leyes y políticas con las que cuenta cada país. Con el mismo porcentaje de ponderación se encuentra la variable geográfica, esta es indispensable, al momento de tomar la decisión para la elección de un mercado al cual se quiere llegar. En ultima instancia, encontramos la variable referente a la investigación de mercados, la cual me permite identificar y analizar de una manera más detallada el mercado al cual se pretende alcanzar. Para finalizar

encontramos las variables culturales y otras variables, las cuales cuentan con el mismo porcentaje de ponderación, siendo estas un poco relevantes al momento de la elección del mercado objetivo.

El tercer objetivo determina las diferentes estrategias que se implementarán para el ingreso del producto en el mercado de Canadá. Con el fin, de aumentar nuestras ventas, tener un acceso a nuevos mercados y canales de distribución que permitan agilizar el proceso de expansión.

Diagnóstico del sector frutícola

De acuerdo con la FAO (s.f.) la producción de frutas tropicales ha crecido en la última década debido en gran parte por la creciente demanda en países productores, se estima que el 99% de la producción tiene origen en los países en desarrollo por parte de pequeños agricultores que cuentan con menos de cinco hectáreas de terreno. Las frutas tropicales representan el 3% de las exportaciones de productos agrícolas, un porcentaje bajo si se compara con respecto al volumen del comercio agrícola a nivel mundial, además, la fruticultura representa una fuente de desarrollo rural y asegura que este sector contribuye en nuevas formas de inclusión y emprendimiento que se convierten en una fuente de ingresos para pequeños productores y países productores (párr. 1).

Producción y exportación mundial de fruta fresca

La producción mundial de frutas y hortalizas se sitúa en 1.957 millones de toneladas, según los últimos datos expuestos por la FAO al 2018, de los cuales el 44,4% corresponde a frutas, es decir, 868 millones de toneladas y 1.089 millones de toneladas a verduras como se observa en la figura 1.

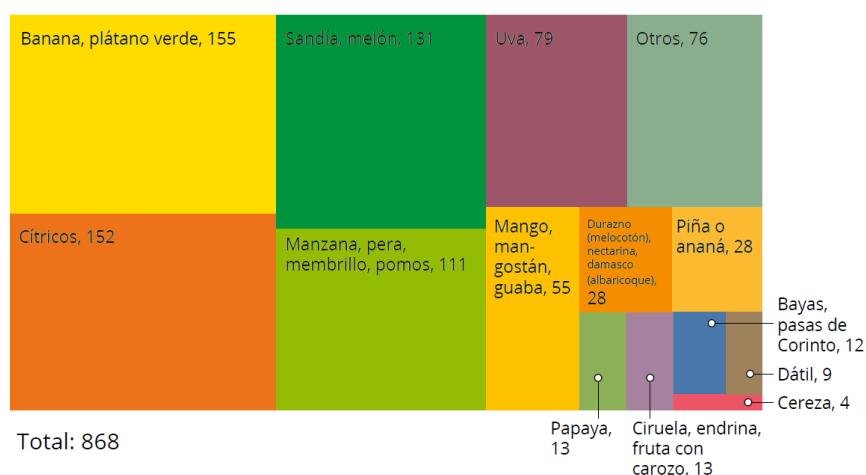


Figura 1. Producción de frutas en millones de toneladas 2018. Tomada de FAO (2020)

Como se puede analizar el 63,2% de las toneladas producidas se concentran en el plátano y la banana 17,9%, cítricos (naranja, tangerina, mandarina, limón, pomelo, etc.) 17,5%, Sandía y melón con un 15,1% y manzana, pera, membrillo y pomos con un 12,8%.

En la figura 2 se puede apreciar la evolución de la producción de frutas por regiones siendo Asia la de mayor crecimiento en términos absolutos a nivel mundial pasando de 286 millones de toneladas en el año 2000 a 507 millones de toneladas en el 2018 y en donde China se consolida como el mayor productor de la zona, mientras que la de menor crecimiento fue Europa

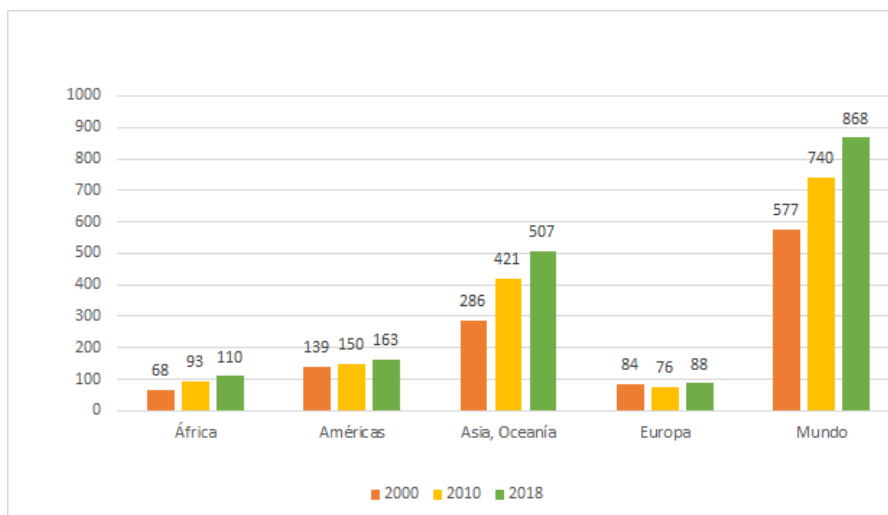


Figura 2. Producción de frutas en millones de toneladas 2018. Tomada de FAO (2020)

Por su parte el portal de estadísticas Statista (2019) indica que los principales productores de fruta fresca son India, China, Vietnam, Pakistán, Irán, Birmania e Indonesia, todos localizados en Asia y que en conjunto producen 23.468,47 miles de toneladas métricas.

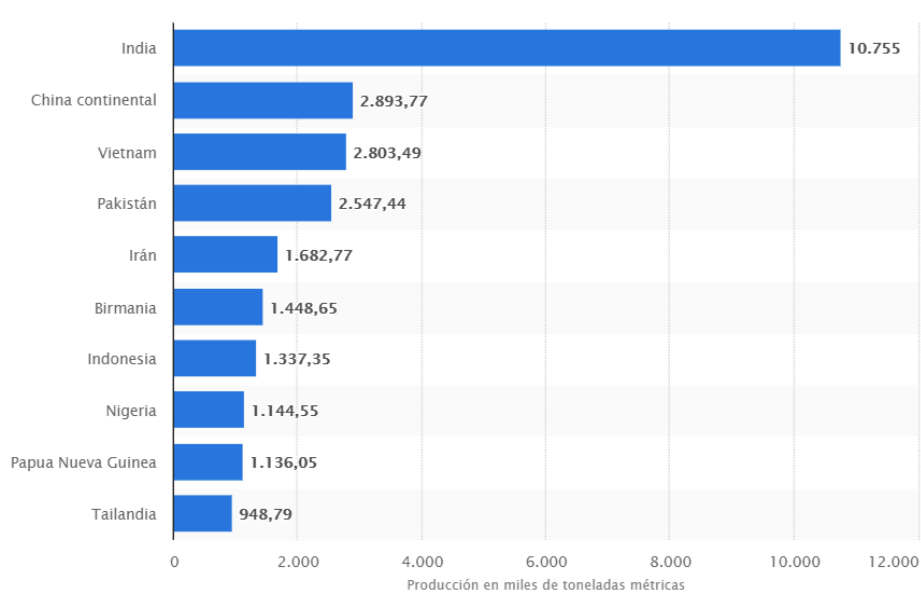


Figura 3. Principales productores de fruta fresca en el mundo en miles de toneladas métricas en el 2019. Tomado de Statista (2021a).

La figura 4, presenta a los principales exportadores de fruta fresca en función al volumen en donde se puede apreciar que el ranking en toneladas métricas lo lidera Vietnam con 637.523, seguido de Tailandia con 535.931 y en tercer lugar Egipto con 301.376, el primer país latinoamericano se ubica en la décima posición que es México con 54.113.

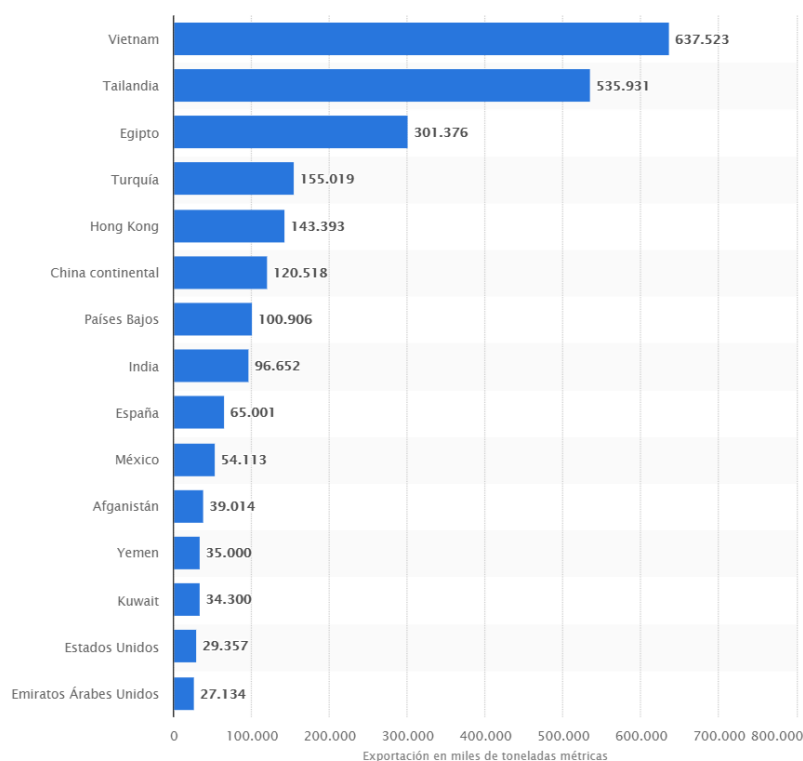


Figura 4. Ranking de principales países exportadores de fruta fresca en función del volumen de exportación a nivel mundial en 2019 en toneladas métricas. Statista (2021b)

Producción y exportación sector hortofrutícola Colombia

Colombia ha demostrado históricamente que cuenta con una tendencia predominante en cuanto al sector hortofrutícola, a su vez, ha mostrado un gran crecimiento y una fuerte consolidación en este sector, permitiendo enfrentar de gran manera los retos de la globalización, mostrando, así su competitividad hacia los mercados internacionales (Correa, Mendieta y Moreno, 2017, p. 13).

Por su parte la Asociación Hortofrutícola de Colombia – Asohfrucol (Citado por la Red agrícola, 2020), informa que las perspectivas del sector son halagadoras para el año 2022 gracias a la creciente demanda de frutas y hortalizas a nivel internacional, lo anterior es resultado de los cambios en los hábitos de consumo impulsados por entidades como la Organización Mundial de la Salud – OMS - y la FAO para fomentar el consumo de alimentos saludables y por otra parte, por el esfuerzo gubernamental que se ha venido gestando durante los últimos años hacia la firma y entrada en vigencia de acuerdos comerciales que no solo dinamizan el sector sino que favorecen a los productos hortofrutícolas con reducciones arancelarias importantes (párr. 6).

Asohfrucol (2019) teniendo en cuenta, la información de las Evaluaciones Agropecuarias del Ministerio de Agricultura presenta en la figura 5 el comportamiento de área sembrada hortofrutícola en el país.

