	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 1 de 9

26.

FECHA	lunes, 7 de mayo de 2018
--------------	--------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Sede Fusagasugá
------------------------	-----------------

TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo De Grado
--------------------------	------------------

FACULTAD	Ciencias Agropecuarias
-----------------	------------------------

NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
---	----------


PROGRAMA ACADÉMICO	Ingeniería Agronómica
---------------------------	-----------------------

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
Calderón Nova	Juan Carlos	1100961978

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
 www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 2 de 9

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
Bernal Ovalle	Mario Cesar

TÍTULO DEL DOCUMENTO
CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO EXTERIOR DE LAS FRUTAS EXOTICAS FEIJOA (ACCA SELLOWIANA) Y UCHUVA (PHYSALIS PERUVIANA) Y PROSPECCIÓN DE MERCADO FRENTE A LOS ACUERDOS COMERCIALES EJECUTADOS EN EL PAIS

SUBTÍTULO (Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)


TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía
Ingeniero agronomo

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
07/05/2018	57

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1. Acuerdos comerciales	Trade agreements
2 exportación	export
3.desarrollo	development,
4.frutas exóticas	exotic fruits

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 3 de 9

5.sector frutícola	fruit sector
6.	

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

En el presente se aborda la temática agropecuaria orientada hacia las diferentes oportunidades de mercado que se les abren a los productores colombianos, en especial a los productores de frutas como la uchuva y la feijoa que son de las más beneficiadas con los diferentes acuerdos comerciales o de cooperación comercial que el gobierno colombiano suscribe con diferentes países a lo largo del mundo y que representan dos de las principales oportunidades de negocio con los países del exterior, la uchuva como segunda fruta con mayores niveles de exportación del país y la feijoa como una de las más promisorias para la colonización de los mercados. Los acuerdos comerciales o mejor conocidos como tratados de libre comercio o TLC traen a los países en vía de desarrollo y de amplio potencial agrario como Colombia, múltiples beneficios que se van a ver reflejados en las oportunidades de mercado que tendrán los productos colombianos a lo largo del mundo, Colombia disfruta de una posición geográfica privilegiada que le permite tener ventajas sobre sus principales competidores (EEUU, España, Costa Rica, México, entre otros.) como lo son la presencia de producción constante dado el clima equilibrado de forma que garantiza que Colombia tenga la capacidad de sostener la oferta en temporadas en donde los demás países paran su producción, mientras aquí se puede realizar una siembra escalonada a causa de las condiciones climáticas. La amplia oferta de fruta de Colombia también se configura como una oportunidad ya que cuenta con una oferta de más de 400 variedades de fruta de diferentes colores y sabores y con amplias características nutricionales no solo para el consumo humano, sino también con propiedades que representarían alternativas de mercado para la colonización de nuevos mercados como el de la salud, ya que la mayoría de frutas tienen un alto valor de antioxidantes esenciales para la lucha con enfermedades como el cáncer. Es importante la presencia del producto colombiano en mercados como el de Canadá, Estados Unidos, la Unión Europea y algunas partes de oriente ya que las preferencias de la población apuntan al aumento del consumo de fruta no solo como fruta fresca sino como todos los derivados posibles obtenidos por las mismas. La creación de una ruta exportadora que garantice las condiciones de transporte y calidad necesarias para el ingreso de los productos colombianos jalona al sector agropecuario ya que los TLC no solo traen consigo el intercambio comercial sino

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 4 de 9

intercambios a nivel metodológico, tecnológico, práctico, etc. Que fortalecen el sector agropecuario colombiano.

At present, the agricultural issue is addressed to the different market opportunities that are open to Colombian producers, especially to fruit producers such as cape gooseberry and feijoa, which are the most benefited with the different trade agreements or agreements. commercial cooperation that the Colombian government subscribes with different countries throughout the world and that represent two of the main business opportunities with foreign countries, the cape gooseberry as the second fruit with higher levels of export of the country and the feijoa as one of the more promising for the colonization of markets. Trade agreements or better known as free trade agreements or FTAs bring to developing countries with a wide agrarian potential such as Colombia, multiple benefits that will be reflected in the market opportunities that Colombian products will have over the years. of the world, Colombia enjoys a privileged geographical position that allows it to have advantages over its main competitors (USA, Spain, Costa Rica, Mexico, among others.) as is the presence of constant production given the balanced climate in a way that guarantees that Colombia has the capacity to sustain supply in seasons where other countries stop production, while here it is possible to carry out a gradual planting because of the climatic conditions. The wide range of Colombian fruit is also an opportunity since it has an offer of more than 400 varieties of fruit of different colors and flavors and with extensive nutritional characteristics not only for human consumption, but also with properties that would represent alternatives market for the colonization of new markets such as health, since most fruits have a high value of essential antioxidants to fight diseases such as cancer. The presence of the Colombian product in markets such as Canada, the United States, the European Union and some parts of the East is important since the preferences of the population point to the increase in fruit consumption not only as fresh fruit but as all possible derivatives obtained by them. The creation of an export route that guarantees the conditions of transport and quality necessary for the entry of Colombian products to the agricultural sector since the FTAs not only bring about commercial exchange but also methodological, technological, practical exchanges, etc. That strengthen the Colombian agricultural sector.



**MACROPROCESO DE APOYO
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**CÓDIGO: AAAR113
VERSIÓN: 3
VIGENCIA: 2017-11-16
PAGINA: 5 de 9**

AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	x	

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 6 de 9


2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	x	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	x	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16 PAGINA: 7 de 9

artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI** ___ **NO** X__.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:


a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
		PAGINA: 8 de 9

contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).



MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAr113
PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 3
DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2017-11-16
	PAGINA: 9 de 9

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. Monografía grado.pdf	Texto
2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
Calderón Nova Juan Carlos	<i>Juan Carlos Calderón Nova</i>

12.1.50

**CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO EXTERIOR DE LAS FRUTAS EXOTICAS FEIJOA (ACCA
SELLOWIANA) Y UCHUVA (PHYSALIS PERUVIANA) Y PROSPECCIÓN DE MERCADO FRENTE
A LOS ACUERDOS COMERCIALES EJECUTADOS EN EL PAIS**

JUAN CARLOS CALDERON NOVA

160211108

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS
INGENIERIA AGRONOMICA
FUSAGASUGA

2017

**CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO EXTERIOR DE LAS FRUTAS EXOTICAS FEIJOA (ACCA
SELLOWIANA) Y UCHUVA (PHYSALIS PERUVIANA) Y PROSPECCIÓN DE MERCADO FRENTE
A LOS ACUERDOS COMERCIALES EJECUTADOS EN EL PAIS**

JUAN CARLOS CALDERON NOVA

160211108

PROYECTO DE GRADO PARA ASPIRAR AL TITULO DE INGENIERO AGRONOMO

MARIO BERNAL

ASESOR

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS
INGENIERIA AGRONOMICA
FUSAGASUGA

2017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
OBJETIVOS	4
JUSTIFICACIÓN	5
MARCO TEÓRICO	7
DISEÑO METODOLÓGICO	8
1. COLOMBIA COMO PRODUCTOR DE FRUTAS	11
1.1. COLOMBIA COMO PRODUCTOR DE FRUTAS EXÓTICAS.....	13
1.1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA FEIJOA.....	12
1.1.2. CARACTERÍSTICAS DE LA UCHUVA.....	16
2. MERCADO MUNDIAL DE FRUTAS EXÓTICAS	18
2.1. CADENA DE EXPORTACIÓN DE UCHUVA EN COLOMBIA.....	18
2.2. PRINCIPALES MERCADOS DE LA FRUTA EXÓTICA COLOMBIANA.....	23
2.2.1. UNIÓN EUROPEA UE.....	23
2.2.2. ESTADOS UNIDOS.....	27
2.2.3. CANADÁ.....	28
3. ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES EN COLOMBIA	30
3.1. TRATADO DE LIBRE COMERCIO COLOMBIA- MÉXICO.....	30
3.2. TRATADO DE LIBRE COMERCIO COLOMBIA- ESTADOS UNIDOS.....	30
3.3. TRATADO DE LIBRE COMERCIO COLOMBIA- CANADÁ.....	33
3.4. ACUERDO COMERCIAL CON LA UNIÓN EUROPEA.....	35
3.5. OTROS MERCADOS.....	35
4. OPORTUNIDADES DE MERCADO PARA LA UCHUVA Y FEIJOA	37
4.1. OPORTUNIDADES PARA EL MERCADO DE LA UCHUVA.....	34
4.2. OPORTUNIDADES PARA EL MERCADO DE LA FEIJOA.....	41
5. PRINCIPALES PROBLEMATICAS PARA LA EXPORTACION DE UCHUVA (physalis peruviana) Y FEIJOA (acca sellowiana)	45
5.1. DESEMPLEO EN EL SECTOR RURAL.....	45
5.2. ESTANDARES INTERNACIONALES DE CALIDAD.....	46
5.3. ORGANIZACIÓN GREMIAL.....	46
5.4. COMPETIVIDAD.....	47

5.5. ECONOMIA DEL SECTOR RURAL.....	47
6. CONCLUSIONES.....	48
7. BIBLIOGRAFIA.....	49

LISTADO DE GRAFICOS

Grafico 1. Comercialización hortofrutícolas en el exterior.....	12
Grafico 2. Clasificación arancelaria.....	19
Grafico 3. Simulador de cadena de costos ProColombia.....	21
Grafico 4. Montos de importación por países miembros de la UE.....	24
Grafico 5. Certificaciones internacionales requeridas por la UE.....	25
Grafico 6. Principales importadores mundiales de frutas.....	27
Grafico 7. Principales productos y vocación exportadora del segmento agropecuario.....	32
Grafico 8. Indicadores macroeconómicos de Canadá 2009-2011.....	33
Grafico 9. Principales países compradores de uchuva en el mundo.....	35
Grafico 10. Resumen de Norma NTC 4580.....	38
Grafico 11. Desempleo rural 2017.....	45

INTRODUCCIÓN

El sector rural en el país es el que se ha encargado en muchas ocasiones en jalonar el desarrollo del país, el sector frutícola en Colombia representa una oportunidad para Colombia. El mercado mundial actualmente se encuentra en constante desarrollo y crecimiento en el caso específico de Colombia como país productor de fruta se destaca por tener grandes características de reconocimiento mundial como el sabor, el olor, la textura, la calidad y la amplia oferta de producto en el mercado. Lo anterior gracias a la posición geográfica que posee Colombia y que le permite tener las condiciones climáticas adecuadas, una gran disposición de terreno cultivable de amplia fertilidad que le abren la posibilidad de cosecha constante de fruta de clima tropical y de algunas que han sido calificadas como exóticas por los mercados del resto del mundo.

La amplia variedad de fruta y de regiones biogeográficas en Colombia ha llevado a los productores nacionales a buscar mercados en los cuales incursionar impulsados por los diferentes acuerdos comerciales suscritos por el gobierno colombiano y que les permiten introducirse en mercados de gran importancia a nivel mundial como EEUU, La Unión Europea, Japón y Canadá. En este caso analizaremos las posibilidades de mercadeo que tienen dos frutas exóticas, como han sido definidas por sus características la Feijoa (*Acca sellowiana berg*) cuya comercialización es relativamente nueva y la Uchuva (*physalis peruviana*) que ocupa el primer lugar en exportaciones nacionales.

En Colombia el sector rural es uno de los que más potencial de explotación tiene y promete como en muchas ocasiones jalonar el desarrollo económico del país. En especial el sector frutícola colombiano representa una oportunidad de crecimiento para el país, el mercado mundial se encuentra en constante desarrollo y dinamismo, los cambios de hábitos de vida abren oportunidades para las frutas nacionales. Colombia como país productor de fruta se destaca por tener importantes rasgos que lo proyectan a nivel mundial. Los diferentes acuerdos comerciales suscritos por el gobierno colombiano representan amplias oportunidades de mercado para el sector frutícola colombiano en miras de la exportación, las rebajas arancelarias o la eliminación de las mismas representan ventajas para los productores colombianos. La inmersión de las frutas exóticas a los mercados internacionales debido a sus particularidades nutricionales representan oportunidades para los productores debido a que los países competidores no tienen forma de sostener el mercado en las temporadas frías como invierno y otoño, mientras que los colombianos tienen la posibilidad de mantener la producción incluso cuando sus competidores no.

La uchuva es una fruta que se ha venido destacando como un producto excelente para la exportación, reconocido a nivel mundial como una fruta exótica de gran valor gustativo. En la actualidad ocupa el segundo lugar, después del banano, en las exportaciones de frutas colombianas y es sin lugar a dudas una de las frutas más promisorias para el desarrollo de la mayoría de regiones en el país.