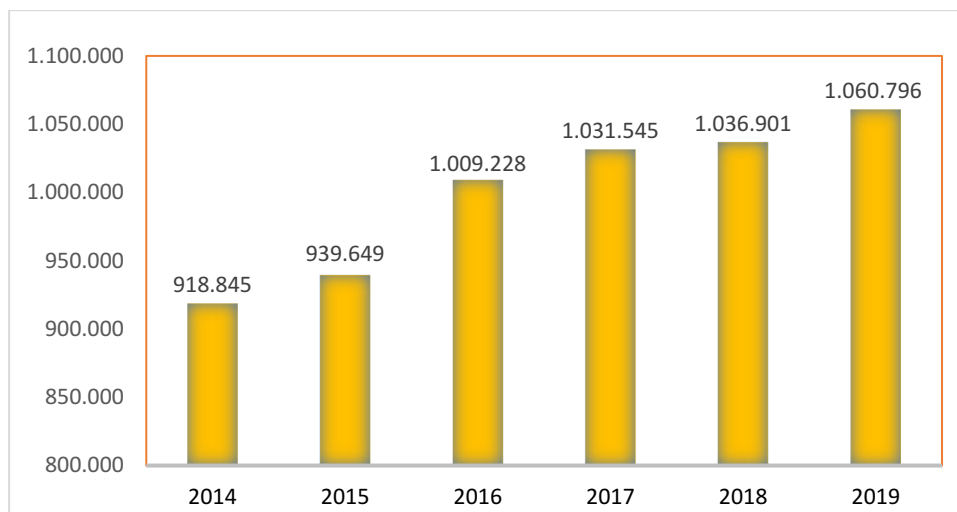


Figura 5. Área sembrada hortofrutícola periodo 2014 - 2019 en millones de hectáreas. Asohofrucol (2019, p. 2).

El área sembrada hortofrutícola ha venido teniendo un crecimiento promedio sostenido del 3% anual, siendo el año 2016 el de mayor crecimiento del área sembrada al tener un aumento del 7.04% con respecto al año 2015, sin embargo, el crecimiento porcentual entre los años 2014 y 2019 fue del 15,45% al pasar de 918.845 millones hectáreas sembradas en el año 2014 a sembrar en el año 2019 un 1.060.796 millones de hectáreas, lo cual refleja el impacto de las políticas nacionales promovidas para para aumentar la productividad y oferta de productos agrícolas.

De igual manera en la figura 6 se evidencia que la producción nacional de frutas y hortalizas durante el periodo de cosecha comprendido entre 2014 y 2019 proyectado, presento un crecimiento promedio del 4% y concuerda con el análisis del incremento del área sembrada. Al mismo tiempo, entre el periodo proyectado de 2018 y 2019 hubo un notable desempeño de la producción nacional aumentando en un 5% su producción, ubicándose por encima del periodo analizado, y pasando de 11,3 a 11,8 millones de toneladas de producto. Por otra parte, se destaca que la producción hortofrutícola cuenta con una participación del 24% total de la producción, ubicando al sector como uno de los más relevantes en el crecimiento colombiano. En concordancia, las líneas productivas con mayor participación en producción hortofrutícola se encuentra el plátano con (39%), cítricos (12%), piña (9%), aguacate (5%), ñame (4%), tomate (4%), mango (3%) y pasifloras (2%), estos ocho productos concentran el 78% del total de la cosecha hortofrutícola (Asohofrucol, 2019, pp. 4-5).

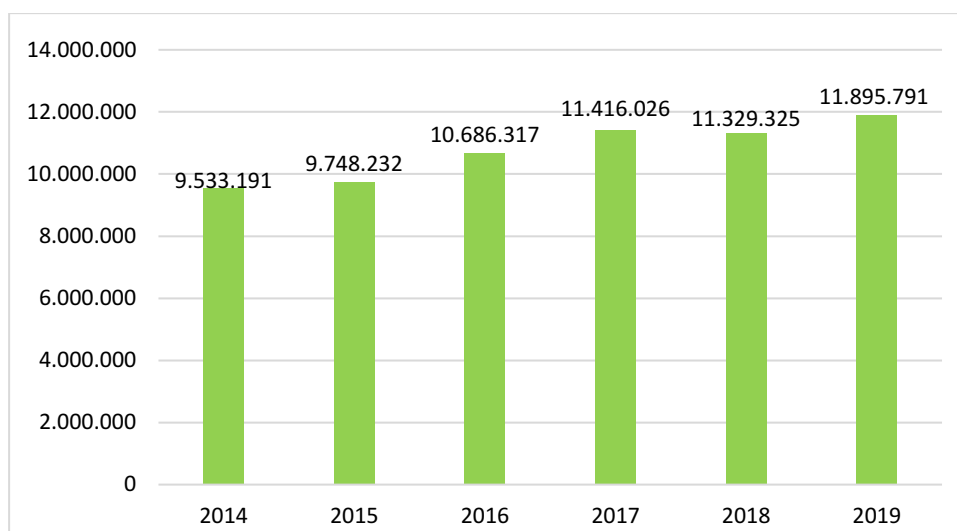


Figura 6. Producción hortofrutícola periodo 2014 – 2019 Proyectada, en millones de toneladas. Asohofrucol (2019, p. 2).

Al analizar la balanza comercial del sector hortifrutícola de los tres últimos años y que se presenta en la tabla 3, se puede observar que las exportaciones han crecido en valor FOB un 29,4%, es decir, USD\$92,9 millones en valor absoluto, mientras que en toneladas su crecimiento fue del 9,2%, lo cual es coherente con el crecimiento del área sembrada y la producción. Las principales frutas exportadas en toneladas durante el año 2019 corresponden a plátano (39%), mangos preparados o conservados (8%), uchuvas (6%), mango y mangostanes frescos o secos (5%), granadilla (3%), lima tahíti (3%) y piñas frescas o secas (1%) y los principales países a los cuales se dirige la exportación hortofrutícola son Estados Unidos; Reino Unido, Holanda, Bélgica, España y Ecuador. (Asohofrucol, 2019, pp. 12-13).

Tabla 3.

Balanza comercial subsector hortofrutícola en USD FOB en millones y toneladas periodo 2017 al 2019

	2017		2018		2019	
	USD FOB (Millones)	Toneladas (Miles)	USD FOB (Millones)	Toneladas (Miles)	USD FOB (Millones)	Toneladas (Miles)
Exportaciones	316,13	267,73	359,14	264,83	409,03	292,38
Importaciones	292,91	299,94	292	312,32	293,24	296,83
Balanza Comercial	23,22	-32,21	66,65	-47,49	115,79	-4,45

Nota: Con datos de Asohofrucol (2017, 2018, 2019)

En cuanto a las importaciones los productos que más llegan a Colombia son manzanas con una participación del 33% de toneladas, peras frescas con un 9% de toneladas, uvas frescas con

un 4% de toneladas y duraznos o melocotones con un 3% de toneladas y provienen de países como Chile, Perú, China, Ecuador y Estados Unidos (Asohfrucol, 2019, pp. 13-14).

Fruta procesada en Colombia para el mundo una oportunidad para el sector

Colombia Productiva (s.f.) define al sector de frutas y sus derivados como “la actividad económica relacionada con la producción y la transformación de frutas identificadas como estratégicas para el desarrollo productivo del país” (párr. 1), las ventajas competitivas dadas por la ubicación geográfica, condiciones de clima y suelo permiten una producción de una gran variedad de frutas tropicales y exóticas durante todo el año que se encuentran posicionadas en los mercados internacionales de Estados Unidos, Europa y Asia, convirtiendo al sector como uno de los más dinámicos del sector agroalimentario y su crecimiento se ha favorecido por los cambios en las preferencias de los consumidores hacia productos más orgánicos y saludables, el crecimiento del ingreso per cápita en los países desarrollados y los avances tecnológicos en empaques, conservación y transporte (Hernández y Pinzón, 2007, p. 12).

De acuerdo con Datos Sur (2020), durante 2019, la exportación de frutas colombianas llegaron a USD\$ 80,3 millones de dólares, lo que equivale a un 7% más que en 2018, cuando llegaron a USD \$ 75,1 millones de dólares, de acuerdo con el Dane, las frutas más exportadas fueron la piña, la gulupa, el mango, la uchuva, la granadilla, la pitahaya y el tomate de árbol. Este aumento en las exportaciones se debe a los nuevos mercados que se han abierto en este sector. (p.1)

Hoy en día Colombia ha exportado fruta procesada a más de 46 países, a través de subsectores como la fabricación de productos alimenticios, transformando estos insumos naturales en productos como pulpas, congelados, helados, mermeladas, jaleas, jugos de frutas, llegando a concentrar alrededor del 68% de la producción total de pulpa de fruta en Colombia. (Sociedad de Agricultores de Colombia, 2019, p. 1).

Importaciones de pulpa de fruta en Colombia

La pulpa de fruta es un producto procesado obtenido a través de la separación de la parte comestible dejando de lado la semilla y la cascara, para finalmente obtener la parte más carnosa del fruto. Estas pulpas de frutas cuentan con múltiples ventajas como son: la comodidad y la facilidad en su uso evitando de esta manera, el proceso de pelar, lavar, desinfectar y cortar. Por otra parte, se debe tener en cuenta, la higiene y la seguridad, siendo un factor clave e importante, mediante el cual se garantiza la transformación adecuada del producto. Por otro lado, se debe tener presente, las normas de buenas prácticas de manufactura; ya que, de esta forma evitamos los desperdicios de la fruta y proporcionamos un producto mucho más sano y seguro para el consumidor (Procolombia, s.f, p. 1).

Según datos suministrados por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN - y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE (2021), publicados en la página de Colombia Productiva, las principales importaciones de los productos clasificados con la partida arancelaria: 200899900 (frutos y partes comestibles de plantas, incluidas las mezclas y preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol) desde Colombia, son exportadas por: España, México, Perú, Tailandia, Chile, Estados Unidos y China entre otros; siendo Bogotá la ciudad con más participación en dichas importaciones. En cuanto a Colombia, las importaciones de este producto han tenido una importante participación en el mercado. A continuación, analizaremos la figura 7, en donde encontramos el valor importado en miles de USD desde el año 2016 hasta el 2020.

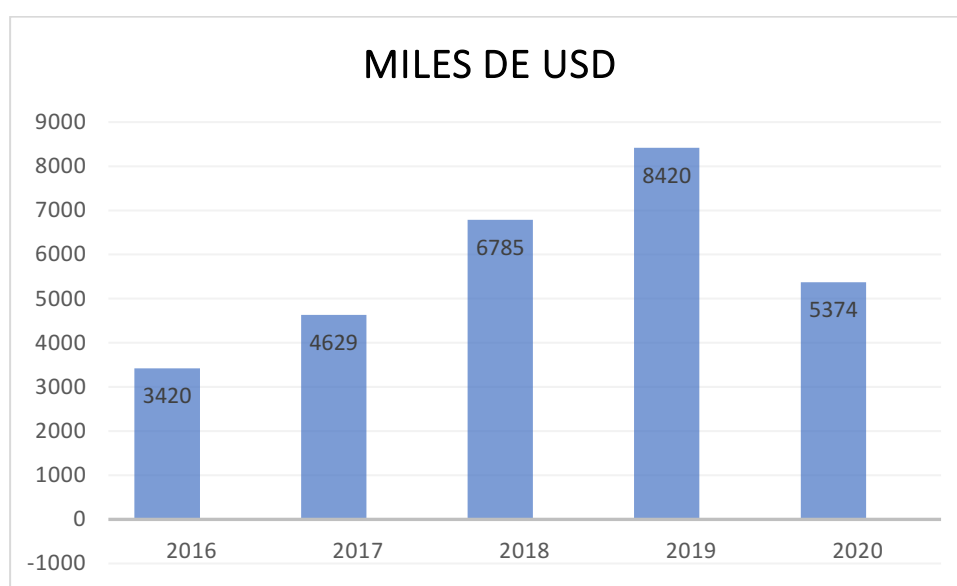


Figura 7. Importaciones desde Colombia de los productos incluidos en la partida arancelaria 200899900 2016-2020. Elaboración propia con datos tomados de Colombia Productiva (2021).

Como se observa el aumento de las importaciones desde el año 2016 hasta el 2019, se mantuvieron en un constante ascenso, con un porcentaje de crecimiento de 35,35% en el periodo 2016-2017, durante el periodo 2017-2018 aumento un 46,58% y en el 2018-2019 un aumento de 24,20%; por otro lado, se evidencia el descenso del 36,23% durante el transcurso del año 2019 - 2020.

Exportaciones de pulpa de fruta desde Colombia

Con la intención de conocer cómo se encuentra la balanza comercial en lo que se refiere al producto mencionado, seguido de las importaciones analizaremos las exportaciones realizadas durante el mismo periodo de tiempo.

Los principales países importadores de la pulpa de fruta o fruta procesada son Estados Unidos, Reino Unido, Francia, España, Canadá, siendo Estados Unidos el que encabeza la lista. A continuación, en la figura 8, podremos observar el comportamiento de las exportaciones por parte de Colombia.

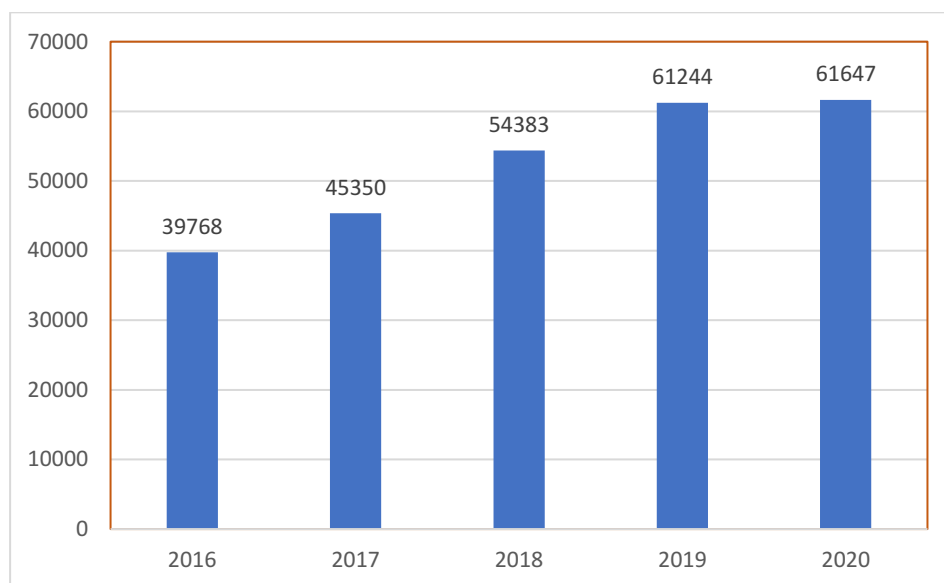


Figura 8. Exportaciones desde Colombia de los productos incluidos en la partida arancelaria 200899900 2016-2020 en miles de USD. Elaboración propia con datos tomados de Colombia Productiva (2021).

De lo anterior, se puede decir que, durante el periodo analizado, Colombia tuvo un avance continuo de exportaciones, presentando una tasa de crecimiento de 14,15% durante el periodo 2016-2017, seguido de 19,92%, durante el año 2018-2019 de 12,62% y finalmente del 2019 al 2020 un aumento de 0,66% con un total de 47,35% como se puede apreciar en la tabla 4, se evidencia, que Colombia no presentó descenso alguno en cuanto a las exportaciones durante los periodos mencionados.

Tabla 4.

Balanza Comercial Exportaciones desde Colombia de los productos incluidos en la partida arancelaria 200899900 2016-2020 en miles de USD

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
Exportaciones Totales	39.768	45.350	54.383	61.244	61.647
Importaciones Totales	3.420	4.629	6.785	8.420	5.374
Balanza Comercial miles (USD)	36.348	40.721	47.598	52.824	56.273

Nota: Elaboración propia. Con datos tomados de Colombia Productiva 2021.

Como se evidencia en la tabla 4, cabe destacar que la balanza comercial se encuentra en un crecimiento, entre el periodo comprendido de 2016-2017, se demuestra un aumento de 12,03%,

para el periodo 2017-2018, se encuentra un incremento de 16,88%, para el periodo de 2018-2019 presento un desarrollo de 10,97 % y por último en el periodo 2019-2020 presento un porcentaje de 6,52%. Estos resultados demuestran, la gran ventaja que presenta Colombia en cuanto a la abundancia de productos frutícolas.

Identificar el país que presenta mayores oportunidades para el ingreso de la pulpa de fruta

Para dar respuesta al segundo objetivo contemplado en la investigación, se seleccionó para el análisis tres países compradores de productos correspondientes a la partida 200899 (frutas y demás comestibles de plantas, preparados o conservados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol), de los cuales se pretende identificar cuál de ellos presenta las mejores condiciones para convertirse en el mercado de destino para la pulpa de fruta y por último explicar cómo se relaciona el referente de la teoría de la Integración Económica, planteada como referente teórico.

Como se ha indicado a lo largo de la investigación la tendencia de consumo de frutas y productos naturales, ha venido en gran aumento durante los últimos años, presentando de esta manera, una gran aceptación, en el mercado nacional e internacional, ya que en la actualidad los consumidores optan por tener un estilo de vida mucho más saludable. Por esta razón, las personas buscan productos que beneficien, previenen y protegen la salud, encontrando de esta forma muchas vitaminas y propiedades en alimentos como las frutas que van en pro de la salud del ser humano.

A continuación, en la tabla 5 se presentan el comportamiento de las importaciones de los productos agrupados en la partida 200899 durante los años 2016 al 2019 en donde se identifican los seis países con mayor participación.

Tabla 5

Principales compradores de los productos correspondientes a la partida 200899 (Frutas y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol). Valor en miles de USD.

País importador	Importaciones año 2016	Importaciones año 2017	Importaciones año 2018	Importaciones año 2019
Estados Unidos	1.074.138	1.262.133	1.440.263	1.412.006
Japón	241.763	254.690	251.855	309.674
Países bajos	190.098	209.088	216.638	233.214
Canadá	169.974	195.976	203.496	203.300
Alemania	179.186	197.552	208.462	201.145
Francia	173.143	192.700	205.076	195.307

Nota: Elaboración propia. Con datos tomados de Trade map (2019).

Se puede decir que los principales países compradores de pulpa de fruta se encuentran ubicados en el continente de América del Norte con Estados Unidos y Canadá los cuales importaron USD\$1615.306 miles de dólares para el año 2019 lo que equivale al 39% de lo importado a nivel mundial, por su parte en el continente europeo se encuentran Alemania,

Francia y Países Bajos y por el continente Asiático Japón. De esta forma, sin tener en cuenta a Estados Unidos donde ya se tienen consolidadas las exportaciones, países como Canadá, Francia y Japón representan un alto potencial para el mercado de la pulpa de fruta.

En cuanto a las exportaciones los principales países exportadores de la partida arancelaria 200899 en miles de USD FOB durante el periodo 2016 al 2019 se presentan en la tabla 6.

Tabla 6.

Principales países exportadores de los productos clasificados con la partida arancelaria 200899 en Miles de UDS.

País	Exportaciones			
	2016	2017	2018	2019
China	807.008	894.580	961.351	851.041
Estados Unidos	189.621	195.180	222.524	231.903
Tailandia	166.747	170.710	248.199	281.682
México	180.962	244.608	256.780	275.062
Países Bajos	158.999	201.843	243.155	233.556

Nota: Elaboración propia. Con datos tomados de Trade Map, (2020).

Al respecto, conviene decir que las exportaciones de China crecieron en un 7%, en el periodo comprendido entre el 2016 al 2017, para el año 2018, dichas exportaciones alcanzaron USD \$ 961.351 millones de dólares teniendo un crecimiento del 16%, mayor al de los años anteriores, y para 2019 presento un descenso de USD \$ 851.041 millones de dólares. De esta manera, se puede decir que China es quien registra las mayores exportaciones de los productos que se encuentran clasificados en esta partida arancelaria, seguido de Estados Unidos y Tailandia.

Mercados potenciales para la oportunidad comercial de pulpa de fruta

Para establecer el mercado objetivo, el mercado alterno y el mercado contingente, se seleccionaron los países que tienen los mayores valores FOB como compradores en el periodo comprendido entre el 2016 al 2019 de pulpa de fruta, los cuales son Canadá, Francia y Japón. Para el análisis se realizó una matriz de ponderación que permitió determinar el mercado con mayor potencial para el producto.

Canadá.

De acuerdo con los datos del portal Santander Trade (2021), se puede decir que el país mencionado anteriormente, se encuentra situado en América del Norte, siendo este el segundo país más grande del mundo después de Rusia, su extensión geográfica es de 9.984.670 km², el tipo de gobierno es una Monarquía Parlamentaria Federal, cuenta con una población total de 37.589.262 millones de personas, siendo este un país con muy poca población y con una

densidad de 4 habitantes por km², esto se debe a causa de sus precipitaciones climáticas. La capital es Ottawa, su moneda es el dólar canadiense y su idioma oficial es el inglés y el francés, cuenta con un PIB que aumento en 1,9% llegando a obtener 358.842 millones de euros en 2020, situándose como la octava economía más grande del mundo, y su PIB Per Cápita es de 9.545 € euros, menor que el año 2019, cuando fue de 10.66 USD.

De acuerdo con procolombia (2011), actualmente existe el acuerdo comercial entre Colombia y Canadá este se firmó el 21 de noviembre de 2008, y entro en vigencia el 15 de agosto de 2011, consolidándose con una iniciativa de mayor integración comercial. Este tratado de libre comercio tiene como objetivo principal establecer un espacio libre de restricciones al comercio. Canadá, es un país que ofrece amplias oportunidades comerciales para los exportadores internacionales. Sin embargo, es muy importante resaltar que, en la mayoría de los mercados desarrollados, cuentan con una amplia competencia la cual obliga a los exportadores a ofrecer productos innovadores o con gran valor agregado. (p.1).

De acuerdo con el Ministerio de Industria y Comercio - MinComercio - (2021), el país mencionado es una de los más ricos del mundo, siendo miembro del G8 y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE. Su desempeño económico se fundamenta en el sector servicios con una participación de (78%), seguido por la industria con (20%) y encontrándose en último lugar la agricultura con (2%). Teniendo en cuenta lo anterior, se puede decir que la agricultura es un factor clave e importante dentro de cualquier economía. Por ende, observamos que la producción del sector agrícola en el país canadiense, es de tan solo del 2%, siendo un factor clave y beneficioso para la economía colombiana, ya que se cuenta con un TLC vigente el cual tiene ventajas de acceso libre de aranceles para la oferta exportable; en este sentido tenemos el 98% libre de acceso a este mercado.

De acuerdo con Procolombia (2014), para exportar alimentos procesados con éxito al mercado canadiense es imprescindible conocer las preferencias de los consumidores, ya que son muy exigentes a la hora de comprar comida y siempre están dispuestos a pagar un mayor valor, por lo cual es importante mantener una buena relación comercial con este mercado teniendo en cuenta la puntualidad, confiabilidad y calidad del producto.

En cuanto al consumo de pulpa de Fruta en Canadá, se puede decir que es el segundo país de América del norte, al que Colombia le exporta, siendo el primero, Estados Unidos. De esta manera, dicho país, comienza a implementar el consumo de pulpa de fruta. (Asociación Nacional de Comercio Exterior, 2020).

Francia.

Se encuentra ubicada en Europa Occidental; es país miembro de la Unión Europea desde el 1 de enero de 1958, es una República democrática parlamentaria combinada con el poder presidencial. Cuenta con una extensión geográfica de 549.087 Km², con una población total de 67.059.887 millones de personas y con una densidad poblacional de 122 habitantes por Km², su capital es París, su moneda es el Euro y su idioma oficial es el Francés su PIB es de 2.278.947 millones de Euros en 2020 y su PIB per Cápita es de 33.690 € euros. (datosmacro, 2021).

Actualmente Colombia cuenta con el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea el cual entro en vigor en el año 2013, este acuerdo es suma importancia ya que, el mercado europeo ofrece oportunidades para profundizar la diversificación de la canasta exportadora, aprovechando la competitividad de los bienes no tradicionales tanto agroindustriales como manufactureros. (Santander Trade, 2020).