Por su parte la importancia de la Feijoa radica en su poder de adaptación a las zonas tropicales y en especial a la región andina colombiana. En condiciones agroecológicas favorables es un cultivo que

puede llegar a tener una vida útil de hasta 30 años o más lo que considerablemente es un amplia ventaja para los cultivadores colombianos.

Las diferentes formas en las que se pueden exportar abren más mercados ya que solo un porcentaje de la frutas exportada es fruta fresca y el resto de la exportación cubre los productos de la cosecha como conservas, pula, postres, fruta deshidratada, yogures y demás derivados posibles de las mismas.

Por esto queremos dar una visión acerca de las diferentes formas de comercializar frutas exóticas, las ventajas y desventajas de las mismas y las certificaciones y medidas fitosanitarias necesarias para el éxito del proceso.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La oferta de fruta en Colombia es muy alta ya que se producen toda clase de variedades, cuenta con una cifra aproximada de 433 especies nativas de fruta¹ por tal razón es el noveno país proveedor de frutas en el mundo. Sin embargo el mercado sigue siendo dominado por frutas tradicionales como el banano o el mango.

Gracias a procesos como la globalización y el interés naciente por llevar una vida saludable las denominadas frutas exóticas se han ido abriendo espacio en los mercados de diferentes paises extranjeros por sus propiedades nutricionales y particular sabor. En los últimos años el promedio de exportación de frutas exóticas para Colombia oscila entre los 6 y los 5 millones de frutas. Sin embargo existe un amplio mercado aun inexplorado a la hora de exportar exóticas en Colombia.

Por ello el interés de este trabajo es establecer las oportunidades de mercado de la Uchuva (*physalis peruviana*) y la Feijoa (*Acca sellowiana berg*) con los tratados de libre comercio o acuerdos comerciales firmados por el gobierno colombiano teniendo en cuenta que estas dos frutas presentan una facilidad de producción para los campesinos colombianos debido a las características geográficas con las que cuenta el país.

¹ Toro Cesar y Tafur Ramírez (2007), "Frutas Tropicales de Colombia Para el Mundo: Producción, Agroindustria, Comercialización y Cadena Productiva", del 22 de noviembre de 2007, pág. 23.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Caracterizar el mercado externo de las frutas exóticas e identificar el potencial en la comercialización de Feijoa (*acca sellowiana*) y Uchuva (*physalis peruviana*) las oportunidades frente a los acuerdos comerciales ejecutados en el país.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Realizar una caracterización de mercado de Uchuva (*physalis peruviana*) y Feijoa (*acca sellowiana*) teniendo en cuenta las características de Colombia como productor de fruta.
2. Identificar las ventajas y la rentabilidad de la exportación de Uchuva (*physalis peruviana*) y Feijoa (*acca sellowiana*) en la búsqueda de nuevos mercados.
3. Evidenciar en cuales de los mercados externos se presenta mayor oportunidad para la comercialización de las mismas.
4. Identificar las principales problemáticas para la comercialización nacional e internacional de Uchuva (*physalis peruviana*) y Feijoa (*acca sellowiana*).

JUSTIFICACIÓN

Los acuerdos comerciales suscitados en Colombia generan siempre numerosas opiniones encontradas debido a las diferentes condiciones de los mismos actualmente Colombia mantiene acuerdos comerciales con países ubicados en diferentes puntos cardinales del mundo. En este momento se encuentra en ejecución el Tratado de Libre Comercio o TLC² con los Estados Unidos que fue firmado en el año 2006 y que entro en ejecución para el año 2012, al igual que un acuerdo comercial firmado con la Unión Europea (UE)³ en el año 2010 se han incrementado las posibilidades para los empresarios del sector agro industrial colombiano.

Según el Plan Frutícola Nacional (PNF)⁴ planteado en el año 2006 y con metas hasta el año 2025, se buscara que el mercado frutícola colombiano se configure como uno de los mercados más productivos y que el sector desarrolle participación en los diferentes mercados a nivel internacional. Así lo cita el documento:

“En el 2025 la fruticultura colombiana se ha convertido en un dinámico sector productivo, lo que le ha permitido alcanzar una creciente participación en la producción y las exportaciones agrícolas. Gracias a esto, el país ha logrado hacer un mejor aprovechamiento de su rica diversidad natural y de la elevada y amplia demanda mundial por productos frutícolas, frescos y procesados.⁵”

El PFN también describe los principales retos que tiene que enfrentar el sector frutícola colombiano para poder establecerse sólidamente en el mercado en la siguiente cita se demuestra cómo se han identificado las principales falencias del sector y como se espera la superación de las mismas para alcanzar el objetivo del plan:

Para ello, el sector ha cimentado un desarrollo integral vigoroso que se caracteriza por altos niveles de formalización empresarial, un significativo grado de tecnificación y capacidad innovadora, profundos procesos de especialización productiva y de organización regional, y una dinámica coordinación entre los diferentes actores de las cadenas productivas relacionadas. De esta forma, progresivamente Colombia ha venido asegurando una sólida y diversificada oferta exportable de productos de alta calidad y valor agregado, que ha permitido un reconocido posicionamiento mundial del país como

² Sera la sigla utilizada de aquí en adelante para referirse al mismo.

³ Sigla que se utilizara en el desarrollo del trabajo para referirse a la misma.

⁴ PFN sigla con la que se referirá al mismo en el desarrollo del texto.

⁵ Equipo técnico Plan Frutícola Nacional de Colombia; Tafur, Ramiro; Toro, Julio Cesar; Perfetti, Juan José; Ruiz, Diana y Morales, Juan. Plan Frutícola Nacional PFN.pp-18 Fondo Nacional de Fomento de la Agricultura. 2006.

proveedor de productos frutícolas, que cumplen a cabalidad con los exigentes estándares internacionales⁶.

En el caso de las frutas exóticas los mercados parecen estar ahí disponibles para ser colonizados, las diferentes políticas de apoyo al sector agrario, la alta demanda y el alto valor comercial que tienen en los mercados internacionales ha generado un creciente interés en el cultivo y la exportación de frutas exóticas, frutas como la Gulupa y la Uchuva ya presentan un amplio posicionamiento en el mercado y su venta se realiza de forma fluida, sin embargo en el caso de frutas como la pitahaya, la feijoa y el carambolo ahí mucho por hacer, por lo cual es pertinente realizar un estudio del mercado exterior para analizar la rentabilidad del mercado y las oportunidades a las que pueden acceder los productores de las mismas. A la vez identificar si los países con los que se sostienen acuerdos económicos presentan una mayor posibilidad de inmersión para las frutas exóticas que todavía presentan bajos índices de movilidad internacional.

⁶ *Ibíd.*, pp-19

MARCO TEORICO

Según el RAE⁷ la fruta es el conjunto de frutos comestibles que se obtienen de plantas cultivadas o silvestres, pero a diferencia de los otros alimentos vegetales (hortalizas y cereales) las frutas poseen un sabor y aroma intensos y presentan unas propiedades nutritivas diferentes, por ello la fruta suele tomarse como postre fresca o cocinada. Conviene comerla tanto verde como madura.

Las frutas se clasifican en cuatro grandes grupos entre los cuales se encuentran:

- **Ácidas:** Entre las frutas ácidas se encuentran la piña, la naranja, el limón, la maracuyá y la mora.
- **Semi-ácidas:** son catalogadas dentro de esta categoría frutas como la feijoa, el lulo, la curuba, la fresa, la guanábana y el tomate de árbol entre otras.
- **Dulces:** entre las cuales se pueden encontrar la guayaba, la papaya, el mango y la manzana.
- **Neutras:** coco, almendras y nueces.

La mayor parte de las frutas ofrecen una temporada de recolección generalmente corta, es decir se consiguen de manera abundante en algunas temporadas del año y no se producen en otras épocas. Como alimento las frutas tienen propiedades como presentar abundancia en vitaminas y minerales, pocas calorías y un alto porcentaje de agua (entre 80 y 95%).

Dentro de los múltiples beneficios que posee la ingesta de fruta al cuerpo podemos mencionar los múltiples micronutrientes que actúan sinérgicamente como antioxidantes que funcionan como protección de enfermedades como el cáncer, demostrado en estudios epidemiológicos en el cáncer de próstata y cáncer de colon, además de ayudar en enfermedades crónicas como la arteriosclerosis y la diabetes mellitus.

Las frutas exóticas representan por sus múltiples beneficios e inigualables características gustativas que se perfilan como las principales oportunidades de mercado colombiano además que su demanda ha venido en constante aumento, por lo cual se hace necesario generar un estudio de mercado en el cual se indique la forma y el mercado en el que las frutas exóticas colombianas tengan una mayor oportunidad de mercado. En este escenario Procolombia anuncia que las frutas colombianas son consideradas exóticas alrededor del mundo, por tal razón se puede inferir que los consumidores no nacionales, presentan un mayor interés por el consumo de las mismas.

Para ello se hace necesario contemplar todos los factores que pueden intervenir en el proceso de comercialización y exportación de frutas frescas hacia otros lugares del mundo, principalmente los

⁷ RAE: diccionario de la real academia española.

mercados con mayor flujo de dinero que son los poseen una mayor tasa de población y por ende serían los mercados con mejor aceptación de oferta por parte de los productores colombianos, también evaluar las posibilidades y presentaciones con más salida para los productos colombianos al igual que toda la normatividad fitosanitarias que rige los mercados mundiales y que son la norma con la cual se evaluarán los productos colombianos.

DISEÑO METODOLOGICO

Se dice que el método científico de una investigación refiere a un procedimiento lógico para lograr adquisición, organización o sistematización y expresión o exposición de un conocimiento, se puede indicar que el método por utilizar en esta investigación es de tipo analítico- descriptivo ya que se trata de un trabajo monográfico de tipo compilatorio, se pretende partir de la información aportada por los diferentes documentos identificar la situación de la exportación de frutas exóticas colombianas y llegar a generar una descripción particular acerca de las oportunidades de mercado encontradas para esta.

La forma en la que se va a manejar la información es de tipo correlacional y prospectivo, ya que se pretenden establecer posibles relaciones entre la información obtenida transversalizandola de tal forma que permitan realizar una descripción de las mismas y generar una visión básica de cómo sería esta relación en el futuro.

En este sentido el presente trabajo se puede caracterizar como una investigación no experimental ya que en ningún momento se pretende interactuar con el objeto de estudio.

La organización del trabajo comprendió las siguientes fases:

1. Primera fase (búsqueda y recolección de los documentos)

Se realizó la búsqueda y clasificación de la información más relevante respecto al objetivo de estudio. Para la búsqueda de información se hizo uso de varias fuentes a las que se puede acceder a través de la web. Se realiza la selección de unas bases electrónicas donde se encuentran documentos como libros, artículos, tesis, reportes e información certificada que evidencia la seriedad de los trabajos. Algunas de las fuentes consultadas fueron:

FUENTES DE INFORMACIÓN

- PROEXPORT
- LEGISCOMEX
- REPOSITARIOS UNIVERSITARIOS MINISTERIO DE AGRICULTURA
- ASOHOFRUCOL
- INFOAGRO
- FEDESARROLLO
- PROCOLOMBIA

- SCIELO

Para dicha búsqueda se utilizaron como palabras clave las siguientes: exportación, frutas exóticas, acuerdos comerciales, feijoa y uchuva. Esto con el fin de que la información recolectada fuera lo más cercana posible a responder el objetivo general.

2. Segunda fase (clasificación de la información en intereses):

La segunda fase corresponde a la revisión y la organización de la información recolectada, apuntando al cumplimiento de los objetivos previstos para la investigación. Durante la revisión de dicha información se separan los documentos seleccionados por el año de publicación y se da prioridad a los que tengan menos de 5 años de antigüedad esto con el fin de garantizar que la información suministrada por estos fuese lo más cercana a la realidad actual del mercado. También se genera la separación en las cuatro variantes temáticas desarrolladas posteriormente: **1. COLOMBIA COMO PRODUCTOR DE FRUTAS, 2. MERCADO MUNDIAL DE FRUTAS EXÓTICAS, 3. ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES EN COLOMBIA y 4. OPORTUNIDADES DE MERCADO PARA LA UCHUVA Y FEIJOA Y 5. PRINCIPALES PROBLEMAS PARA LA EXPORTACION DE UCHUVA (physalis peruviana) Y FEIJOA (acca sellowiana).**

3. Tercera fase (análisis de la información):

Se realiza el análisis cualitativo de la información utilizando documentos que apunten a darnos datos acerca de las características de mercado de las frutas exóticas en especial de la Uchuva y la Feijoa, que son las de interés de este trabajo.

Dentro de este análisis de la información se van separando las 4 variantes temáticas en sub categorías de análisis que nos permitan generar una mayor comparación de la información recaudada para su posterior escritura. De esta forma se inicia caracterizando los dos productos a tratar Uchuva y Feijoa, teniendo en cuenta sus características como producto, el nivel de producción en Colombia y la comparación de la producción de frutas exóticas con la producción y exportación de frutas tradicionales en el país.