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo- MinComercio- (2021), las exportaciones de pulpa de fruta realizadas por Colombia hacia el mercado de Francia en el año 2019 fueron de USD \$ 2.653 millones de dólares y en 2020 fueron de USD \$ 3.010 millones de dólares con una variación entre los dos periodos de 13,5 %. A su vez , Francia es un país con alta adaptabilidad a los cambios, teniendo en cuenta que más del 70% de las personas son más conscientes de la importancia de adoptar un estilo de vida más sano incluyendo el ejercicio y una comida más saludable, es decir, el consumo de frutas y verduras.

Una comisión de empresarios franceses que visitó el país, espera que en los próximos años aumenten los intercambios comerciales entre Colombia y Francia, especialmente en el sector de las frutas aprovechando al máximo la conexión marítima con la que cuentan ambos países. Esperan recibir frutas frescas colombianas tales como banano, aguacate y piña, sin dejar de lado, productos tales como el café, el cacao, las flores y frutas exóticas. (El universal, 2020).

Japón.

Japón se encuentra ubicado en el este de Asia; su forma de gobierno es una Monarquía Constitucional con un Régimen Parlamentario, cuenta con una extensión geográfica de 377.970 Km², con una población total de 126.264.931 millones de personas y con una densidad poblacional de 347 habitantes por Km², su capital es Tokio, su moneda es el Yen Japonés, y su idioma oficial es Japonés (nihongo), su PIB aumentó un 3% llegando a obtener 1.107.735 millones de Euros en 2020, y su PIB Per Cápita es de 8.788 € euros (Datosmacro, 2020).

De acuerdo con Kitaoka - Presidente de la Agencia de Cooperación Japonesa - (2018), afirma que Colombia y Japón han construido a lo largo del tiempo, una relación comercial positiva y

se encuentra un voto de confianza por parte de Japón hacia Colombia, gracias a la firma de la empresa Juan Valdez, ya que ellos buscan un café de alta calidad. (p.1).

Colombia y Japón presentan diversos acuerdos suscritos y en negociación como lo son: Convenio referente a la corporación técnica celebrado entre el gobierno de la república de Colombia y el gobierno de Japón, entro en vigor el 12 de diciembre de 1978; Acuerdo entre la República de Colombia y Japón para la liberalización promoción y protección de inversiones, entro en vigor el 11 de septiembre del 2015; Acuerdo de Asociación Económica (EPA) en proceso de negociación; Acuerdo comercial con Japón para evitar doble tributación, entro en vigencia el 19 de diciembre del 2018 (Embajada de Colombia en Japón, 2021).

Gracias, a su gran área marítima, Japón es uno de los mayores productores y proveedores de alimentos pesqueros del mundo. Sin embargo, dado que solo el 11% de la superficie es apta para el cultivo, el sector agrícola es pequeño en Japón. El té y el arroz so los dos cultivos más grandes con los que cuenta el país. La agricultura contribuye al PIB con (1,2%) y emplea solo a 3,4% de la fuerza laboral. En cuanto a los demás alimentos Japón depende directamente de las importaciones. La ganadería no es un fuerte en el país, la importación de carne roja, carne de cerdo y pollo representa la totalidad del consumo interno. (Santander Trade, 2020).

Se estima que los japoneses gastan entre un 27% y 30% de sus ingresos en alimentos esto se debe a que los consumidores tienen una preferencia de compra en cuanto a los alimentos frescos y de buen aspecto que son cuidadosamente empacados. A su vez, se han visto obligados a aumentar el volumen de importación de las frutas y hortalizas procesadas, especialmente congeladas, con el fin de satisfacer la demanda de los consumidores. Por lo anterior, cabe decir que este aumento es debido al cambio de las costumbres alimenticias y la necesidad que tienen de contar con alimentos nutritivos y fáciles de preparar. Muchos de estos productos los encuentran en las tiendas de conveniencia y supermercados, el espacio destinado para la distribución de frutas y hortalizas procesadas se ha ido expandiendo por todo Japón. (Oficina de estudios económicos, 2020).

Selección de país destino para la exportación de pulpa de fruta

Para llevar a cabo, la selección del mercado potencial para la exportación de pulpa de fruta, y de acuerdo con los países que fueron seleccionados en este capítulo, se evaluaron variables económicas, culturales, político y legales, investigación de mercados, alternativas de entrada, logística internacional, geografía, entre otras. De esta manera, se puede analizar detalladamente las variables que pueden ser aprovechadas y que me permiten reducir el riesgo a la hora de tomar decisiones, garantizando el proceso de penetración de mercado. Adicionalmente, los aspectos que se evaluaron fueron obtenidos mediante la investigación y el estudio de

información proveniente del comercio internacional con datos reales y precios. Esto, con el fin de elaborar una matriz de ponderación y conocer los resultados del mercado más conveniente.

Como se puede observar en la tabla 7, encontramos los resultados de la matriz de ponderación de variables analizadas y que permitieron seleccionar el país al cual se dirigirá la exportación de fruta producida en Colombia.

Tabla 7.

Matriz de Ponderación de Resultados

Variables	Peso	CANADÁ		FRANCIA		JAPÓN	
		Promedio Simple	Promedio Ponderado	Promedio Simple	Promedio Ponderado	Promedio Simple	Promedio Ponderado
Económicas	25%	3,75	3,90	3,75	3,60	3,00	2,90
Culturales	5%	4,60	2,90	4,20	2,70	3,00	2,00
Político y Legales	10%	4,50	4,60	4,25	4,50	3,75	3,80
Investigación de Mercados	5%	4,71	4,80	5,00	5,00	3,57	3,70
Alternativas de Entrada	15%	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Logística Internacional	25%	4,14	4,10	3,57	3,50	4,71	4,80
Geografía	10%	4,50	3,45	4,20	3,80	3,80	3,50
Otras Variables	5%	4,33	3,75	4,00	3,65	4,00	3,45
TOTAL	100%	35,54	32,50	33,97	31,75	30,84	29,15
		4,44	4,06	4,25	3,97	3,85	3,64

Nota: Elaboración propia. Con datos tomados de Santander Trade, Trade Map, ICEX, (2020).

Análisis de resultados y definición del mercado objetivo

La matriz tuvo en cuenta una serie de variables y parámetros cuantitativos que sirvieron de guía para la calificación y toma de decisiones para seleccionar el mercado objetivo, el mercado alterno y el mercado contingente. De acuerdo con el análisis realizado se tiene como resultado que el mercado objetivo es Canadá con una calificación de 4,4, siendo una economía fuerte, cuenta con una moneda dura, su producto interno bruto es alto, gracias a la producción de bienes, especialmente en los servicios que es donde se concentra la mayor parte de la economía, adicional a esto, cuenta con un PIB per cápita alto el cual indica que los ciudadanos tienen buenos ingresos para adquirir el producto. También cabe destacar, que esta variable va de la mano con la población, la cual no es tan grande en comparación a los demás países, siendo esto un indicativo del potencial de mercado para la rápida expansión del producto dentro del país. Se puede decir que otro factor importante es el TLC, firmado entre ellos, ya que, de esta manera, permite consolidar el mercado para los productos colombianos con el fin de desarrollar una

oferta exportable competitiva, que a su vez genere mayores ingresos y más empleos, por otra parte, se puede ver una reducción y eliminación en cuanto a las barreras arancelarias. Dentro de las variables culturales podemos ver que la población canadiense, cuenta con dos lenguas maternas el inglés y el francés, siendo la prioridad para los negocios internacionales el primer idioma, su religión principal es el catolicismo, aunque cuentan con otras religiones, la forma de gobierno que los rige es una Monarquía Constitucional, Democrática, Parlamentaria y Federal, en donde se resalta que este país, tiene un nivel de desarrollo bastante amplio, gracias a la renta alta con la que cuenta, y a que es, miembro de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico- (OCDE) y del G8, además, de que es el primer productor y exportador de Zinc y Uranio en el mundo; y gran importador de productos agrícolas. Por otra parte, cabe mencionar que, en cuanto a lo político y legal, este país posee una gran cantidad de acuerdos y TLC, con diferentes países del mundo, de esta manera, se puede decir que es un país el cual le gusta tener bastantes relaciones comerciales. Sin embargo, un generador de confianza a la hora tener relaciones con dicho país, es su nivel de corrupción, pues, este es muy bajo en comparación a otros países. En cuanto al control de las exportaciones e importaciones, podemos decir que el desempeño de la economía ha estado soportado principalmente en el sector de servicios que, en promedio este representa el 66,7% de la actividad económica, seguido del sector industrial con una participación de 24,8% y el sector agrícola con una participación de 8,5%. A pesar de la importancia del sector terciario en la economía canadiense, algunas actividades primarias como la explotación de petróleo, gas y madera, sobresalen en el desempeño de este mercado debido a las abundantes reservas de recursos naturales y minerales con las que cuenta. Otro factor importante que se tuvo en cuenta fue la investigación de mercado que se realizó por el país exportador, en donde se identificó que el mercado objetivo cuenta con un alto interés, ya que presenta un alto nivel de riqueza y fortaleza económica. Es por esta razón, que hemos realizado un análisis detallado de la población canadiense, en donde recopilamos y analizamos la información a través de entrevistas, fuentes primarias y secundarias, llegando a conocer cuáles son las necesidades, expectativas e intenciones de compra que tienen frente a este producto. Adicional a esto, se debe mencionar que la logística internacional, es un factor de gran importancia a la hora de transportar nuestro producto, pues este es uno de los países más cercanos lo cual disminuye notoriamente los costos de transporte, dado que la gran mayor parte de los bienes que ingresan aquí son por vía aérea y marítima, para posteriormente ser transportados a todo el país, ya sea por tren o en camión por carretera. De la misma forma, se puede decir que, dentro de las alternativas de entrada, cabe destacar que los exportadores deben decidir entre exportar directamente a un importador, distribuidor o minorista o indirectamente

usando intermediarios como corredores, agentes o casas comerciales. Cada opción tiene ventajas y desventajas, pues, hay que tener en cuenta, que al ser nuevos en el mercado canadiense debemos encontrar un intermediario que nos ayude vender el producto. Por otro lado, se puede observar, que el mercado alterno y el mercado contingente obtuvieron una ponderación de 4,25 y 3,85, correspondiente al país de Francia y de Japón. De esta manera, se puede decir que, ambos países cuentan con un margen poblacional mucho mayor al de Canadá, el cuanto al PIB per cápita hay una proporción mayor para los japoneses y una desproporción por parte de los franceses, el Euro es una moneda mucho más comerciada globalmente en comparación al Yen Japonés, en cuanto al idioma el inglés, es mucho más familiar a nivel mundial que el francés y el coreano, adicional a esto, los costos de transporte tendrían un mayor incremento, debido a las condiciones geográficas en las que se encuentran estos dos países. Otro factor importante son las relaciones comerciales ya que, de acuerdo con el desarrollo del país, la puesta en marcha del Brexit, afecta a los miembros de la Unión Europea llegando a generar incertidumbre a la hora de realizar negocios. Y en cuanto a Japón, su política de gobierno para hacer negocios es muy difícil, debido a que se toman mucho tiempo en tomar una decisión, generando de esta manera, desconfianza por parte de posibles países inversores.

En definitiva, es importante aclarar que esta matriz proporcione mediante su metodología unas cifras que fueron claves para la selección del mercado objetivo, con el fin de llevar a cabo, la exportación de la pulpa de fruta colombiana. Analizados los resultados, se escoge el mercado canadiense como el país más viable para realizar dicha exportación.

Relación con la teoría de la integración económica

Una de las variables tomadas en cuenta para la selección del país de destino fue la de la integración económica mencionada anteriormente en el marco teórico, la cual se caracteriza por la incorporación de economías entre diferentes países con el fin de beneficiarse mutuamente eliminando de manera progresiva las barreras económicas entre los países miembros.