Posteriormente se realiza un pequeño análisis sobre los pasos de la cadena de exportación que debe seguir un productor en Colombia, teniendo en cuenta cuales son los principales mercados destino con los que sale la fruta colombiana, caracterizando al tiempo los principales.

El siguiente paso es la revisión de la documentación que tiene que ver con los acuerdos económicos y tratados de libre comercio que se encuentran vigentes en Colombia, esto con el fin de analizar la normatividad, las exigencias, las necesidades, las oportunidades y las facilidades que ofrece cada uno de los acuerdos, respecto a la comercialización de productos agrícolas en el extranjero. En este mismo objetivo se realiza la descripción de los tratados o acuerdos que más intercambio económico generan caracterizando su normatividad y todo lo inherente a la exportación de productos agrícolas específicamente.

Por ultimo teniendo en cuenta la información hallada en los pasos anteriores, se procede a generar opciones de oportunidades de mercado teniendo en cuenta las características de los mismos y las facilidades de apertura que representan específicamente para las frutas exóticas, una oportunidad para los productores colombianos dadas sus características como el sabor y el gusto desarrollado en mercados internacionales.

Finalmente se presentan a modo de conclusión los resultados hallados dando así cumplimiento a los objetivos propuestos al iniciar este trabajo.

DISEÑO METODOLOGICO

- Búsqueda y clasificación de la información
- Selección de bases de consulta
- Selección de palabras clave

FASE 1



- Revisión y organización
- Separación de la información
- Se generan las variantes temáticas: **1. COLOMBIA COMO PRODUCTOR DE FRUTAS, 2. MERCADO MUNDIAL DE FRUTAS EXÓTICAS, 3. ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES EN COLOMBIA y 4. OPORTUNIDADES DE MERCADO PARA LA UCHUVA Y FEIJOA, 5. PRINCIPALES PROBLEMÁTICAS PARA LA EXPORTACION DE UCHUVA Y FEIJOA.**

FASE 2



- Análisis cualitativo de la información
- Comparación de información
- Caracterización de los productos
- Acuerdos y demás necesidades académicas
- Escritura del documento final

FASE 3



1. COLOMBIA COMO PRODUCTOR DE FRUTAS

Colombia es un país reconocido mundialmente por la calidad de sus exportaciones, dentro de los productos colombianos más apetecidos encontramos las flores las cuales gracias a la tecnología y los canales de comercialización utilizados gozan de gran reconocimiento mundial, de la misma forma la exportación de banano y frutas tradicionales que ya han logrado la tecnificación de sus productos para adaptarse a las necesidades de los mercados externos, sin embargo, la comercialización

externa de frutas exóticas es un campo relativamente nuevo. Aunque la información sobre el inicio de la exportación de las frutas exóticas, se puede rastrear la empresa Frutierrez S.A quien incursiona en el mercado hacia el año de 1987⁸, lo que nos dice que el mercado es significativamente joven y todavía hay mucho por hacer.

La posición geográfica de Colombia resulta altamente favorable para la producción constante de frutas tropicales lo que le ayuda a tener algunas ventajas en el mercado ya que puede ofrecer producción de las mismas los 365 días del año asegurando el mercado para las épocas en las que otros países no cuentan con producción: “Es por esta razón que países como Colombia toman un gran valor estratégico, pues cada una de sus cinco grandes regiones, posee un valor especial, con la capacidad de producir una cantidad incalculable de productos alimenticios y biodiversidad. Además es rica en recursos minero-energéticos, en hidrocarburos y en recursos hídricos.”⁹

Según Toro Cesar y Tafur Ramírez (2007) “Colombia tiene cuatrocientas treinta y tres especies nativas de frutales comestibles identificados, que la hacen el primer país del mundo en biodiversidad de frutas por kilómetro cuadrado, antes de indonesia y Brasil”¹⁰ lo que por encima le daría a Colombia una amplia ventaja en el mercado frutícola a nivel mundial, sin embargo la gran variedad de fruta disponible en el territorio entorpece la tecnificación de los cultivos y genera un desaprovechamiento de las oportunidades de mercado.

El sector frutícola ha sido considerado como una de las actividades económicas más promisorias en Colombia hablando de internacionalización de mercados, debido a que los mercados de frutas y verduras frescas son unos de los mercados más dinámicos a nivel mundial, el cambio en las preferencias de los consumidores ha generado un crecimiento en su producción gracias a la creciente tendencia de demanda de alimentos frescos y saludables, a una alimentación balanceada y el aumento del ingreso per cápita principalmente en los países desarrollados, lo que jalona al sector a estar en una constante reinversión y búsqueda del mejoramiento de la calidad y las normas sanitarias de los productos.

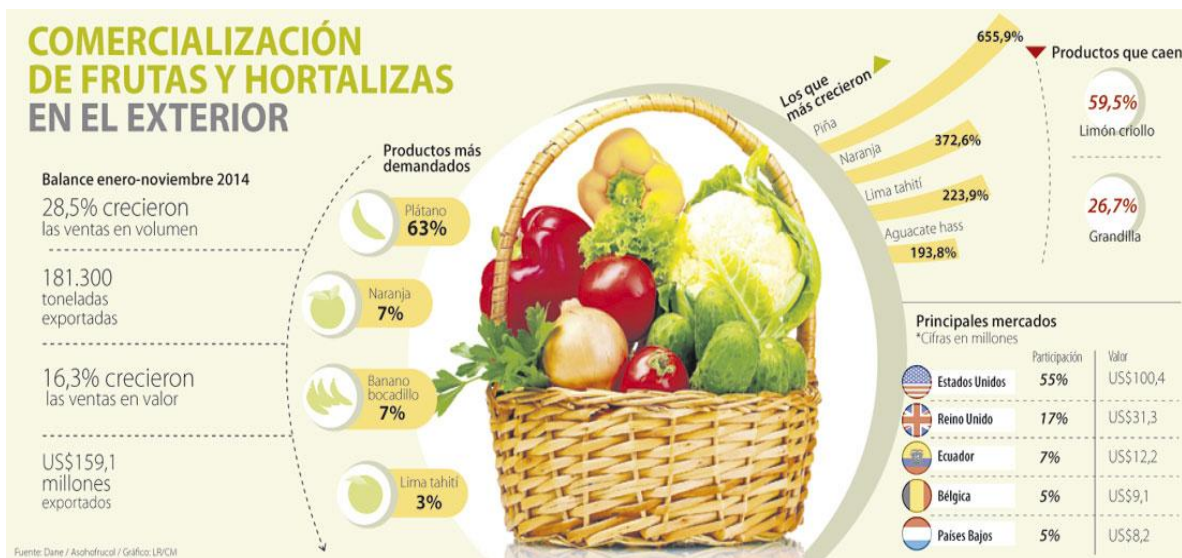
Grafico 1. Comercialización hortofrutícolas en el exterior

⁸ Gutiérrez, Sheila (2014) Un crecimiento en las exportaciones de productos altamente perecederos y el crecimiento económico en Colombia: Una construcción teórica, disponible en:

<http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/ede/article/viewFile/23720/24409>

⁹ Gutiérrez Patiño, (2015) Geopolítica, recursos naturales y zonas estratégicas en Colombia. Pag-4

¹⁰ Toro Cesar y Tafur Ramírez (2007), “Frutas Tropicales de Colombia Para el Mundo: Producción, Agroindustria, Comercialización y Cadena Productiva”, del 22 de noviembre de 2007, pág. 23.



Fuente: Diario la Republica febrero de 2015

Sin embargo a pesar de las grandes ventajas que posee el mercado colombiano y los diferentes acuerdos ya suscritos en busca de la apertura de nuevos mercados para el sector, no se denotan grandes avances en el mismo como lo asegura una publicación de LEGISCOMEX.COM de mayo del 2013 quien cita lo siguiente: “a pesar de la creciente importancia que el sector frutícola ha venido adquiriendo en los últimos años, en algunos de los principales indicadores sectoriales su nivel de desarrollo deja mucho que desear, en términos del potencial que tiene con relación a la base de recursos con que cuenta el país”¹¹. Sin mencionar que la agricultura es una gran fuente de empleo rural y desarrollo para las distintas regiones del país.

1.1. Colombia como productor de frutas exóticas

Antes de comenzar a hablar de frutas exóticas es necesario clarificar el término, “La palabra “exótico” tiene su origen en el griego “exōtikós”, del cual fue retomada por el latín y expresada con el vocablo “exoticus”, que se puede traducir como “extranjero”, con dos significados: a) perteneciente a países y/ o pueblos lejanos, y b) raro, extraño”¹². De ahí que para los países industrializados de clima templado y frío una fruta exótica es aquella producida en países tropicales y subtropicales.

¹¹ Legiscomex.com, Inteligencia de Mercados – Exportación de Frutas Exóticas Colombianas (2013), disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/exportacionesestudio-frutas-exoticas.pdf>

¹² Gaillard, J.P., “La imagen de los frutos exóticos para los consumidores y resumen del mercado”, en: Zuan g, H., et. al, Nuevas especies frutales. Ed. Mundi Prensa, 1989, pp. 13- 17.

Podemos clarificar la definición y decir que las frutas exóticas son todas aquellas que provienen de otros países, sea para su consumo y/o cultivo o son frutas nativas cuyo cultivo y consumo ha quedado a un nivel limitado, a tal grado que en su propio país se crea la imagen de exóticas.¹³

La caracterización del exotismo está definida y marcada por la posición geográfica y los procesos históricos propios de cada territorio, por ejemplo, en Latinoamérica el litchi es una fruta introducida por lo tanto es considerada exótica, pero no es así en los países de oriente, donde su conocimiento es milenario; en Latinoamérica el aguacate es visto como una fruta tradicional ya que siempre ha servido como acompañamiento para las comidas pero en Europa si es considerado como exótico ya que su introducción ha sido relativamente nueva y por tanto es muy poco su consumo.

En general las frutas exóticas tienen un alto contenido de agua, son diuréticas e ideales para el riñón. Contienen fibra, lo que las convierte en agentes laxantes y muy digestivas. Tienen un gran aporte vitamínico y adicionalmente un alto contenido de potasio, hierro y calcio.

Teniendo en cuenta las características anteriormente descritas se puede identificar que algunas de las frutas producidas en Colombia podrían ser catalogadas como exóticas, es el caso de:

- Uchuva
- Gulupa
- Pitahaya
- Tomate de árbol
- Maracuyá
- Feijoa
- Mango
- Carambolo

A continuación analizaremos las características y valores nutricionales de la feijoa y la uchuva producidas en Colombia, objeto de estudio del presente trabajo:

1.1.1. Feijoa

¹³ Schwentesiuos, Rindermann Rita y Gómez Cruz Manuel Ángel, "Frutas exóticas, perspectivas para México en el cauce globalizado del comercio", 2009, Universidad Autónoma de Chapingo.



Descripción: La fejoa (*Acca sellowiana* berg) es originaria de Sur América. (Su área de distribución incluye la zona meridional de Brasil y al norte de países como Paraguay hasta la zona austral (Argentina y Uruguay). Se caracteriza principalmente por adaptarse a diferentes zonas climáticas que van desde los 2.000 – 2.500 msnm con temperaturas entre 13 – 21°C, la planta es resistente a las heladas que hagan descender la

temperatura hasta aproximadamente los 10°C, sin eximir a los frutos y flores de sufrir daños con el descenso en la temperatura. Exige unos 700 a 1.200 mm de precipitación anual y tolera hasta unos 2.000 mm con una buena luminosidad y una humedad relativa del 70%.

La fejoa se produce en suelos de tipo arenoso ricos en humus, no soporta excesos de humedad. Su sistema radical es de tipo fibroso y superficial lo que lo vuelve sensible a la falta de agua. Las hojas alcanzan una longitud de hasta 6 cm, tienen una consistencia de cuero y son semi- persistentes, las flores son hermafroditas, sin embargo, las flores de muchos cultivares son auto fértiles, permitiendo la polinización cruzada. Es un cultivar longevo y en condiciones de climas tropicales puede producir de forma continua durante todo el año.

Variedades

VARIEDAD	CRECIMIENTO DE ARBOL	FORMA	FRUTO	
			ASPECTO DE LA PIEL	TAMAÑO
Tibasosa	Fuerte y erguido	Oval- esférico	Lisa- rugosa	Mediano- pequeño
Antioquia	Medio y erguido	Oblongo- alargado	Lisa- rugosa	Mediano
Niza- Bogotá	Medianamente erguido	Larga	Lisa	Mediano
Mammoth	Fuerte y erguido	Oval	Lisa	Grande
Gemini	Medio y erguido	Oval-esférico	Lisa	Grande
Triump	Medianamente erguido	Oval	Ligeramente rugosa	Grande
Apollo	Fuerte y erguido	Oval	Ligeramente rugosa	Grande
Superba	Medio, la copa se abre irregularmente	Ejerció – oval	Bastante lisa	Medio

Coolidge	Fuerte y erguido	Oblongo-alargado	Moderadamente rugosa	Grande
Nueva Zelanda	Fuerte y erguido	Oval (semejante a Italia)	Ligeramente rugosa	Grande
California	Medio, la copa se abre irregularmente	Oval	Lisa	Grande
Italia	Fuerte y erguido	Alargada	Moderadamente rugosa	Grande
Quimba	Medio y erguido	Alargada y redondas	Moderadamente rugosa	Súper grande

Fuente: ICA

El Centro Nacional de la Feijoa (Cenaf) que se encuentra ubicado en el municipio de La vega Cundinamarca se ha generado un banco de germoplasma conformado por cultivares procedentes de nueva Zelanda y materiales establecidos en Colombia. Se han generado y dado prioridad a cultivares adecuados a las condiciones climáticas de las diferentes regiones colombianas¹⁴.

Las características nutricionales del fruto destacan principalmente su alto contenido de yodo y vitamina c, fibra, potasio, fosforo, magnesio, azúcar y calcio, también posee características inmunológicas y antioxidantes, es un fruto rico en bioflavonoides, polifenoles activos como la catequina, leucoantocininas, flavonoides, proantocianidinas y naftoquinonas; tiene propiedades anticancerígenas e influye en la secreción de citoquinas en el intestino, sin olvidar su actividad anti microbiana¹⁵, lo que junto con sus propiedades antioxidantes, permite que sea considerado materia prima para la elaboración de nuevos medicamentos que sean efectivos en la prevención de enfermedades cardiovasculares, infecciones y cáncer.

Tradicionalmente se le tribuyen también propiedades sobre heridas e infecciones cutáneas acelerando y mejorando el proceso de cicatrización.

Producción de feijoa en Colombia

Según cifras de la agencia de noticias de la Universidad Nacional, Colombia al 2017 contaba con un aproximado de 650 hectáreas de feijoa con una producción total de 5.200 toneladas. La producción de colombiana de Feijoa se centra en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Caldas y Antioquia, siendo los principales municipios fejoeros:

¹⁴ Parra, Alfonso y Fischer Gerhard, Maduración y comportamiento poscosecha de la feijoa (*Acca sellowiana* (O. Berg) Buret). Una revisión, Revista colombiana de ciencias hortícolas- vol. 7- No. 1- pp. 98- 110, 2013.

¹⁵ *Ibíd.*, p.101

Los principales municipios fejoeros de Cundinamarca son La Vega (zona fría), San Francisco (zona fría), Tena, Silvania, Subia, Granada, Simijaca, Ubaté, Zipaquirá, Tenjo, Tabio, Chía, Subachoque, Madrid, Facatativá, Mosquera, Cogua, La Calera, Sesquillé, Suesca, Anolaima, La Mesa, Fusagasugá y Sibaté. En Boyacá, la mayoría de municipios de clima frío tienen árboles de fejoa, pero los cultivos importantes están en Chiquinquirá, Arcabuco, Villa de Leiva, Paipa, Tunja, Jenesano, Nuevo Colón, Tibasosa, Duitama, Sogamoso, Subachoque, Tunja y Cómbita. Y en Caldas, principalmente en Manizales.. (Colombia, 2012)

1.1.2. Uchuva

Descripción: la uchuva (*physalis peruviana*) pertenece a la familia de las Solanáceas es originaria de los andes suramericanos, es la especie más conocida de este género y se caracteriza por tener un fruto de sabor azucarado encerrado dentro de un cáliz o capacho.

La uchuva se adapta fácilmente a una amplia gama de condiciones agroecológicas. En Colombia crece entre los 1.500 y los 3.000 msnm, con una temperatura que en promedio oscila entre los 13 y los 18°C, cuenta con una pluviosidad anual entre 700 y 2.000 mm, además requiere una humedad relativa de un promedio de 70%, requiere de suelos bien drenados con un pH entre 5.5 y 7.0, que sean ricos en materia orgánica¹⁶.



Desde la siembra en el campo al momento de realizar la primera cosecha transcurren aproximadamente 90 días, (dependiendo de la altitud en la que se realice este proceso), en las zonas más altas este proceso suele alargarse un poco. Una vez la planta inicia su proceso productivo, este es continuo, lo que permite realizar recolecciones semanales y en ocasiones hasta dos por semana todo depende del grado de madurez requerido y las especificaciones dispuestas por el mercado. Cada planta cuenta con una vida productiva

de hasta dos años con un adecuado manejo agronómico de podas, fertilización, controles fitosanitarios y buen suministro de agua¹⁷.

¹⁶ Zapata, Luis; Saldarriaga, Alegría; Londoño, Mauricio y Díaz, Cipriano. 2002. Manejo del cultivo de la uchuva en Colombia. Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria, Corpoica, Regional 4, Centro de Investigación "la selva", Colombia. PP.- 42

¹⁷ Ibíd. P -44

Sus propiedades nutricionales incluyen buen contenido de vitaminas A y C, además de hierro, fósforo, fibra, calcio, tiamina y riboflavina. En diferentes regiones de Colombia se le atribuyen propiedades medicinales; sus beneficios derivan de la composición nutricional. Colombia es el primer país productor de uchuva a nivel mundial, seguido por Sudáfrica, no se han seleccionado variedades, solamente se conocen eco tipos o plantas que provienen de diferentes zonas del país, que se diferencian por el tamaño, el color, el sabor, la forma del cáliz y el porte de la planta. Actualmente se cultivan tres tipos de uchuva originarias de Colombia, Kenia y Sudáfrica, sin embargo la uchuva colombiana se caracteriza por tener una mejor coloración y un mayor contenido de azúcares, características que hacen las veces de ventajas en el mercado¹⁸.

Producción de uchuva en Colombia

Según cifras de LEGISCOMEX para el 2011 existían en el país 743 hectáreas sembradas con cultivares de uchuva las cuales tienen una producción anual de 10.771 toneladas de las cuales el 52,2% se encontraban en Boyacá y el resto repartidas de la siguiente manera.

Grafico 2. Producción de Uchuva en Colombia

Departamento	Municipios
Antioquia	Rionegro, Santa Rosa, Yarumal, Abejorral, Sonsón
Boyacá	Valle de Chiquinquirá, La Candelaria, Villa de Leyva, Duitama, Tunja, Paipa, Nuevo Colón
Cundinamarca	Sabana de Bogotá, Funza, Chía, Valle de Ubaté, Gachetá, La Mesa, Mosquera, Chocontá, Villapinzón
Cauca	El Encanto, La Uribe, Gamboa, Piendamó, Toribío, Zona de Almaquer, Sotará
Huila	La Argentina, Plata Vieja, Humareda
Magdalena	La Sierra Nevada
Nariño	Ipiales, Túquerres, Pasto, La Cruz
Tolima	Gaitana, Roncesvalles

Fuente: Fischer, G., Flórez, V. y Sora, A. Producción, pos cosecha y exportación de la uchuva. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Agronomía. Bogotá, marzo del 2000, pág. 93

¹⁸ Mendoza, Jaime Humberto; Rodríguez, Aida y Milla, Patricia; Caracterización físico química de la uchuva (*Physalis peruviana*) en la región de Silvia Cauca. Biotecnología en el sector agropecuario y agroindustrial, Vol. 10, N°2, PP.- 188- 195, 2012.

2. MERCADO INTERNACIONAL DE FRUTAS COLOMBIANAS

El consumo de frutas tropicales ha ido en constante aumento en los últimos años, el cambio en las condiciones de vida de los habitantes de los países desarrollados ha abierto una ventana comercial para los fruticultores colombianos y de América Latina. Las dinámicas de consumo que se vuelven tendencia a nivel mundial han llevado a generar un aumento de la oferta de fruta en los mercados internacionales, el llamado a generar una sociedad globalizada potencializa la diversificación de los mercados internacionales.

El mercado de las frutas tropicales entonces resulta muy atractivo para los inversionistas tanto así que ha generado el desarrollo de organizaciones y estudios en el ámbito de las mismas, en el periodo 2005- 2009 el Centro de Comercio Internacional (CCI) midió las importaciones del mercado mundial de fruta fresca primaria o sin procesar, que registró un alza de \$ USD 51.686 a 69.562 millones de dólares, en donde, la fruta fresca mínimamente procesada mediante métodos de congelación, preservación y deshidratación tuvo un crecimiento de 37,2% frente al 34,6% del mercado de frutas primarias¹⁹.

El año 2012 cerraba con una cifra aproximada de 71 millones de toneladas de fruta a nivel mundial para exportación, siendo esta lista encabezada por el mango con un 39%, seguido por la piña con un 23%, la papaya con 12% y el aguacate con un 4%. Lo que refiere que las frutas tradicionalmente comercializadas siguen teniendo la cabeza del mercado internacional. Este mismo año se llegó a predecir que el mercado latinoamericano alcanzaría las 8,1 millones de toneladas de fruta fresca con un valor correspondiente a los 7.700 millones de dólares, generados por los países denominados en vía de desarrollo.²⁰

El mercado de las frutas tropicales ha mostrado una evolución positiva incentivada por la novedad, este es el factor más importante en el mercado internacional donde se presentan cada vez más participantes, la aparición de la competencia ha provocado en que se fomenten iniciativas en relación a la transformación de la materia prima de acuerdo a las necesidades específicas de los mercados extranjeros, iniciativas que contribuyen al incremento del valor comercial.²¹ Esta novedad recientemente ha venido siendo remplazada por la calidad gustativa del producto exótico o tropical, las altas esferas de la cocina gourmet han venido posicionando y dando a conocer el valor culinario

¹⁹ Álvarez Burbano, Gabriel y Díaz, Eliecer II. Mercado mundial de frutas tropicales. Universidad ICESI, PP- 24, 2015.

²⁰ FAO. (2012 de septiembre de 2012). AGRO Noticias América Latina y el Caribe. Obtenido de La producción mundial de fruta tropical alcanzará 82 millones de toneladas en 2014: <http://www.fao.org/agronoticias/agro-noticias/detalle/es/c/159358/>

²¹ *Ibíd.*, PP.- 2

de los productos y al mismo tiempo ha generado una mayor aceptación del mismo en los diferentes países.

Una de las mayores dificultades que enfrenta el sector frutícola y agroindustrial en Colombia tiene que ver con referencia a los agro insumos y la fluctuación de sus precios, estos tienen unos efectos directos que recaen principalmente en los precios de los insumos y las tarifas en la comercialización que inciden en los beneficios obtenidos por los participantes en toda la cadena de valor, afectando en últimas instancias al consumidor que es quien tiene que pagar al final por el incremento de los costos²². Esto también repercutiría en los mercados extranjeros que al sentir el aumento paulatino del precio se podría generar una sustitución de las frutas exóticas o tropicales por frutas que se encuentren estables en el mercado.

A continuación se analizara la cadena de exportación que debe seguir la Uchuva en Colombia, se toma como referencia la cadena de exportación de la uchuva ya que ha tenido una inmersión en al mercado más marcada que la Feijoa, de igual manera la cadena de exportación para ambas es similar.

2.1. Cadena de exportación de Uchuva en Colombia

1. **Registro exportador:** según Proexport (2013), para que una persona natural o jurídica se registre como exportador, debe realizar el trámite del Registro Único Tributario (RUT) en cualquier oficina de la DIAN o SuperCade. Este documento le permitirá clasificar, identificar y ubicar la actividad económica a desarrollarse y las obligaciones controladas y administrativas que adquiere con él.
2. **Realizar un Estudio de Mercado:** ProExport afirma que el futuro exportador debe tener en cuenta los siguientes factores para el estudio de mercado:
 - Tendencia de los consumidores
 - Normatividad
 - Requisitos del país destino
 - Requisitos de salida del país
3. **Ubicación de la posición arancelaria:** dicha posición arancelaria se puede consultar en la aduana nacional. (se especifica en el siguiente numeral)
4. **Vistos buenos:** los exportadores colombianos de la uchuva deben tener presente que para exportar su producto deben contar con lo siguiente:
 - Tratamiento en frío:
El USDA, el ICA y el Centro de Excelencia Fitosanitaria, exigen que a la fruta se les realice este tratamiento con el fin de eliminar cualquier tipo de insecto asociado a las mismas como la mosca mediterránea. Este proceso se denomina **T107-a** para entidades como la USDA.
 - Certificación fitosanitaria:
Este certificado se le solicita al ICA, dicha entidad inspeccionara a la uchuva a exportar para verificar que esta no cuente con plagas o enfermedades y

²² Álvarez Burbano, Gabriel y Díaz, Eliecer II. Mercado mundial de frutas tropicales. Universidad ICESI, PP- 51, 2015

certificar que si ha sido sometida a un tratamiento cuarentenario. Una vez aprobada la inspección se obtendrá el certificado.

- Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE):
El VUCE sirve como herramienta informática que permite el trámite electrónico de las certificaciones, permisos, entre otros documentos exigidos por las entidades del gobierno colombiano para exportar un producto.

Para mercados como el estadounidense específicamente el productor de uchuva debe tener en cuenta también solicitar el Certificate of Loading and Calibration for Cold Treatment in Self Refrigerated Containers, Instruction to the Captain y Location of Temperature Sensors.

5. **Procesos Aduaneros para el despacho de uchuva ente la DIAN:** luego de cumplir con la documentación requerida en el paso anterior el productor debe presentarle al sistema informático de la DIAN la **Solicitud de Autorización de Embarque**. Este es el momento en el que se revisa y se selecciona el agente del transporte que llevara el producto hacia el destino. Es importante resaltar que si la exportación desde Colombia cuenta con un valor superior a los \$10.000 USD, el proceso de despacho debe realizarlo una agencia de aduanas.
6. **Medios de pago:** aquí el exportador puede elegir entre diversos tipos de pagos como: cartas de crédito, letras avaladas, transferencias bancarias, entre otros. Es importante tener en cuenta que se deben reintegrar las divisas que se utilicen en el medio de pago seleccionado por medio de bancos, casas comerciales u otras entidades financieras autorizadas.

Grafico 2. Clasificación arancelaria

No.	Posición arancelaria	Descripción
1	0810.90.50.00	--Uchuvas (aguaymanto, uvillas) (<i>Physalis peruviana</i>)
2	0810.90.10.30	---Gulupa (maracuyá morado) (<i>Passiflora edulis</i> var. <i>edulis</i>)
3	0810.90.10.10	---Granadilla (<i>Passiflora ligularis</i>)
4	0810.90.40.00	--Pitahayas (<i>Cereus</i> spp.)
5	0810.90.30.00	--Tomate de árbol (lima tomate, tamarillo) (<i>Cyphomandra betacea</i>)
6	0810.90.10.20	---Maracuyá (parchita) (<i>Passiflora edulis</i> var. <i>Flavicarpa</i>)
7	0810.90.90.10	---Feijoa (<i>Acca sellowiana</i> , <i>Feijoa sellowiana</i>)
8	0810.90.20.00	--Chirimoya, guanábana y demás anonas (<i>Annona</i> spp.)
9	0810.40.00.00	-Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género <i>Vaccinium</i>
10	0804.50.20.00	--Mangos y mangostanes
11	0810.90.90.90	---Los demás

Fuente: Arancel Armonizado de Colombia, legis S. A.

Adicionalmente a esto en la página de ProColombia se encuentra una aplicación que está disponible las 24 horas y en las que los productores podrán simular todo un plan de exportaciones para asegurarse que su planificación se encuentre realizada de una manera correcta.²³

Grafico 3. Simulador de cadena de costos ProColombia



Fuente: ProColombia.com

En Colombia los exportadores que envían frutas exóticas (principalmente uchuva, Gulupa, pitahaya y granadilla) hacia otras partes del mundo, siendo el principal destino Europa, son en su mayoría intermediarios que se encargan de reunir pequeños grupos de agricultores, y a cambio de brindarles asesoría técnica y algunos insumos como semillas, fertilizantes y pesticidas consiguen negociar con estos las producciones futuras de los predios con los que anteriormente han trabajado con el fin de obtener frutos con calidad de exportación que cumplan con los requisitos requeridos, sin embargo, también existen grupos de agricultores que de manera empírica aprendió a cultivar y producir frutas exóticas para venderlas en los mercados locales o a empresas exportadoras, con la dificultad que aparte del testimonio del productor no existen pruebas que hablen de la calidad del producto y esta no se pueda garantizar. Por último se encuentran aquellas empresas exportadoras que cuentan con recursos propios, conocimientos técnicos y capital lo que les permite exportar directamente.

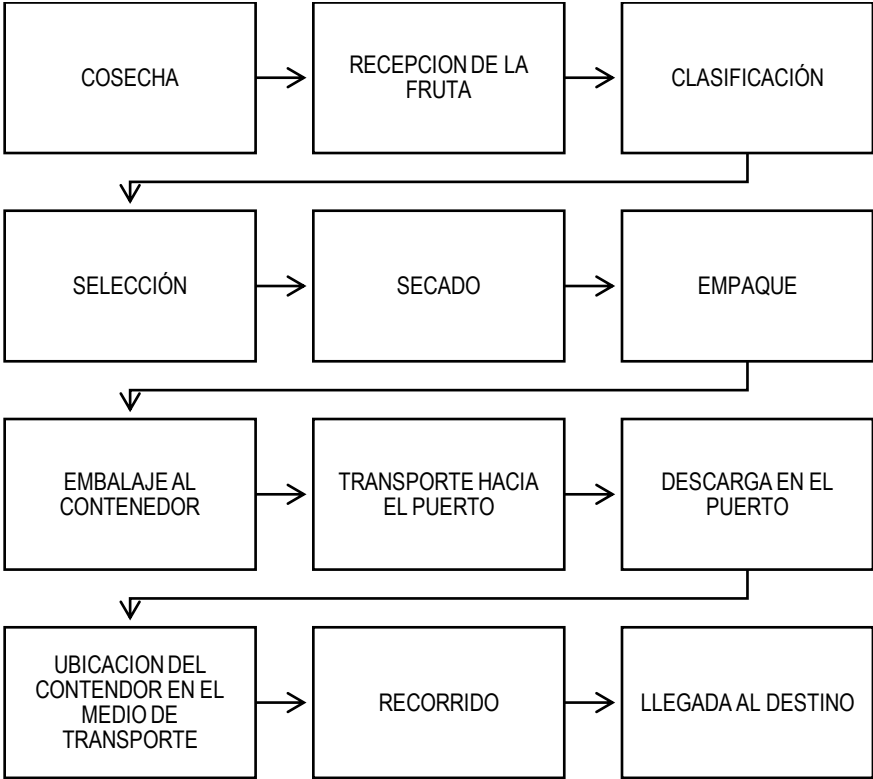
²³ www.proexport.com.co

Las frutas exóticas son productos altamente perecederos, por lo que deben ser cosechados, seleccionados y manipulados por personal capacitado para tales fines, su calidad depende en gran medida de que se conserve por completo la cadena de frío, y esto implica que los exportadores cuenten con una infraestructura adecuada y un sistema logístico que no solo demanda conocimientos técnicos sino también una inversión considerable, debido a su complejidad.²⁴ La garantización de la cadena de exportación en el caso de las frutas exóticas es vital para generar confianza en la calidad del producto, el fallo en cualquier eslabón de esta cadena, como la cadena de frío, representaría pérdidas gigantescas de producción y por ende del dinero invertido en la producción de las mismas.

Los diferentes parámetros para la exportación de frutas exóticas establecidos por los países receptores hablan de que las frutas deben transportarse con una humedad relativa de 65%, una temperatura de 7°C y ventilación cerrada al 100%, para ello todos los medios de transporte que serán empleados para esto deben ser acondicionados (hoy en día ya vienen con estas características) para que se adapten a las necesidades del producto.

2.1.1. Flujo de procesos de una compañía exportadora de frutas exóticas:

En el siguiente diagrama de flujo se verán reflejados los diferentes procesos internos por los que pasa una compañía exportadora ya posicionada, tomaremos de ejemplo a la compañía FLP Colombia S.A.S., quien tiene sus procesos estandarizados, por lo cual podríamos inferir que servirán de base para apreciar el proceso en general de las compañías exportadoras.



²⁴ Zuluaga, Alfonso, Jenny, Marcela. Factores determinantes que afectan la rentabilidad de las empresas exportadoras de frutas exóticas hacia Europa. Universidad Militar Nueva Granada. PP.- 11

Fuente: Estudio de Mercado Empresa FLP Colombia S.A.S.

2.2. Principales mercados de la fruta exótica colombiana

A continuación se realizara una caracterización de los principales mercados destino de las frutas exóticas colombianas.

2.2.1. Unión europea (UE)

En primer lugar encontramos a Europa que por su sistema estacional y la poca variedad de frutas producidas no cuenta con las condiciones para satisfacer la demanda interna, además es donde se ha venido marcando más fuertemente el interés de la población por mantener hábitos de vida saludable, dicha tendencia ya mencionada anteriormente hace que se proyecte más el mercado de frutas exóticas por sus novedosos sabores. Un estudio que realizó la institución colombiana Proexport y que fue publicado por la revista de Asohfrucol en enero del 2013 afirma que: las importantes tendencias por el consumo de frutas frescas en la Unión Europea (UE), abre las puertas a Colombia para aumentar su participación en ese mercado, especialmente a las frutas exóticas. Agrega también: el bloque económico de más de 503 millones de consumidores de 27 países, es el mayor comprador de frutas en el mundo²⁵.

Cabe resaltar que una de las grandes desventajas de este mercado es que hay una gran inversión en promoción de los productos colombianos, dado que los mercados presentan pocas barreras pueden ser susceptibles a la competencia de países productores más competentes.

Legiscomex al respecto señala: en el 2012, Países Bajos, Alemania, Canadá y Francia registraron como los principales mercados destino de las frutas exóticas colombianas²⁶. También señala la publicación que la tendencia del mercado es al alza, que esta se encuentra en constante aumento y que se vislumbra y configura como una gran oportunidad de mercado, debido a ello y a las características del país el gobierno junto con el sector privado están trabajando en potencializar el cultivo y exportación de frutas exóticas como la uchuva, Gulupa, granadilla, pitahaya, tomate de árbol, maracuyá, feijoa, chirimoya, arándanos y mango²⁷, razón por la cual los campesinos colombianos han venido recibiendo una serie de estímulos con el fin de promover y aumentar la cantidad de producto exportable.

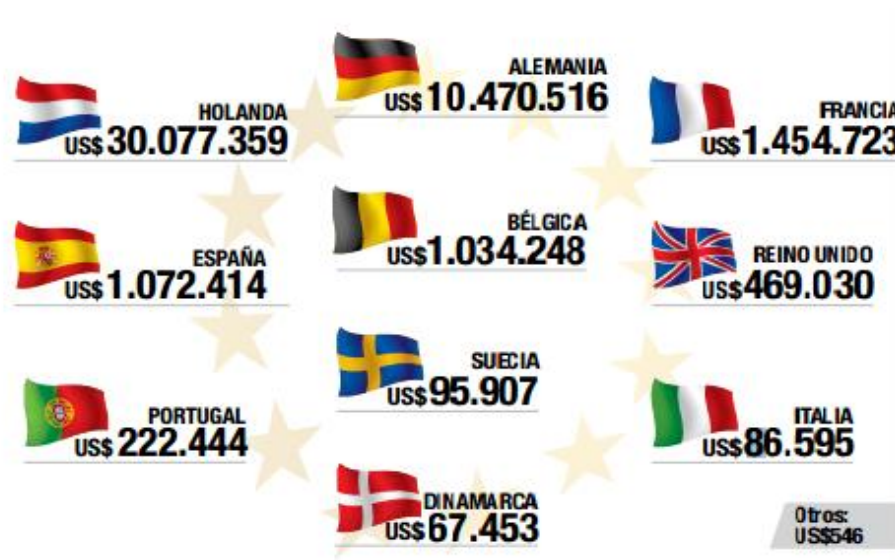
Los principales mercados de destino de las frutas exóticas colombianas son: Países Bajos, Alemania, Francia, con la apertura de estos mercados se ha logrado la posibilidad de la diversificación de mercados en diferentes latitudes valorando la experiencia presentada, por ejemplo: la pitahaya registra ya a Hong Kong, Indonesia y Singapur como países de destino.

²⁵ Portafolio.co (2013). Colombia lleva frutas y hiervas exóticas a feria en Alemania, disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/exportaciones-frutas-colombianas-europa>

²⁶ Legiscomex.com, Inteligencia de Mercados – Exportación de Frutas Exóticas Colombianas (2013), disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/exportacionesestudio-frutas-exoticas.pdf>

²⁷ Ibíd. PP.- 3

Grafico 4. Montos de importación por países miembros de la UE



Fuente: Acuerdo comercial con la Unión Europea

La UE impone una serie de reglamentos fitosanitarios a la fruta colombiana para permitir el ingreso a su suelo tales como:

- **Certificado Global GAP**

Es una certificación disponible para 3 tipos o ámbitos de producción: ganadera, agrícola y acuicultura (GAP). Está conformado por una serie de 16 normas cuya labor es promover el compromiso de las buenas prácticas agrícolas, con ella pueden demostrar que cumplen con los requisitos de calidad y seguridad, y que se han elaborado siguiendo criterios de sostenibilidad, respetando la seguridad, higiene y bienestar de los trabajadores, el medio ambiente y teniendo en cuenta el respeto por los animales. Sin esta garantía los productos pueden ver obstaculizado su acceso al mercado.