Según la Embajada de Canadá en Colombia (2018), el acuerdo de libre comercio firmado entre los dos entro en vigencia el 15 de agosto de 2011, brindando una importante gama de exportadores y proveedores de servicios, eliminando las principales barreras comerciales bilaterales y mejorando el acceso al mercado para los productos canadienses y colombianos. Este acuerdo establece un marco de colaboración, coordinación, intercambio e información con el fin de apoyar las investigaciones y actividades de la oficina de Canadá y la Super Intendencia de Industria y Comercio. Esta relación se encuentra en la segunda etapa de la integración económica que corresponde al área de libre comercio, debido a que estos países acuerdan la eliminación gradual de la totalidad de las barreras arancelarias.

Diseñar las estrategias para el ingreso del producto en el mercado seleccionado

Una vez analizado el contexto de la pulpa de fruta a nivel local e internacional se eligió el mercado de Canadá como país destino de futuras exportaciones, de acuerdo con ello en el presente capítulo, se busca dar respuesta al tercer objetivo contemplado en la investigación, con el fin de identificar el proceso logístico para la exportación del producto anteriormente mencionado hacia el mercado objetivo. Así mismo, se realizará un estudio en distintos planos de la logística, como lo son el proceso de aprovisionamiento y los factores de distribución física internacional, teniendo en cuenta, aspectos como el costo, modos de transporte, almacenamiento, y conservación del producto, requisitos legales y extralegales que hacen parte de la cadena de distribución comercial, con el objetivo de identificar, posibles oportunidades y mejoras en el proceso de exportación de la pulpa de fruta hacia el mercado nombrado.

Perfil del consumidor de pulpa de fruta

Dado el interés del consumidor canadiense por cuidar su cuerpo, ha incrementado el consumo de productos sanos y naturales como las frutas. La preocupación por el medio ambiente y el gusto por los alimentos saludables son factores que predominan al momento de adquirir frutas frescas. De acuerdo con Procolombia (2014), al momento de adquirir productos procesados el consumidor canadiense, exige que sean orgánicos. Además, estos deberán contar con certificaciones como Fair Trade, ya que son apreciadas por los compradores agregando valor a sus productos. Cabe resaltar, que los gustos de los consumidores están enfocados principalmente en sabores exóticos y étnicos. Ahora bien, otra característica a tener en cuenta, es el empaque del producto el cual es un elemento importante para atraer la atención del consumidor, haciendo que este se incline por envolturas llamativas, informativas y modernas. (p.1).

Con lo mencionado anteriormente, es necesario y obligatorio que los productos contengan su respectiva tabla con la información nutricional, tal y como se mencionó en lo referente al etiquetado. Y que las etiquetas contengan la información en inglés y francés, los dos idiomas oficiales. Otro factor importante es que los precios de estos productos guarden una relación razonable con los precios de los productos sustitutos del mercado. (Iberglobal, 2013, pp. 25-26).

Ficha técnica del producto

A continuación, se presenta en la tabla 8 la ficha técnica correspondiente a la pulpa de fruta para la exportación al mercado canadiense.

Tabla 8.

Ficha Técnica

Nombre Del Producto	Pulpa de fruta, pasteurizada y congelada
Partida Arancelaria	2008.99.90.00 (Frutas y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol)
Registro Sanitario	RSAA 12I29506
Descripción Física	Producto obtenido por la desintegración y tamizado de las frutas frescas, saludables, maduras y limpias.
Características del Producto	Aspecto: Libre de plagas, propiedades 100% naturales de la fruta
	Color: Uniforme
	Olor: Tipico de la fruta fresca y saludable
	Sabor: Tipico de la fruta fresca y saludable
Ingredientes	Fruta fresca, Ácido Ascórbico, Vitaminas, Calcio y Hierro
Tipos de Frutas	Piña, Fresa, Guanábana, Lulo, Mango, Guayaba, Mandarina, Mora, Naranja, Manzana y Pera.
Condiciones de Almacenamiento	Almacenar en bodega de congelación a temperaturas de -18 grados centígrados, protegido de la luz directa y separada de productos como: carnes, pescados, lácteos u otros que puedan contaminar la pulpa de fruta.
Vida Útil	1 año a temperaturas de congelación de -18 grados centígrados, sin interrupción de la cadena de frío. Después de abrirse debe consumirse en el menor tiempo posible.

Nota: Elaboración propia. Con datos tomados de procolombia (2019)

Condiciones para exportar pulpa de fruta desde Colombia

De acuerdo con el Instituto Colombiano para la Agricultura – ICA (2019), se generó la Resolución 448 de 2016 con el objetivo de que: pequeños, medianos y grandes productores de frutas, hortalizas y vegetales para consumo en fresco tengan un mayor aprovechamiento de los mercados internacionales, el ICA los invita a que se registren o actualicen su predio y obtengan el registro como predio exportador y se beneficien de un mundo de mercados que la entidad ha abierto para sus productos (p.1).

Para la actualización o inscripción como predio exportador se debe cumplir una serie de requisitos y documentos de infraestructura que se mencionan a continuación dentro de la (Resolución 448, de 2016, pp. 4-6). a) Solicitud escrita firmada por la persona natural o representante legal con los siguientes datos: nombre de la persona natural o representante legal, documento de identificación, dirección, teléfono, correo electrónico, nombre del predio, vereda, municipio y departamento.; b) Variedades de vegetales a producir, así como áreas destinadas al cultivo.; c) Nombre del asistente técnico, documento de identificación, número de la tarjeta profesional, dirección, teléfono y correo electrónico.; d) Original o copia del certificado de

existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio si es persona jurídica, con fecha de expedición no mayor a noventa (90) días calendario, previo a la presentación de la solicitud ante el ICA.; e) Matrícula mercantil, RUT o cedula de ciudadanía, si se trata de una persona natural. El objeto social debe incluir la producción de vegetales.; f) Copia del contrato o certificación laboral que acredite la asistencia técnica del predio, por parte de un ingeniero agrónomo, o una unidad de asistencia técnica establecida legalmente, en el cual se indique funciones a desempeñar, duración y lugar de ejecución del contrato.; g) Fotocopia de la tarjeta profesional vigente del agrónomo o ingeniero agrónomo que prestará la asistencia técnica.; h) Croquis de llegada al predio y plano de ubicación de las áreas descritas en el numeral.; i) Certificación de uso del suelo expedida por la autoridad competente.; j) Documento que acredite la propiedad, tenencia o posesión del predio productor de vegetales.; k) Análisis microbiológico del agua proveniente de las fuentes utilizadas en las labores del predio, con una vigencia no mayor a un (1) año.; l) Informe del asistente técnico sobre las condiciones del cultivo y sobre el establecimiento de los Planes de Manejo Fitosanitario para plagas de control oficial establecidos por el ICA para cada especie vegetal, según corresponda.; m) Comprobante de pago, según corresponda.; n) Una vez revisados los documentos, el ICA procede a realizar la visita técnica con el fin de verificar los requisitos establecidos.; o) Deberá tener una infraestructura constituida por lotes o áreas definidas destinadas a la producción de vegetales de exportación; áreas de acopio temporal del producto cosechado; área para manejo de residuos vegetales, área para el almacenamiento de insumos agrícolas, área para el almacenamiento de equipos de trabajo, utensilios y herramientas de labranza y unidad sanitaria y sistema de lavamanos.

Al momento de realizar una exportación es imprescindible el registro de la ventanilla única de comercio exterior (VUCE), además de estos documentos se debe contar con el certificado de origen del producto que me permite obtener la prueba documental de origen mediante la cual se acredita que los productos fueron elaborados en Colombia. Este documento se obtiene con el fin de acogerse a las preferencias arancelarias establecidas el en TLC con Canadá. (Colombiatrade.com, 2019, p.1)

Requisitos para el ingreso del producto al mercado canadiense

Para el ingreso del producto al mercado canadiense este debe cumplir con los requisitos que se mencionan a continuación: a) Conocimiento de embarque o carta de transporte aéreo; b) Factura proforma; c) Factura comercial; d) Certificado de origen: la Aduana canadiense exige un certificado de origen para establecer el origen de fabricación y para calcular los derechos de aduana correspondientes; e) Lista de embalaje exigida algunas veces como complemento de la

factura comercial; f) Certificado de inspección sanitaria o de otro tipo pueden ser exigidos para ciertos tipos de productos que entran a Canadá, como por ejemplo plantas, semillas, animales, productos farmacéuticos, plantas de viveros y carnes. g) Permisos de exportación emitidos por el gobierno del exportador, como por ejemplo el permiso para importar especies en peligro de extinción

Normas fitosanitarias exigidas por Canadá

La importación de productos agrícolas, procesados y frescos, se encuentran relacionados con la normativa existente en diferentes agencias y departamentos del gobierno de Canadá y de Colombia, es decir no se encuentra centralizado. A continuación, se exponen las agencias de gobierno de Canadá que controlan las importaciones de alimentos frescos

De acuerdo con el Ministerio de Salud de Canadá – Health Canadá – (2020), este departamento desarrolla y hace cumplir las regulaciones, estipuladas en la legislación del gobierno de Canadá. Además, establece reglamentos, normas y políticas que tienen relación con la seguridad y calidad de los alimentos vendidos en este país. (p.1).

Conforme a la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos – CFIA - (2021), esta entidad tiene como máxima prioridad la mitigación de los riesgos para la seguridad de los alimentos, los animales y las plantas, lo cual mejora la salud y el bienestar de la población, el medio ambiente y la economía de Canadá. Por otra parte, hace cumplir las leyes de embalaje, etiquetado verificando que la información proporcionada a los consumidores sea veraz y no engañosa; lo que les permite hacer la elección de alimentos saludables. (p.1).

Según la Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá – CBSA – (2021), esta hace parte del ministerio de salud pública desde diciembre del año 2003, la agencia se encarga de inspeccionar inicialmente las importaciones de alimentos, insumos y productos agrícolas. Adicionalmente, publica las resoluciones anticipadas que proporcionan información sobre las importaciones de determinados bienes, incluyendo su número de clasificación arancelaria y su arancel. (p.1).

Por su parte, el ministerio de Salud y Protección Social (2013), cuenta con una resolución 003929, la cual indica que la pulpa de fruta contiene componentes aromáticos y aromatizantes volátiles restablecidos, los cuales deben proceder del mismo tipo de fruta y estos no podrán exceder la concentración normal que se obtiene en el estado natural de la fruta. Así mismo, se puede obtener pulpa de fruta clarificada por eliminación de los sólidos insolubles de la fruta, utilizando físicos y enzimáticos (p. 9).

Envase, empaque y embalaje

De acuerdo con Food Safety (2014), el marco regulatorio para los materiales de empaque en Canadá está establecido por la Ley Canadiense de Alimentos y Medicamentos (Ley FYD) y las

regulaciones de alimentos y medicamentos (FDR) la sección 4 prohíbe la venta de alimentos que contienen cualquier sustancia venenosa o dañina, no son aptos para el consumo humano, está adulterado y fue fabricado, preparado, conservado, empaquetado o almacenado en condiciones insalubres. Las agencias responsables de las regulaciones de empaque de alimentos en Canadá son Health Canadá y la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (CFIA). La Rama de Productos de Salud y Alimentos (HPFB), establece políticas y estándares para garantizar un suministro de alimentos seguro. El envase del producto deberá resistir en primer lugar a la manipulación brusca de la carga y la descarga, y en segundo lugar, a la compresión causada por los contenedores colocados encima y en último lugar los golpes y vibraciones durante la carga y la descarga. Las regulaciones de alimentos y medicamentos canadienses (FDR) incluyen requisitos generales de seguridad para el envasado de alimentos en la Sección B.23.001, los cuales establecen que ninguna persona venderá ningún alimento en un envase que pueda producir en su contenido cualquier sustancia que pueda ser perjudicial para la salud de un consumidor de alimentos. La carga de garantizar la seguridad recae en el vendedor de alimentos (p.1).

El material para el envase del producto a utilizar serán bolsas de polietileno con sellado hermético, las cuales serán posteriormente empacadas en cajas de cartón con resina las cuales llevarán en su interior aproximadamente 25 bolsas de 900 gramos cada una con un total de 22,5 kg por caja. Por otra parte, y de acuerdo con la Resolución 38438 de (2018), es importante tener presente, que sí, el pallet es de madera de uso común en el comercio internacional se debe tener en cuenta, las medidas fitosanitarias para disminuir el ingreso de introducción o dispersión de plagas cuarentenarias asociadas con este tipo de embalajes. Estas serán empacadas en pallets de 1 metro de alto x 1.20 metro de ancho x 1 metro de largo; en cada pallet caben 30 cajas de cartón con resina y su peso será aproximadamente de 675 kg las cuales irán embaladas en estibas de primera mano elaboradas con madera de eucalipto y cuya capacidad es de 700kg.

Por otro lado, Brecht, Sargent y Ritenour (2015) explican que para realizar una eficaz entrega del producto y que este se encuentre en las mejores condiciones, el almacenamiento es un factor muy importante a tener en cuenta, ya que de este dependerá que la pulpa de fruta permanezca conservada a una temperatura de -20 grados centígrados, así mismo, deberá contar con una humedad relativa entre los 85-90%, dando como resultado un tiempo máximo de almacenamiento de 18- 25 días en las condiciones anteriormente señaladas, ahora se utilizará una cámara para el pre enfriamiento por aire forzado; ya que este es el más versátil de todos los sistemas de pre enfriamiento y es el método normalmente usado para la conservación de esta fruta, es muy importante que las bolsas plásticas con sellado hermético de la pulpa de fruta

están diseñadas para permitir el movimiento de aire a través de ellos, particularmente cuando se hallan estibados o politizados. Las tarimas se apilan dentro de una cámara fría, pero son cubiertas con una lona dejando los costados derecho e izquierdo sin cubrir y expuestos a frío ambiente, se extrae el aire del canal formado por las tarimas apiladas creando un vacío parcial forzando al aire frío a pasar a través de la carga. (pp. 7-8).

Todos los productos alimenticios comercializados en Canadá deben cumplir con las normas de etiquetado exigidas por el gobierno canadiense, su objetivo es garantizar que los consumidores reciban toda la información esencial para tomar una decisión informada al comprar sus productos alimenticios. Las siguientes informaciones deben aparecer en el etiquetado de los bienes de consumo vendidos en Canadá: La declaración de identidad del producto, la declaración de la cantidad neta, el nombre del vendedor y la dirección principal de la empresa. Cada empaque primario vendrá identificado con datos del exportador, país de origen, razón social y dirección de quien es el empacador, exportador o distribuidor, fecha vida duradera del producto, tabla de información nutricional del producto, la información debe presentarse tanto en inglés como en francés, debe llevar la clasificación del producto de acuerdo con su calidad el peso neto y por último es importante que el producto lleve el país de origen y la región donde se cultivó. (Santander Trade, 2020, p.1).

Transporte

Teniendo en cuenta, que la pulpa de fruta es un producto perecedero con un tiempo de duración 2 a 4 meses máximo a una temperatura de -18 grados centígrados y se recomienda por lo anterior que el proceso de exportación se lleve a cabo por vía marítima, puesto que es el medio de transporte que me permite una mayor flexibilidad y adecuación a la carga, ofrece una mayor capacidad, es el más económico, también cuenta con una disponibilidad constante, lo que me permite enviar la mercancía en cualquier época del año deseada, es un medio seguro y los requisitos para el control de carga reducen mucho las opciones de pérdida de la mercancía. De acuerdo con lo mencionado anteriormente, en el presente trabajo no se tendrá en cuenta, las cantidades a exportar sino la oportunidad comercial de la pulpa de fruta en el mercado de Canadá. Adicional a esto no se tendrá en cuenta el costo para la toma de decisión del transporte internacional.

Para el transporte de carga marítima, utilizaremos un contenedor refrigerado de 40 pies HIGH CUBE, donde permanecerá conservado el producto adecuadamente previo a su traslado desde el lugar de origen hasta el lugar de destino. A continuación, en la tabla 9 se encuentran las especificaciones de peso, volumen y medidas del contenedor.

Tabla 9.

Características del Contenedor para Carga Refrigerada

CONTENEDOR REFRIGERADO 40 PIES " HIGH CUBE"			
PESO	Vacío	4.700-5.200 Kg	(10.365-11.465 Libras)
	Máximo	25.780-29.250 Kg	(58.84564.495 Libras)
Medidas	Externo	Interno	Puertas Abiertas
Largo	12.192mm (40')	11.575 mm (38')	
Ancho	2.348 mm (8')	2.280-2.290mm (7'6")	2.280-2.290mm (7'6")
Alto	2.895 mm (9' 6")	2.525-2.550mm (8'3"-8'4")	2.435mm (8')
Volumen	66,7-68m ³ (2.355-2400 pies ³)		
Voltaje	380/440V, 50/60Hz		
Temperatura	-25/+25 °C		

Nota: Elaboración propia. Con datos tomados de (areadepymes, s.f).

Con lo anterior, para la elección del contenedor se debe tener en cuenta, su capacidad, lo cual está relacionado directamente con las cantidades a exportar de pulpa de fruta con el objetivo de aprovechar al máximo la capacidad del contenedor, no solo teniendo en cuenta el peso del producto sino así mismo el peso de las estibas y del sistema de refrigeración. En este contenedor irán 36 estibas con la capacidad de cajas anteriormente mencionadas y con un total de 24.300 kilos de pulpa de fruta (Área de pymes, s.f).

Según Procolombia (2018), el índice de desempeño logístico de Canadá, publicado por el Banco Mundial en este mismo año indica que ocupa el puesto número 20 en el mundo en cuanto al desempeño logístico, siendo la calidad de la infraestructura, la competencia y la calidad en los servicios logísticos y la puntualidad en el transporte de carga los mejor evaluados por la entidad.

Estrategias de ingreso al mercado canadiense

De acuerdo con Procolombia (s.f) en el sistema de distribución comercial para los alimentos frescos de frutas y hortalizas en Canadá pueden diferenciarse hasta cinco canales de distribución conformados por importadores, mayoristas, centros hortofrutícolas, grandes distribuidores y detallistas. A continuación, en la figura 10 se encuentra el esquema de distribución y en este se puede apreciar que el producto siempre pasa por un importador y un distribuidor. De esta manera, el exportador colombiano podrá vender a cualquiera de estos dependiendo de las relaciones, capacidad de producción y poder de negociación con los que cuente. Así mismo, es importante que el distribuidor cuente con sus propios canales de distribución o alianzas con empresas que le tercerice.

Alianza estratégica.

Otra de las opciones para comercializar el producto en Canadá es mediante la alianza estratégica la cual consiste en la asociación con dos o más empresas que trabajan en conjunto para lograr objetivos que son mutuamente beneficiosos, en donde el objetivo es beneficiarse de la base de clientes, la reputación y la infraestructura de la empresa ya acreditada, esta alianza debe ir más allá de una referenciación cruzada, esta busca generar valor a largo plazo y ayudar a conseguir una comunidad de clientes aún mayor. Para que pueda llamarse “Alianza estratégica” debe haber un beneficio mutuo y debe ser estratégico (que tenga sentido y encaje en la estrategia del negocio).

A continuación, se nombran algunas de las generalidades de este término de negociación según (David Gómez, 2013, p.1)

Se dirige al mismo mercado: hablan del mismo cliente objetivo, de hecho, deben ser productos complementarios de la misma categoría, en nuestro caso los supermercados mayoristas, en donde se comercializan frutas, hortalizas y zumos de fruta

No es competencia directa: dirigirse al mismo mercado no significa vender el mismo producto o servicio. Por principio un aliado no puede representar un riesgo para la gestión comercial. (los productos sustitutos también son considerados competencia)

Visión a largo plazo: implica trabajar conjuntamente para lograr resultados que puedan tardar en alcanzarse.

Foco en las relaciones: es aquel que no solamente está buscando una forma de cumplir sus metas de venta, sino que está interesado en construir y cultivar relaciones

Por ello la utilización de distribuidores como parte de las alianzas estratégicas para colocar el producto en mano de los consumidores es muy importante, la figura 9 permite observar la cadena de distribución que se puede utilizar para el ingreso del producto al mercado canadiense

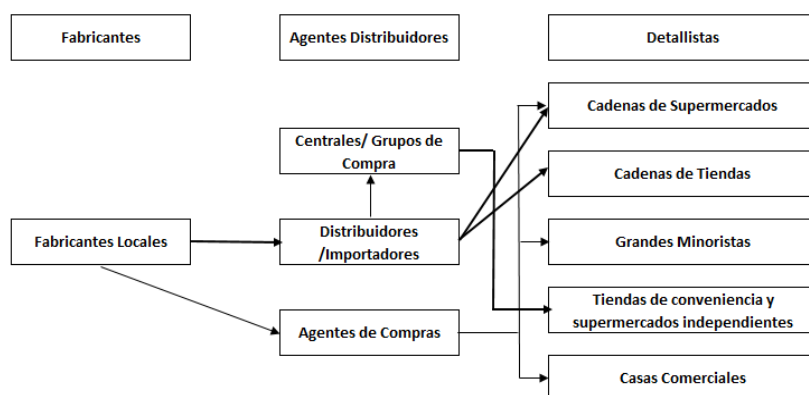


Figura 9. Canal de Distribución y Cadenas de Valor de Comercialización. Tomada de Mercado de Frutas Exóticas en Canadá (2018).

De acuerdo con lo anterior, para que la pulpa de fruta llegue en las mejores condiciones al consumidor final la opción más favorable para posicionar el producto en el mercado canadiense es utilizar los canales tradicionales, los detallistas a utilizar son supermercados e hipermercados, la estrategia de distribución es de carácter selectivo, ya que la pulpa de fruta no se encontrara en todos los puntos de venta de los supermercados si no en aquellos que se encuentren acorde con el perfil del consumidor canadiense como se presenta en la figura 10.

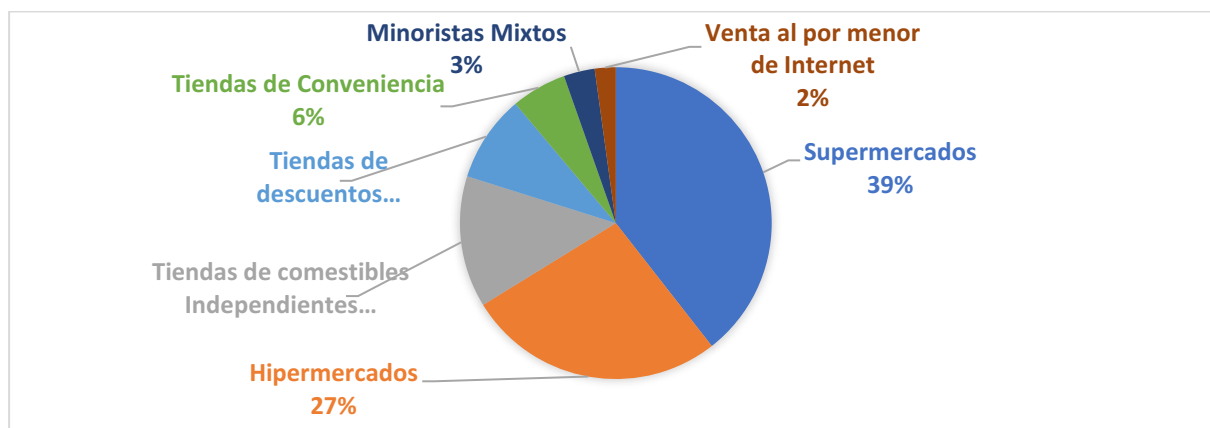


Figura 10. Distribución del volumen de pulpa de fruta vendida en los distintos canales de distribución en Canadá. Tomada de Agronegocios (2019).

Estrategias de promoción.