Dentro de sus principales ventajas podemos encontrar:

- ✓ Demuestra a los clientes (distribuidores, intermediarios, importadores) que los productos se elaboran siguiendo las buenas prácticas agrícolas.
- ✓ Inspira confianza al consumidor.
- ✓ Garantiza el acceso a los mercados.
- ✓ Mejora la eficacia operativa y la competitividad en el mercado.
- ✓ Implanta procesos que promueven la mejora continua.

- ✓ Reduce el número de inspecciones realizadas por segundas partes en las explotaciones agrarias, puesto que la mayoría de los distribuidores reconocen este esquema.²⁸

- **Fair Trade**

Fairtrade- comercio justo es una certificación de producto, es un sello de garantía que funciona como un distintivo positivo ofreciendo al consumidor seguridad acerca de los valores éticos del producto. Con este sello se asegura que los productos han sido producidos en condiciones de trabajo dignas y comprados a un precio justo que apoya el desarrollo sostenible de la organización que se encarga de producir.

Esta es un tipo de certificación internacional lo que quiere decir que abrirá mercados en más o menos 58 países ubicados en los diferentes continentes. En los países de la UE la certificación cuenta con un alto nivel de notoriedad, constituyendo un signo de valor agregado percibido por hasta más del 50% de los consumidores (por ejemplo en Gran Bretaña, Francia y Suiza).

Dentro de sus principales ventajas podemos encontrar:

- ✓ El producto será reconocido como socialmente responsable.
- ✓ El tener esta certificación le abrirá al producto oportunidades de mercado a nivel mundial.
- ✓ Es un renacimiento a las prácticas responsables y respetuosas con el medio ambiente.
- ✓ De esta manera se apoya el desarrollo en los países productores con cuenten con esta certificación.
- ✓ Se abre un canal de vigilancia continua que abre una posibilidad de mejora en las condiciones laborales de los empleados de los productores.²⁹

Los mercados de la UE cuentan tambien con otro tipo de certificaciones internacionales que van orientadas a las buenas practicas agricolas, anteriormente solo se caracterizaron las mas comunes, pero en el siguiente grafico se muestran las mas utilizadas, según el grueso del texto que contiene el acuerdo comercial entre la UE y Colombia.

Grafico 6. Certificaciones internacionales requeridas por la Unión Europea



Fuente: acuerdo comercial con la Unión Europea

²⁸ BUREA VERITAS, CERTIFICACIÓN GLOBAL GAP. Disponible en: www.bureauveritas.com.mx/services+sheet/service_sheet_14781

²⁹ FAIRTRADE IBERICA, CERTIFICACIÓN COMERCIO JUSTO. Disponible en: <http://www.sellocomerciojusto.org/es/empresas/queesfairtrade.html>

Aparte de las ya mencionadas dos certificaciones, los productos deben cumplir con los demás requisitos exigidos por la Comisión Europea:

- ✓ Regulaciones sobre la higiene en productos alimenticios a través de todas y cada una de las fases de cadena de producción y la implementación de los procedimientos que tienen como base los principios HACCP³⁰.
- ✓ Cumplir con los requisitos generales para la importación de alimentos de la UE y la ley general de alimentos.
- ✓ Cumplir las regulaciones relacionadas con niveles máximos de residuos, contaminantes y pesticidas; contaminación microbiológica y radioactiva.
- ✓ Normas internacionales para la comercialización de frutas frescas.

El cumplimiento con dichas normas garantiza la fluidez de la negociación entre nuestro país y este ya mencionado.

2.2.2. Estados unidos

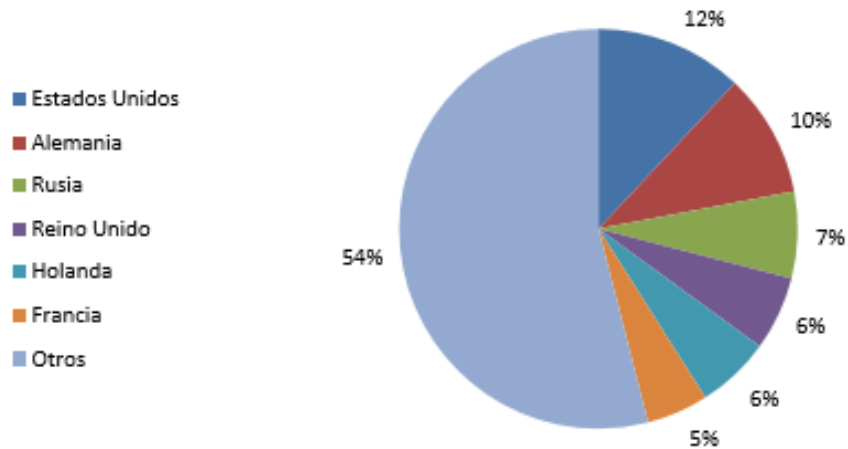
El mercado estadounidense es también uno de los principales compradores de frutas y frutas exóticas debido a que suple la demanda interna del país y es un canal de tránsito de fruta hacia otros países, comprando en el exterior para enviar a otros mercados.

La cercanía con México ha generado en el mercado estadounidense la familiarización con algunas frutas exóticas de uso común en México como el aguacate, que ya ha logrado posicionarse en el mercado como ya presenta una gran demanda, lo que le facilita a los demás países productores de frutas exóticas como Colombia una apertura más amigable de mercado por la demanda gustativa que estas representan. El aumento significativo anual de pobladores en EEUU sirve también como oportunidad de mercado para los productores colombianos debido a que esto se configura como un aumento anual de la demanda de productos agrícolas, esto lo podemos confirmar con declaraciones de la USDA que aseguraban que: se espera una mayor importación de frutas frescas, dado que las compras pasaran de US\$8.300 millones a US\$9.000 al hacer el corte hacia el mes de agosto de ese mismo año, este aumento también se verá reflejado en frutas procesadas, jugos de fruta y derivados de estas³¹.

Grafico 6. Principales importadores mundiales de frutas

³⁰ Los principios HACCP son una serie de principios que sirven para la identificación de riesgos y peligros, la valoración de la gravedad y probabilidad de aparición problemas con la higiene de los productos ingresados al mercado europeo.

³¹Revista DINERO. EEUU AUMENTARA IMPORTACIONES DEL AGRO. Disponible en:
<http://www.dinero.com/internacional/articulo/importaciones-agricolas-estados-unidos/191108>



Fuente: Trademap, cálculos Proexport

Aunque la mayoría de los productos pueden ingresar de manera libre al mercados estadounidense, deben cumplirse ciertos procedimientos para asegurar que todos los productos cumplan con las exigentes estándares puestos por el gobierno, los productos agrícolas están sujetos a las normas de la FDA³², en el 2012, como respuesta a los atentados del 11 de septiembre, la ley de Seguridad de la Salud Pública y del Estado y de la Respuesta al bioterrorismo, esta ley exige que la FDA reciba toda la información necesaria de los alimentos previos a la importación de los mismos. Todos los alimentos y bebidas tanto para el consumo humano, como de animales, están restringidos a este tipo de normas.

- **FDA**

La Food and Drug Administration FDA es responsable de:

- ✓ Proteger la salud pública mediante la regulación de los medicamentos de uso humanos y veterinario, vacunas y otros productos biológicos, dispositivos médicos, el abastecimiento de alimentos, los cosméticos, los suplementos dietéticos y los productos que emiten radiaciones.
- ✓ Favorecer la salud pública mediante el fomento de las innovaciones de productos.
- ✓ Proveer al público la información necesaria, exacta, con base científica, que le permita utilizar medicamentos y alimentos para mejorar su salud.

Las normas de la FDA rigen en los 50 estado de Estados Unidos, el distrito de Columbia, Puerto Rico, Guama, las islas Vírgenes, Samoa Americana y otros territorios y posesiones de los Estados Unidos. Debe obtener el registro de la FDA todo propietario, operador o agente a cargo de instalaciones en estados unidos o en el exterior que manufacture o procese, empaque o retenga alimentos para consumo animal o humano.

Requisitos básicos de la FDA:

- ✓ Deben ser productos INOCUOS

³² Organismos que fija los niveles de calidad de los productos alimentarios y farmacéuticos.

- ✓ Deben ser productos libre de Contaminación: microbiana, química, suciedad, etc.
- ✓ Deben ser producidos bajo buenas prácticas de agricultura [21 code of federal regulation (CFR), Parte 110]
- ✓ Deben cumplir con las reglas y procedimientos administrativos requeridos (ejemplo: registro, aviso previo etc.)
- ✓ Deben estar etiquetados apropiadamente [21 CFR101]

Dentro de las principales ventajas en tener todos los registro de la FDA podemos citar la garantía de movilidad de los productos, y que la FDA es una organización con reconocimiento mundial, de hecho sirve para fijar estándares internacionales por lo que no solamente se abrirá el mercado estadounidense sino mercados a nivel mundial³³.

- **USDA**

La United States Department Of Agriculture- National Organic Program standard es la entidad encargada de dar la certificación orgánica para productos agrícolas, pecuarios y de recolección silvestre bajo las normas USDA NOP para el mercado Estadounidense, los productos se deben caracterizar por garantizar la limpieza de los mismos como mejorar la fertilidad del suelo, no usar ni producir productos químicos como pesticidas o fertilizantes de nitrógeno artificiales, para así asegurar el bienestar del medio ambiente, de trabajadores y animales. Este certificado es necesario para clientes que deseen exportar su producción orgánica a los Estados Unidos, incluso aunque tenga certificados de otros países.

2.2.3. Canadá

El mercado canadiense es uno de los más dinámicos y con más miras al desarrollo, actualmente es una potencia económica y política y tiene uno de los más altos estándares a nivel mundial. La estable atmosfera política hace que se genere un crecimiento económico de forma constante la presencia de mano de obra altamente calificada hace que se dé una atmosfera amigable tanto para las grandes como las pequeñas empresas.

La infraestructura canadiense se caracteriza por la interconexión con el territorio estadounidense como puente para el ingreso de mercancías. La variada gama de posibilidades a través de conexiones terrestres, férreas, fluviales y áreas desde los principales puertos, estaciones y aeropuertos, junto con una excelente infraestructura de transporte con 1.042.300 km. De carreteras y 48.068 km. De redes ferroviarias, permiten el acceso de productos a su territorio, sin ninguna dificultad. La red viaria más larga es la autopista Transcanadiense, con 8.000 km. Que cruza el país de norte a sur.³⁴ El principal socio comercial de Canadá es Estados Unidos, con quien desarrolla cerca del 75% de su comercio exterior. Seguido de estados unidos se encuentra Japón, el Reino Unido, Alemania, Taiwán y Francia.

³³ FDA, disponible en: <https://www.fda.gov>

³⁴ PROCOLOMBIA. PERFIL DE LOGISTICA DESDE COLOMBIA HACIA CANADÁ. Disponible en: www.procolombia.co

En el primer semestre de 2016, se exportaron a Canadá 628.465 toneladas que correspondieron a US\$ 179,63 millones, el mayor volumen de carga se transportó vía marítima, representando el 99,10% del total de productos exportado (cifra general).

Tendencias de consumo que hacen favorables el comercio de las frutas exóticas dentro del territorio Canadiense:

- Son productos saludables
- Tasa de crecimiento bajas
- Frutas orgánicas
- Frutas exóticas serán más comunes por el crecimiento de la población asiática
- Productos en presentaciones individuales.
- Los elevados costos de cuidado en salud, una población que está envejeciendo y la preocupación por el constante incremento de la obesidad a nivel nacional.
- Productos con mayores nutrientes y beneficios para la salud.³⁵

En lo que refiere a frutas exóticas los supermercados compran generalmente a importadores, mayoristas, distribuidores, solo cuando la cantidad de la fruta es considerable se establecen programas de compras e importan directamente.³⁶

De acuerdo con el reporte *The commercial constraints on fruits and vegetables de food and agricultura organization of the United Nations*³⁷ las principales limitaciones para la importación de frutas y vegetales en el mercado canadiense son:

- las exportaciones frutícolas colombianas se han visto, en cierta medida, limitadas por las dificultades de transporte que se agudizan si consideramos que la mayoría de las exportaciones se realizan vía marítima y que este tipo de transporte no supe las necesidades del mercado internacional así lo vislumbra el gobierno canadiense: Por lo tanto, los buques que arriban de Canadá con leguminosas y cereales no pueden devolverse cargados de frutas y hortalizas que requieren un transporte refrigerado y mucho más especializado, hecho éste que encarece notablemente los fletes. En el módulo de transporte se encuentra un resumen de la oferta actual de transporte desde Colombia hacia Canadá.³⁸
- Los diferentes países pueden incrementar su competitividad y su participación en el comercio internacional de frutas y vegetales ofreciendo productos de mayor calidad a menor precio gracias a las innovaciones tecnológicas.

³⁵ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [En línea] Oportunidades en Tiempos de Diversificación. Disponible en Internet en: http://www.proexport.com.co/sites/default/files/agro_norteamerica_2.pdf
Consultado en: Mayo de 2012

³⁶ Porras, Ávila, German, Augusto. ANÁLISIS SECTORIAL, DE LAS CONDICIONES DE ENTRADA, DE LA DEMANDA Y LA ESTRUCTURA DE LA RIVALIDAD DE LAS EXPORTACIONES DE PITAHAYA Y MARACUYA COLOMBIANAS EN EL MERCADO CANADIENSE, EN EL MARCO DEL TLC COLOMBIA- CANADÁ. Pontificia Universidad Javeriana. 2012. PP.- 36.

³⁷ Disponible en: www.fao.org/docrep/005/y4358e/y4358e00.html

³⁸ Manual exportador de frutas, hortalizas y tubérculos. Disponible en: <http://interletras.com/manualcci/Canada/canada08.html>

3. ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES EN COLOMBIA

Un acuerdo comercial es un producto que se pacta entre dos o más países con el fin de acordar concesiones en relación a ciertos preferentes arancelarios de carácter mutuo en donde también se negocia la reducción de barreras no arancelarias para la comercialización de bienes y servicios; por lo general, estos acuerdos tienen un plazo no definido, permanecen vigentes a lo largo del tiempo después de haber entrado en rigor.³⁹

Tras estos acuerdos comerciales se crean unas dinámicas de integración económica entre los países que abre la posibilidad de incorporar temas que van asociados con la propiedad intelectual, políticas de competencia, normatividad comercial, servicios financieros, disposiciones medioambientales, entre otros aspectos.

Actualmente Colombia cuenta con 13 resoluciones de acuerdos comerciales que se encuentran en rigor, algunos de estos proporcionan facilidades de comercio que representan amplias oportunidades para que las frutas exóticas colombianas colonicen nuevos mercados.

A continuación se describirán algunos de los más representativos para el mercado colombiano:

3.1. Tratado de libre comercio COLOMBIA-MEXICO

Inicia con el llamado Grupo de los tres (G-3), entre Colombia, Estados Unidos Mexicanos y Venezuela, sin embargo en el año 2006 Venezuela abandonó las negociaciones, por lo que finalmente el TLC será ejecutado por Colombia y México. Entro en rigor en el año 2011 luego de la suscripción de un protocolo modificadorio que cubre: el acceso a mercados, las reglas y el certificado de origen.

El 97% de los productos de exportación han quedado libres de aranceles y se definió a través de una lista de productos de exportación llamados "sensibles".

Situación de comercio exterior México- Colombia

- desde la entrada en vigor del acuerdo TLC México- Colombia, las exportaciones se han multiplicado por doce, al pasar de 306 a 3.757 millones de dólares en un crecimiento del 1.100%.
- las importaciones de México originarias de Colombia se multiplicaron por 6,5 veces, al pasar de 121 a 795 millones de dólares. (aumentando en un 550%)
- los principales productos de exportación son: insecticidas, polímeros de propileno, ropa, cosméticos, medicamentos y minerales de cobre.

3.2. Tratado de libre comercio Colombia- Estados Unidos

³⁹ Gaillard, J.P., "La imagen de los frutos exóticos para los consumidores y resumen del mercado", en: Zuan g, H., et. al, Nuevas especies frutales. Ed. Mundi Prensa , 1989, pp. 13- 17

El TLC con los estados unidos fue firmado en el año 2006 y entro en vigor para el año 2010, busca ser un generador de oportunidades para los colombianos, sin excepción, pues contribuye a la creación de empleos y a la mejora del desempeño de la economía nacional. Principalmente beneficia a los sectores exportadores por que podrán vender sus productos y servicios, en condiciones muy favorables en el mercado estadounidense, lo que también generara una política de constante desarrollo y el incentivo a los productores nacionales.

Dentro de las negociaciones de mercados considerados “normales” se incluyó el acceso a mercados industriales y agrícolas, su busca potencializar la inversión extranjera para la dinamización del mercado⁴⁰.

Dentro de los principales beneficiados con la suscripción de este tratado están los empresarios y exportadores de ambos países ya que podrán vender más productos sin pagar los impuestos de entrada que antes exigían, y por el otro podrán comprar maquinaria no producida en el país o materias primas sin pagar arancel. Aunque es un tema que tiene muchos detractores dentro de los principales beneficios se señalan:

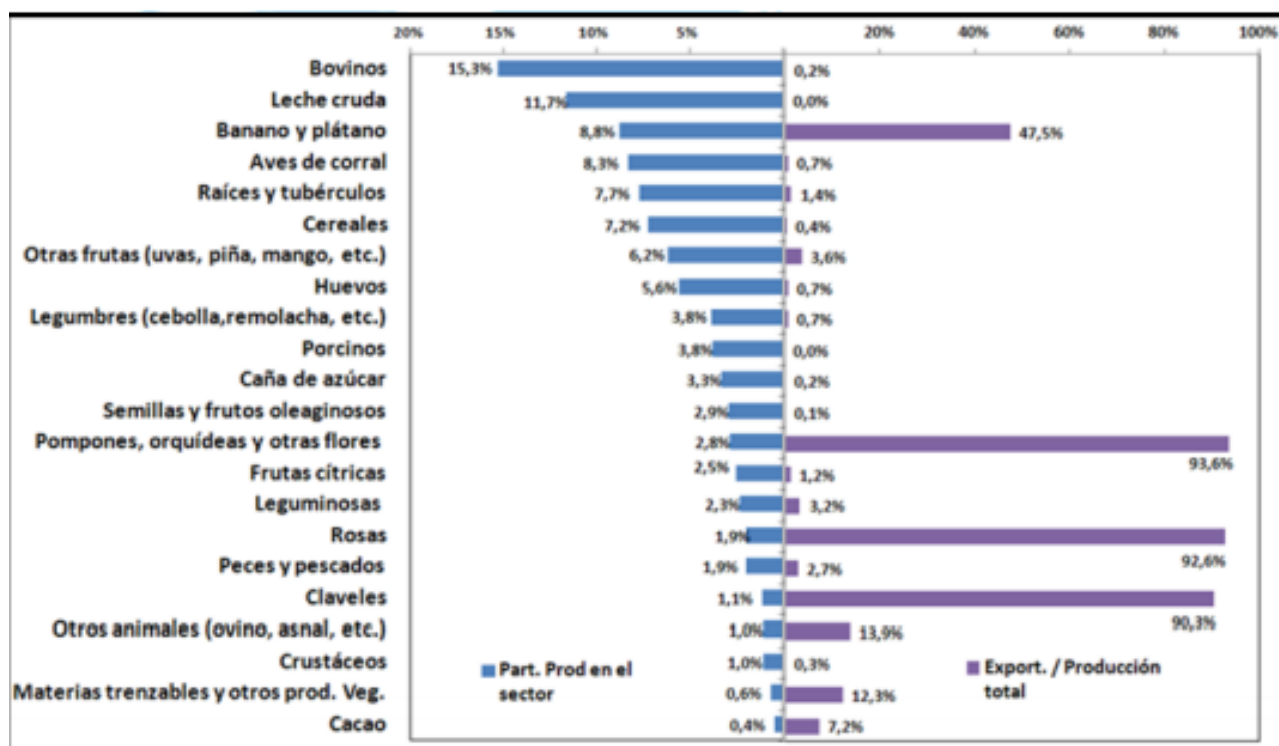
- Apertura para empresas actuales y potenciales del área industrial de mercado.
- Estabilidad jurídica y foco de inversión para empresarios de la región y del mundo, lo que incentivaría la inversión extranjera en Colombia.
- Empuje del crecimiento económico del país en el intercambio de bienes y servicios.
- Aumento del volumen de exportaciones e importaciones, calculando por el DNP en un 6,44 y 11,92%, respectivamente, con una tendencia en 10 años de que las exportaciones superen importaciones totales.
- Mejoramiento de la imagen internacional de mercados colombianos.
- Mejoramiento en el control de la biopiratería para la protección de la biodiversidad.
- Accesos a capacitación, asistencia técnica y transferencia tecnológica en el marco de los proyectos de cooperación internacional acordados en TLC.
- Posibilidades de intercambio de profesionales colombianos para la prestación de servicios es Estados Unidos

En el área agropecuaria los rubros con potencialidades de exportación en el marco del TLC son las frutas tropicales, verduras y hortalizas, palma aceitera, cacao, yuca y café, entre otros; siendo necesario fortalecer los sectores del arroz, productos avícolas, ganadería y sus derivados. La exigencia del mercado americano del colombiano es principalmente de productos exóticos y con un grado de valor agregado, hecho que requiere que se innove y fortalezca la agroindustrial nacional. Ya en el Valle del Cauca se ha comenzado la exportación de derivados de guayaba y otras frutas por la empresa Fruticol, S.A, (El País.com, 2014) con resultados altamente prometedores y motivadores para los empresarios del campo. La citada empresa, en el marco del TLC, ha

⁴⁰TRATADO DE LIBRE COMERCIO COLOMBIA- ESTADOS UNIDOS Disponible en:
http://www.tlc.gov.co/publicaciones/14853/acuerdo_de_promocion_comercial_entre_la_republica_de_colombia_y_estados_unidos_de_america

comenzado a incursionar en el mercado estadounidense con pulpa de frutas, harinas y bocadillos de guayaba⁴¹.

Grafico 7. Principales productos y vocación exportadora del segmento agropecuario.



Fuente: DANE: EAM, cálculos propios. Citada de la oficina para el aprovechamiento del TLC, 2012.

Dentro de los impactos negativos del TLC en el sector agropecuarios podemos decir que se ha generado una preocupación general sobre todo en el sector agropecuario quienes ven con incertidumbre la permanencia de los productores en el mercado debido a que son altamente exigentes, presentan mayores índices de productividad, niveles superiores de tecnología y mejores canales de comercialización de sus productos. La creciente entrada de productos agrícolas provenientes de estados unidos evidenciara el punto de preparación de los productores colombianos.

Podemos destacar también:

⁴¹ Revista Electrónica de la facultad de Derecho. Vol.1, Núm. 1. (2013), Universidad de Santander, UDES Cúcuta <http://service.udes.edu.co/revistas/index.php/Lex-UDS/index.html>

- Las pésimas condiciones de las vías de comunicación
- Escasa industrialización y tecnificación del sector agrícola
- Débiles capacidades educativas de los productores agropecuarios
- Altos costos en la producción local
- Bajos precios de los productos agrícolas nacionales
- Cadenas de almacenamiento en frío no adecuadas
- Inseguridad
- Alto costo de los insumos agrícolas en el país
- El 70% de los hogares campesinos (1,36 millones de hogares) serán afectados por una disminución del 16% de sus ingresos.
- En el Tratado se permitió que Estados Unidos continuara con la política de subsidios a la producción interna mientras que se le exigió a Colombia el desmonte del Sistema Andino de Franjas de Precios.
- Se estima una caída del 10,5% de la ganancia neta a los hogares campesinos de Colombia
- Reducción en los precios de los cultivos: arroz, cebada, maíz, sorgo, trigo, frijol, arveja y hortalizas, debido a la competencia con productos subsidiados y protegidos en Estados Unidos.
- Las hortalizas bajarían de precio un 15%, el frijol un 55% y la producción arrocería mermaría hasta en un 19%.
- El maíz, la soja y el trigo pueden tener un impacto negativo del 20% en el valor anual de la producción⁴².

3.3. Tratado de libre comercio Colombia- Canadá

Entró en vigencia el 15 de agosto de 2011 se constituye como una de las negociaciones más representativas para Colombia ya que este país norteamericano es el quinto importador más grande del planeta, tiene un ingreso per cápita 5 veces mayor al registrado por Colombia, Canadá es una de las naciones más ricas del mundo, su desempeño económico se fundamenta en el sector de los servicios con un 71%, seguido por la industria con un 26% y la agricultura con un 2%.