La principal estrategia de promoción es contar con la presencia en las principales ferias de frutas que se presentan en Canadá, de igual manera es aprovechar y tener una activa participación a través de los medios publicitarios con los que cuenta este país. Adicionalmente, se utilizarán técnicas de promoción en la web; donde el 35% de la población canadiense usa internet a diario; esta cifra se encuentra en constante aumento, el uso de redes sociales es fundamental para el marketing en el comercio, ya que, debido a su alta influencia en la sociedad, encontramos anuncios, videos y búsquedas respecto al producto que nos están presentando. Otra fuente importante es el uso del voz a voz, puesto que debido a la calidad del producto y a los beneficios que este trae para la salud este se va volviendo reconocido y, por último, encontramos la televisión, siendo este el medio de comunicación que genera un mayor impacto en la población canadiense, logrando el punto más alto de penetración de mercado. (SantanderTrade, 2021).

Una de las ferias más importantes del sector de alimentos en este país es Sial Canadá: esta fue creada en el año de 1964, sial es la feria de productos alimenticios más importantes del mundo. No es solo el punto de encuentro de la industria agroalimentaria canadiense, sino también la puerta de entrada privilegiada al mercado estadounidense e internacional. De hecho,

la feria es hoy el único evento de este tamaño en Canadá, que reúne a más de 1.200 expositores nacionales e internacionales de 50 países y da la bienvenida a más de 25.000 visitantes profesionales de Canadá, Estados Unidos, pero también de otros 60 países extranjeros. (Sial Canadá, 2021).

Otra de las ferias importantes del sector de alimentos es Grocery Innovations Canadá, esta es organizada por la federación canadiense de supermercados independientes (CFIG), se muestran los productos y equipamiento a los más de 4000 supermercados miembros (Groceryinnovations, 2020).

Por último, encontramos la feria de alimentación está organizada por la Asociación Canadiense de Restaurantes y Servicios de Alimentación (CRFA), es el mayor evento en este país relacionado con el sector de la hostelería del país, cuenta con más de 14.000 miembros que representan a más de 40.000 establecimientos. (Asociación Canadiense de Restaurantes y Servicios de Alimentación, 2015).

Conclusiones

En el presente trabajo se realizó una investigación mediante fuentes secundarias del estado actual del sector frutícola en Colombia con el fin de encontrar las oportunidades comerciales para la exportación del producto anteriormente mencionado en el cual se evidencia la diversidad de frutas producidas gracias a la variedad de climas con el que se cuenta frutas como la uchuva, el aguacate, la piña, el mango, la curaba, fresa, mora, lulo, maracuyá, feijoa, la mandarina, la naranja, el tomate de árbol, la manzana, la granadilla, la sandía y la pitaya; cuentan con alta demanda en el mercado internacional, y pese a que el país no saca mayor provecho de esto por temas tecnológicos se debe trabajar de una manera organizada ya que se cuenta con lo más importante que es el ambiente propicio para el cultivo de los productos, por otro lado se evidenciaron diferentes factores que afectan a la gestión exportadora de los productos como lo es la falta de subsidios por parte del gobierno para impulsar el comercio exterior, la dispersión de cultivos en los diferentes municipios y veredas que genera falta de asociatividad para el crecimiento, comercialización y transformación de los productores y la falta de recursos del gremio para la obtención de la certificación de exportación.

Con base en el primer capítulo se concluye que la producción de frutas tropicales ha crecido durante la última década debido a la creciente demanda en países productores, se estima que el 99% de la producción tiene origen en los países en desarrollo por parte de pequeños agricultores que cuentan con menos de cinco hectáreas de terreno. La producción mundial de frutas y hortalizas se sitúa en 1.957 millones de toneladas, según los últimos datos expuestos por la FAO al 2018, de los cuales el 44,4% corresponde a frutas, es decir 868 millones de toneladas; por el lado de la exportación de fruta procesada en Colombia se evidencio que el valor llego a \$93.75 millones de dólares en Colombia para el 2018 gracias a la implementación de las nuevas tecnologías de las empresas colombianas las cuales han adoptado políticas de calidad integral que promueven la innovación en términos de producto, empaque, inocuidad y trazabilidad, Colombia ha exportado fruta procesada a más de 46 países, a través de subsectores como la fabricación de productos alimenticios transformando estos insumos naturales en productos como pulpas, congelados, helados, mermeladas, jaleas y jugos de fruta.

En cuanto a los mercados potenciales para la oportunidad comercial de pulpa de fruta, se tomaron en cuenta los países que tienen los mayores valores FOB como compradores durante el periodo comprendido entre el año 2016 al 2019 los cuales son Canadá, Francia y Japón; de los cuales se evaluaron variables económicas, políticas, legales, de logísticas entre otras mediante una matriz de ponderación cuyos datos fueron obtenidos de la investigación y el estudio de información proveniente del comercio internacional con datos reales y precisos. De

acuerdo con el análisis realizado se obtuvo como resultado que el mercado objetivo es Canadá con una calificación de 4,4 esto debido a su fuerte economía, su idioma, su alto producto interno bruto (PIB), su población la cual no es tan grande en comparación a los demás países seleccionados siendo esto un indicativo de potencial de mercado para la rápida expansión del producto dentro del país; adicional a esto la relación comercial de este país con Colombia (TLC) permite consolidar el mercado para los productores colombianos con el fin de desarrollar una oferta exportable competitiva.

Por último, se concluye que la estrategia para el ingreso del producto en el mercado seleccionado es mediante una alianza estratégica la cual consiste en la asociación con dos o más empresas que trabajan en conjunto para lograr objetivos mutuamente beneficiosos la cual busca generar valor a largo plazo y ayudar a conseguir una comunidad de clientes aún mayor. De acuerdo con lo anterior, para que la pulpa de fruta llegue en las mejores condiciones al consumidor final la opción más favorable para posicionar el producto en el mercado canadiense es utilizar los canales tradicionales, los detallistas a utilizar son supermercados e hipermercados, la estrategia de distribución es de carácter selectivo ya que la pulpa de fruta no se encontrara en todos los puntos de venta de los supermercados si no en aquellos que se encuentren acorde con el perfil del consumidor. Las estrategias para la promoción a utilizar son la presencia en las principales ferias de fruta que se encuentran en Canadá, la activa participación es a través de los medios publicitarios con los que cuenta este país, adicionalmente se utilizaran técnicas de promoción en la web; donde el 35% de la población canadiense usa internet diario, el uso de las redes sociales es fundamental para el marketing en el comercio ya que, debido a su alta influencia en la sociedad, otra fuente importante que se aprovecha es el voz a voz el cual es bastante influyente y creíble para los consumidores y por ultimo esta la televisión siendo este el medio de comunicación que genera mayor impacto en la población canadiense, logrando el punto más alto de penetración de mercado.

Referencias

- Agency, C. (2021). Normas sanitarias. Obtenido de www.inspection.gc.ca/
- Agrícola., R. (2020). *Colombia: exportación hortofrutícola creció 10% en el 2019. Redagícola.* . Obtenido de <https://www.redagricola.com/co/colombia-exportacion-hortofruticola-crecio-10-2019/>
- Agricultura, M. (2019). *5 dificultades que impiden las exportaciones a los productores de frutas y hortalizas.* Obtenido de <https://www.agronet.gov.co/Noticias/Paginas/5-dificultades-impiden-las-exportaciones-a-los-productores-de-frutas-y-hortalizas.aspx>
- Agropecuario, I. (2018). *resolución 38438 de 2018.* Obtenido de <https://www.ica.gov.co/normatividad/normas-ica/resoluciones-oficinas-nacionales/2018/2018r38438>
- Agropecuario, I. (2019). *resolución Ica 448 de 2016.* Obtenido de <https://www.ica.gov.co/noticias/ica-registro-predio-exportador-mundo-mercados#:~:text=La%20Resoluci%C3%B3n%20ICA%20448%20de,los%20exportadores%20y%20plantas%20empacadoras.&text=Se%20B1or%20productor%2C%20inscriba%20su%20predio,predio%20exportador%20ante%20>
- AnalDEX. (2016). *informe de Importaciones y exportaciones de fruta.* Bogotá D.C. Obtenido de <http://www.analdex.org/wp-content/uploads/2016/02/2017-02-Informe-exportaciones-e-importaciones-de-fruta-2016.pdf>
- areadepymes. (s, f). *contenedor refrigerado de 40 pies "HIGH CUBE".* Obtenido de <https://www.areadepymes.com/?tit=container-refrigerado-40-pies-high-cube-containers-maritimos&name=Manuales&fid=da0mark>
- Barzola, J. (2019). *plan estratégico logístico para exportar pulpa de maracuyá ecuatoriana al mercado canadiense cumpliendo normas adecuadas de empaque y etiquetado.* . Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/13496>
- Becerra, L. (2019). *agronegocios.* Obtenido de <https://www.agronegocios.co/agricultura/fruta-procesada-colombiana-llega-a-estados-unidos-y-a-paises-de-europa-y-asia-2830888>
- Bernal, C. (2010). *metodología de la investigación* (Tercera Edición ed.). México, México: PEARSON. Obtenido de <https://www.casadellibro.com/libro-metodologia-de-la-investigacion/9789702606451/1134833>
- Canadá, M. (2015). *tfo Canadá.* Obtenido de https://ctoro.cancilleria.gob.ar/userfiles/Bienvenido%20al%20Mercado%20Canadiense_Un%20Manual%20para%20Exportar%20a%20Canada.pdf

- Canadá, S. (2021). *feria internacional de alimentos*. Obtenido de <https://sialcanada.com/sial-canada-a-propos/>
- Canadá, T. (2015). *asociación canadiense de restaurantes y servicios de alimentación*. Obtenido de <https://www.tfocanada.ca/events.php?e=226>
- CBSA. (2021). *agencia de servicios fronterizos de Canadá*. Obtenido de <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/menu-eng.html>
- Certificado, F. (2004). *Ica.gov.co*. Obtenido de <https://www.ica.gov.co/normatividad/normas-ica/resoluciones-oficinas-nacionales/resoluciones-derogadas/resol-1806-2004.aspx>
- Colombia, C. (1979). *Ley de medidas sanitarias. [Ley 09 de 1979]. DO 35308*. Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/LEY%200009%20DE%201979.pdf
- Colombia, C. (2021). *Embaja de Colombia en Japón*. Obtenido de http://japon.embajada.gov.co/colombia/instrumentos_acuerdos
- Colombia, E. (2018). *Embajada de Canadá en Colombia*. Obtenido de <https://www.canadainternational.gc.ca/colombia-colombie/index.aspx?lang=spa#>
- Colombia, T. (2019). *Guía práctica para exportar bienes desde Colombia*. Obtenido de <https://www.colombiatrade.com.co/por-que-exportar/guia-para-exportar-bienes>
- Colombiano, S. (2016). *resolución 448*. Obtenido de <https://www.ica.gov.co/getattachment/d2dea6cc-b4b0-4e76-85b3-614da4761fe4/2016r448.aspx>
- Corabastos, C. (2007). *norma técnica Colombiana 5422*. Obtenido de https://www.corabastos.com.co/images/documents/08-Norma_Tecnica_Colombiana_5422.pdf
- Correa Zapata, M. A. (2017). *oportunidad del sector frutícola colombiano y peruano para su internacionalización*. Obtenido de <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/439/MendietaCoronado-JonathanManuel-2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- DANE. (2019). *venturagroup*. Obtenido de <https://www.venturagroup.com/la-exportacion-de-frutas-colombianas-procesadas-continua-abriendo-mercados-internacionales/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20DANE%2C%20las%20exportaciones,ampliamente%20las%2030.000%20toneladas%20m%C3%A9tricas.&text=Entre%20tanto%2C%20>
- DatosSur. (2020). *agronegocios*. Obtenido de <https://www.datasur.com/colombia-pina-gulupa-uchuva-mango-y-granadilla-fueron-las-frutas-mas-exportadas-durante-2019/>

- Económicos, O. (2020). *ministerio de industria y comercio*. Obtenido de <http://www.tlc.gov.co/getattachment/acuerdos/negociaciones-en-curso/japon/contenido/perfil-economico-y-comercial/oee-espanol-perfil-japon.pdf.aspx>
- Económicos, O. d. (2021). *Ministerio de Insustria y Comercio*. Obtenido de Ministerio de Industria y Comercio: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/1541e9ae-641a-40c8-87a1-009961a2000c/Francia.aspx>
- Exportador, D. (2016). *diario del exportador*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2016/08/canada-mercado-de-oportunidades-para-la.html>
- Exportador, S. (2016). *guia de requisitos de acceso al mercado de Canadá*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/guia-requisitos-acceso-alimentos-canada-2016.pdf>
- FAO. (2019). *organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/cb0834es/cb0834es.pdf>
- FAO. (2020). *organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura*. Obtenido de <https://doi.org/10.4060/cb2395es>
- FAO. (s,f). *frutas y verduras – esenciales en tu dieta. año internacional de las frutas y verduras, 2021*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/cb2395es/CB2395ES.pdf>
- FAO. (s,f). *organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura*. Obtenido de <http://www.fao.org/economic/est/est-commodities/frutas-tropicales/es/>
- Food, S. (2014). *regulación de envasados de alimentos de Canadá*. Obtenido de <https://www.food-safety.com/articles/3645-regulation-of-food-packaging-in-canada>
- Frutysabor. (S.F). Obtenido de <https://www.frutysabor.com/>
- Groceryinnovations. (2020). *federación canadiense de supermercados independientes*. Obtenido de <https://virtual.groceryinnovations.com/schedule/>
- Guarnizo , I., Segura, D., & Góngora, P. (2017). *exportación de pulpa de fruta exótica (mangostino, gulupa y aguacate hass)* . Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/327/
- Guevara Puerto, D. M. (2006). *estudio de prefactibilidad para el establecimiento de una empresa exportadora de frutas deshidratadas (Piña, Mango y Banano)*. Obtenido de <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/1018/1/AGN-2006-T017.pdf>

- Health, C. (2020). Normas exigidas por el gobierno de Canada. Obtenido de <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/food-nutrition/food-safety/chemical-contaminants/maximum-levels-chemical-contaminants-foods.html>
- Hernández , R., & Pinzón, M. (2007). *Perfil competitivo del sector frutícola colombiano: las frutas como alternativa de crecimiento económico*. Obtenido de <http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/40694.pdf>
- Hernández, F. B. (2003). *Metodología de la Investigación* (Vol. Sexta Edición). México: McGraw-Hill, 2003. Obtenido de Metodología de la Investigación: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Hortofrutícola, A. (2017). *Balance del sector hortofruticultura en 2017*. *Asohofrucol*. Obtenido de https://www.asohofrucol.com.co/imagenes/BALANCE_SECTOR_HORTIFRUTICOLA_DICIEMBRE_2017.pdf
- Hortofrutícola, A. C. (2018). *Balance del sector hortofruticultura en 2018*. *Asohofrucol*. Obtenido de https://www.asohofrucol.com.co/imagenes/BALANCE_DEL_SECTOR_HORTIFRUTICULTURA_2018.pdf
- Hortofrutícola, F. (2019). *Asociación hortifrutícola de colombia, (Asohofrucol)*. Obtenido de http://www.asohofrucol.com.co/archivos/Info_Hortifrut%C3%ADcola/Balance_Del_Sector_Hortifrut%C3%ADcola_2019.pdf
- iberglobal. (2013). *el mercado de la alimentación en Canadá*. Obtenido de http://www.iberglobal.com/files/canada_alimentacion.pdf
- Idarraga, S. (2019). *radio nacional de colombia* . Obtenido de <https://www.radionacional.co/cultura/asi-funcionara-la-estrategia-de-cobertura-total-del-campo>
- Incontec. (2012). *norma técnica colombiana Jugo (zumo), pulpa, néctar de frutas y sus concentrados. [NTC 5468 de 2012]*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/anlanziano/ntc5468>
- Insights, G. (2019). *global market insights inc*. Obtenido de <https://www.globenewswire.com/news-release/2019/04/15/1803744/0/en/Processed-Fruits-and-Vegetables-Market-to-hit-392-billion-by-2025-Global-Market-Insights-Inc.html>

- invima, g. (1982). *invima.gov.co resolución1472/1984*. Obtenido de https://www.invima.gov.co/documents/20143/441425/resolucion_14712_1984.pdf/80464d43-e8c0-a520-4734-47c8e53408df
- Kitaoka, S. (2018). *el tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/otros-columnistas/las-relaciones-entre-japon-y-colombia-shinichi-kitaoka-288396>
- Legiscomex. (2021). *normatividad canadiense para tener en cuenta*. Obtenido de https://www.legiscomex.com/Documentos/normatividad_canadiense
- Legiscomex. (2021). *pasos para exportar fruta fresca desde Colombia*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/Documentos/pasos-para-exportar-fruta-fresca-en-colombia>
- Map, T. (2020). *trade map*. Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Martínez, S. (2019). *sociedad de agricultores de colombia*. Obtenido de <https://sac.org.co/fruta-procesada-colombiana-para-el-mundo-una-oportunidad-para-el-sector/>
- Metodologiainter, W. (S,F). *centro universitario interamericano*. Obtenido de http://metodologiainter.weebly.com/uploads/1/9/2/6/19268119/investigacin_documental.pdf
- Ministerio, P. (2003). *supersalud.gov.co. decreto1175 de 2003*. Obtenido de <https://docs.supersalud.gov.co/PortalWeb/Juridica/Decretos/D1175003.pdf>
- Minsalud.gov.co. (1979). *Decreto 3075/1997*. Obtenido de Decreto 3075/1997: https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/DECRETO%203075%20DE%201997.pdf
- Moncada , C. (2015). *alimentossas*. Obtenido de <https://www.alimentossas.com/pulpas-de-fruta-SAS-no-se-hacen-con-frutas-en-mal-estado>
- Mondragon, V. (2016). *diario del exportador*. Obtenido de portal especializado en comercio exterior y gestión de los negocios internacionales: <https://www.diariodelexportador.com/2016/09/una-mirada-al-mercado-canadiense.html>
- Oportunidades, M. (2020). *maro*. Obtenido de <https://www.maro.com.co/consulta-general/bienes/1>
- Ortiz, X., Acevedo, X., & Martínez, H. (2002). *característica y estructura y estructura de los frutales de exportación en colombia. ministerio de agricultura y desarrollo rural*. Obtenido de <http://repiica.iica.int/docs/B0037E/B0037E.PDF>

- Palacio, Á. (2018). *agronegocios*. Obtenido de <https://www.agronegocios.co/agricultura/la-produccion-de-pina-en-colombia-llegaria-a-118-millones-de-toneladas-al-finalizar-el-ano-2895397>
- Palacios. (2019). *contextogánadero*. Obtenido de <https://www.contextoganadero.com/agricultura/5-dificultades-impiden-las-exportaciones-los-productores-de-frutas-y-hortalizas>
- Parodi, A. (2020). *Webinar exportador*. Obtenido de <https://institucional.promperu.gob.pe/ContenidosPresentaciones/norteamerica/oportunidades-para-los-superfoods-en-canada.pdf>
- Pretit, J. (2014). *La teoría económica de la integración y sus principios fundamentales*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/364/36433515007.pdf>
- Procolombia. (2011). *ABC del TLC con Canadá*. Obtenido de https://procolombia.co/archivo/abc-del-tlc-con-canada?__cf_chl_jschl_tk__=26526de8a9d3a0020478ac4febef3f7f4605e68e-1621442767-0-AbWx4WRMVZFc3pjoGh2D1-lhKaAJ_egDb1AUuj4FdDJ0FNRdvCXZ2K0XnnAFZZulQAcTxTE7OpgzHIZaTQgI89rJr9PX1tST-JINvDXnhxv4w7IoijiuTcBoVtBCv1K
- Procolombia. (2014). Alimentos procesados que busca el comprador canadiense. Obtenido de <https://procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/alimentos-procesados-que-busca-el-comprador-canadiense>
- Procolombia. (2018). *Colombiatriade oportunidades comerciales*. Obtenido de <https://www.colombiatriade.com.co/oportunidades-de-negocio/canada-frutas-frescas>
- Procolombia. (2018). *Perfil logístico de Colombia hacia Canadá*. Obtenido de file:///C:/Users/JULIAN/Downloads/perfil_logistico_de_canada_1.pdf
- Procolombia. (2019). *Ficha técnica pulpa de fruta*. Obtenido de <https://b2bmarketplace.procolombia.co/es/alimentos/frutas-y-hortalizas-procesadas/pulpa-de-fruta-4198#:~:text=La%20pulpa%20de%20fruta%20es,un%20producto%20sano%20y%20seguro.>
- Rica, P. C. (2020). *Procomer*. Obtenido de https://www.procomer.com/alertas_comerciales/exportador-alerta/colombia-exporta-por-primera-vez-pinas-a-canada/#:~:text=El%20pasado%20mi%C3%A9rcoles%2016%20de,la%20provincia%20de%20Ontario%2C%20Toronto.

- Rural, A. (s,f). *agencia de desarrollo rural*. Obtenido de <https://www.adr.gov.co/servicios/atr/Paginas/asistencia-tecnica-rural.aspx>
- Salud, M. (1991). *Resolución por la cual se reglamenta parcialmente el Título V de la Ley 09 de 1979, en lo relacionado con la elaboración, conservación y comercialización de Jugos. Concentrados, Néctares, Pulpas, Pulpas Azucaradas*. Obtenido de <https://irp-cdn.multiscreensite.com/b5e5fcd9/files/uploaded/Resolucion%207992%20de%201991%20Jugos%20concentrados%20Nectares%20pulpas%20refrescos.pdf>
- SantanderTrade. (2021). *Santandertrade*. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/canada/llegar-al-consumidor>
- Sargent, S., Ritenour, M., & Brecht, J. (2015). *Técnicas de manipulación, refrigeración y saneamiento para mantener la calidad poscosecha*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/237510748_Handling_Cooling_and_Sanitiation_Techniques_for_Maintaining_Postharvest_Quality_1
- Social, M. (2005). *Foman.com.co resolución 5109/2005*. Obtenido de <https://foman.com.co/legislacion-alimentos-colombia/resolucion-5109-2005/>
- Social, M. (2013). *invima*. Obtenido de <https://www.invima.gov.co/documents/20143/441425/Resolucion-3929-2013.pdf/28252dd6-41eb-a575-8ec4-c876e6326a5e>
- Statista. (2021). *los diez principales productores de fruta fresca en todo el mundo en 2019 (en miles de toneladas métricas)*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/636007/principales-productores-de-fruta-fresca-a-nivel-mundial-en/>
- Technic, R. (2003). *el entorno empresarial y la cinco fuerzas de Michael Porter*. Obtenido de <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-ELENTORNOEMPRESARIALYLATEORIADELASCINCOFUERZASCOMP-4845158.pdf>
- Tobón, S. (2019). *la productividad en el campo colombiano lleva estancada más de dos décadas. semana rural*. Obtenido de <https://semanarural.com/web/articulo/colombia-lleva-mas-de-20-anos-sin-incrementar-la-productividad-del-campo/1168>
- Tugores, Q. J. (2006). *economía internacional globalización e integración internacional* (6ª ed ed.). Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <https://www.marcialpons.es/libros/economia-internacional/9788448146535/>
- Ulloa, E. (2018). *mercado de frutas exóticas en Canadá*. Obtenido de <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/civ/documentos/Mercado%20de%20frutas>

%20exoticas%20en%20Canada%20con%20analisis%20logistico_Agosto%202018.pdf

Universal, E. (2020). *el universal*. Obtenido de <https://www.eluniversal.com.co/economica/negocios-con-mision-comercial-de-francia-CF2250985>

Valentica, J., & Avendaño, F. (2019). *estrategias de exportación de pulpa de fruta colombiana: guía metodológica*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10882/9756>.

Ventura, G. (2019). *ventura group*. Obtenido de <https://www.venturagroup.com/la-exportacion-de-frutas-colombianas-procesadas-continua-abriendo-mercados-internacionales/>

Vita, L. (2020). *agronegocios*. Obtenido de <https://www.agronegocios.co/agricultura/las-exportaciones-colombianas-de-frutas-ascendieron-us803-millones-el-ano-pasado-2963011>