Grafico 10. Indicadores macroeconómicos en Canadá 2009- 2011

⁴² Núñez, Jesús. Carvajal, Julio, César. Y Bautista, Luis, Armando. EL TLC CON ESTADOS UNIDOS Y SU IMPACTO EN EL SECTOR AGROPECUARIO COLOMBIANO: entre esperanzas e incertidumbres. 2013. PP- 13

Indicador	2009	2010*	2011*
Población	33,7	34,0	34,3
PIB (USD millones)	1.336.418	1.568.147	1.631.229
PIB per cápita (USD en PPP)	38.040	39.400	40.380
Tasa de crecimiento real PIB (Var%)	-2,5%	3,5%	2,1%
Inflación (Var%)	0,3%	1,7%	1,9%
Tasa de desempleo	8,3%	7,9%	7,4%
Exportaciones (USD millones FOB)	312.711	421.877	446.517
Importaciones (USD millones FOB)	319.610	391.467	417.826

Fuente: Trademap. Economist Intelligence Unit (EIU)

Las importaciones en la última década reportan un crecimiento anual del 10,3%, ubicándose por encima de las exportaciones con un total de USD 319.610 millones. Los sectores de los que provinieron la mayor cantidad de productos fueron: vehículos, aparatos electrónicos y petróleo y derivados.

Con el Tratado se logró acceso libre de aranceles de manera inmediata para la oferta exportable actual y potencial agropecuaria colombiana: se consolidó libre acceso al mercado de Canadá para el 98% de las importaciones agrícolas provenientes de Colombia en:

- ✓ Café en grano y soluble
- ✓ Azúcar blanco: Colombia alcanzará libre acceso al mercado de Canadá mediante desgravación arancelaria lineal en 17 años.
- ✓ Flores, esquejes y follajes.
- ✓ Frutas y hortalizas: libre acceso para casi todas las líneas arancelarias, corresponde principalmente a piña, guanábana, papaya, mangos y fresas.
- ✓ Confitería, cacao y sus derivados: tiene un gran potencial.
- ✓ Productos alimenticios y preparaciones de frutas y hortalizas.
- ✓ Sector tabacalero.
- ✓ Etanol y licores: acceso inmediato con trato nacional a nivel de las provincias que tienen un importante potencial.⁴³

Dentro de los principales logros para el sector agrícola colombiano podemos contar:

- ✓ Acceso libre de aranceles de manera inmediata para el 97,6% de la oferta exportable actual y potencial agropecuaria colombiana.
- ✓ Se consolidaron las preferencias del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)⁴⁴, en especial para el café y azúcar crudo, confitería, tabaco, cacao y sus derivados.

⁴³ Tratado de libre comercio Colombia- Canadá. Disponible en: www.procolombia.co/noticias/abc-del-tlc-con-canada

- ✓ Se obtuvo amplia asimetría en las modalidades de desgravación a favor de Colombia debido a que se tuvo en cuenta el impacto sobre la producción colombiana sensible y se mantuvo el Sistema de Franja de Precios (SFP)⁴⁵ para productos específicos como carnes, lácteos, maíz, arroz, etc.
- ✓ Se estableció la eliminación de barreras arancelarias, restricciones cuantitativas y otras barreras no arancelarias para asegurar las condiciones de acceso real de la oferta agropecuaria colombiana.
- ✓ Se incorporó una salvaguardia especial agrícola para regular las importaciones de algunos productos sensibles del sector agropecuario: cerne de bovino y frijol.
- ✓ Se eliminó toda forma de subsidio a la exportación y cualquier posibilidad de reintroducción.

3.4. Acuerdo comercial con la Unión Europea

El acuerdo comercial entre Colombia y la Unión Europea fue firmado en la ciudad de Bruselas, Bélgica el 26 de junio del 2012, se inicia con una aplicación provisional del mismo en el año 2013. Colombia es el principal socio comercial de la UE en la comunidad andina y el quinto en América latina, para el año 2015 el comercio entre las dos partes alcanzó los 13.100 millones de euros. Para el mismo año las exportaciones agrícolas colombianas a la UE alcanzaron su cifra más alta totalizando unos 2.000 millones de euros, que comparando con cifras anteriores a la firma del tratado podemos decir que tuvo un aumento del 30%, esto como resultado de las preferencias arancelarias y la apertura de nuevos mercados.

El resultado de la negociación para Colombia en el ámbito agropecuario fue positivo, y el país alcanzó un equilibrio en lo negociado, ya que se logró obtener grandes ventajas para los productos colombianos, dentro de los beneficios podemos contar los siguientes:

- ✓ Azúcar: se contará con un libre arancel para 62.000 toneladas con un crecimiento anual del 3%.
- ✓ Productos con azúcar: Colombia contará con un contingente libre de arancel para 20.000 toneladas con un crecimiento de 3% anual.
- ✓ Etanol y biodiesel: libre de acceso inmediato.
- ✓ Flores: contarán con acceso libre de manera inmediata de manera permanente.
- ✓ Café: se logró libre arancel para el café tostado y para las preparaciones de café.
- ✓ Frutas y hortalizas: se benefician con acceso inmediato libre de aranceles en su gran mayoría.
- ✓ Tabaco: libre acceso sin aranceles durante los próximos 7 años.

⁴⁴ Sistema Generalizado de Preferencias es un instrumento de política comercial no recíproco que utilizan los países desarrollados como instrumento de fomento al desarrollo en países menos desarrollados. Consiste en la reducción o eliminación de aranceles para determinados productos

⁴⁵ El sistema de Franjas de Precios fue establecido mediante la Decisión 371 Sistema Andino de Franjas de Precios de la Comunidad Andina del 26 de noviembre de 1994 y sus modificaciones.

- ✓ Lácteos: para este sector se logró, por parte de Colombia, una desgravación que atenderá las particularidades de dicha producción.

3.5. Otros mercados

Si ya bien se han mencionado los grandes mercados con los que Colombia ha suscrito acuerdos económicos que buscan beneficiar a los productores y exportadores colombianos, no podemos olvidar los mercados como Japón y China quienes son realmente promisorios por su aceptabilidad de nuevos sabores y su composición poblacional, con el primero ya se ha suscrito un acuerdo comercial que se inició formalmente en el año 2012 luego de que ambos países realizaran un estudio de mercado sobre la posibilidad de adelantar dicho proceso. El café colombiano y las flores son productos que ya han venido teniendo una amplia aceptación dentro del mercado japonés, los empresarios japoneses consideran que Colombia tiene un recurso humano excelente, lo cual se configura para Colombia como una amplia oportunidad de fortalecer la inversión extranjera directa que va de la mano con el desarrollo del sector empresarial. En este momento existen aproximadamente 80 compañías japonesas incluyendo sucursales, oficinas de representación, oficinas colombo- japonés de firmas comercializadoras, compañías manufactureras, compañías de maquinarias y equipos, compañías de servicios financieros etc. Esta cooperación comercial sumada a las condiciones geográficas de la isla posibilita que la amplia oferta de frutas tradicionales y exóticas se profile como un producto promisorio para el mercado asiático.⁴⁶

4. OPORTUNIDADES DE MERCADO PARA LA UCHUVA Y FEIJOA

Las frutas exóticas por lo expuesto hasta este punto se configura como uno de los mercados más promisorios, entre las frutas exóticas más populares de Colombia se encuentran la Uchuva, el maracuyá, el tomate de árbol, el mango, la granadilla, la pitahaya, la feijoa, el arándano entre otras, según el PFN la demanda mundial de fruta presenta una demanda de tendencia creciente, según este mismo documento a pesar de la creciente importancia que el sector frutícola ha venido adquiriendo, los indicadores de desarrollo del sector parecen estar estancados en relación a el potencial exportador que tiene el país lo que aumenta el riesgo de que muchos de los productos que cuentan con un inmenso potencial queden por fuera del mercado, por lo anterior en este mismo documento se trazan una metas a las que se piensa llegar para el año 2025 para generar que el sector fruticultor alcance el nivel competitivo requerido, dentro de los retos para el sector exportador de frutas están:

- ✓ Capacidad para innovar
- ✓ Capacidad para identificar oferta exportable
- ✓ Capacidad de identificar nuevos clientes y tipos de consumidores
- ✓ Capacidad para desarrollar productos exportables
- ✓ Capacidad para identificar, desarrollar y potenciar mercados

⁴⁶ Embajada de Japón en Colombia. Acuerdo de cooperación comercial Colombia-Japón, disponible en: <http://www.colombia.emb-japan.go.jp/ESP/bilateral/comercial.htm>

- ✓ Capacidad para lograr un aprovechamiento sustentable en la oferta natural
- ✓ Capacidad para garantizar la calidad de productos y procesos
- ✓ Capacidad para desarrollar y adaptar tecnologías
- ✓ Capacidad para asociarse y trabajar local y regionalmente
- ✓ Capacidad para interactuar con los restantes actores de la cadena productiva
- ✓ Capacidad para desarrollar una gestión afectiva de las unidades de producción
- ✓ Capacidad para un manejo sostenible en finca
- ✓ Capacidad para ser flexible productivamente
- ✓ Capacidad para identificar el potencial natural de las regiones⁴⁷

Dentro de esta dinámica de mejora y constante búsqueda de mercados, las frutas exóticas se sitúan en un renglón privilegiado gracias a las múltiples ventajas que se pueden sacar tanto de la fruta fresca como de los diversos productos que se pueden generar en la pos cosecha.

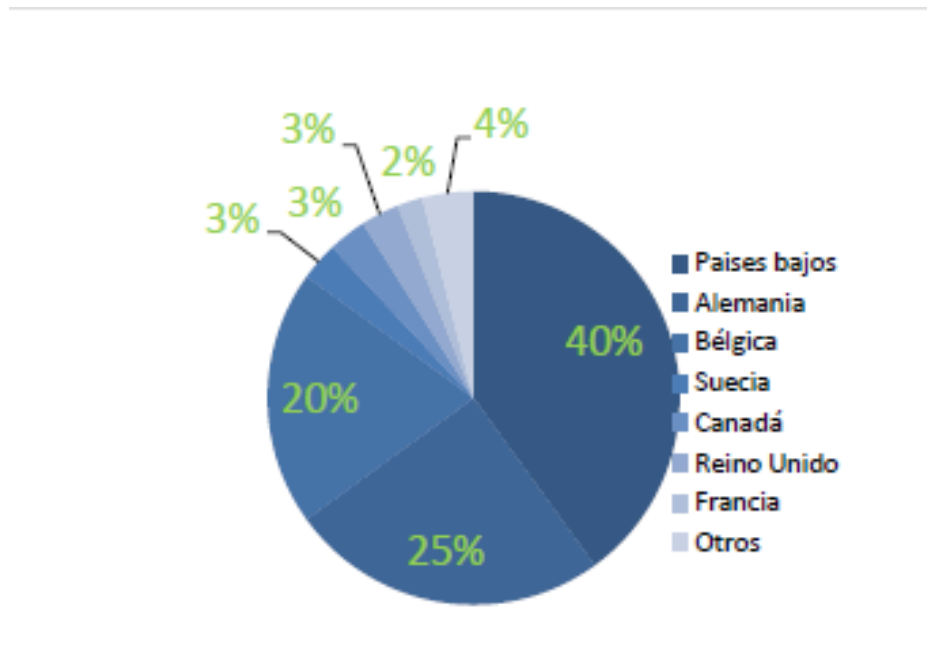
4.1. Oportunidades para el mercado de uchuva

La uchuva es un caso excepcional ya que siendo una fruta exótica ya cuenta con un posicionamiento en el mercado y es conocida en varios países a nivel mundial, como lo afirma el siguiente artículo encontrado en el balance final de proexport: de hecho Colombia es el noveno proveedor de frutas exóticas del mundo. Sus exportaciones han presentado en los últimos tres años un crecimiento principalmente en uchuva, tomate de árbol, tamarindo y granadilla. Los principales destinos de las exportaciones de estos productos son: Países Bajos, Alemania, Bélgica. Pero según las estadísticas, entre las líneas productivas más destacadas en las ventas al exterior se encuentran: plátano, bananito bocadillo, los demás frutos preparados, naranja y uchuva⁴⁸.

Grafico 9. Principales países compradores de Uchuva en el mundo

⁴⁷ Legiscomex.com, Inteligencia de Mercados – Exportación de Frutas Exóticas Colombianas (2013), disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/exportacionesestudio-frutas-exoticas.pdf>

⁴⁸ Balance Colombia en el mercado internacional, disponible en: Proexport.com



Fuente: DANE- cálculos legiscomex.com

Como se puede observar en la gráfica el principal mercado de la uchuva son los Países Bajos, donde la uchuva es comercializada principalmente como fruta fresca, en donde las principales temporadas de oferta se dan en los meses de marzo, abril, noviembre y diciembre. La popularización del cultivo de la uchuva como comercial se da en los años ochenta, sin embargo en Colombia la siembra de la uchuva no ha sido la más óptima debido a que el manejo del cultivo en muchas zonas del país se sigue haciendo de manera silvestre, el ingreso a la comercialización de la misma implica una mayor experiencia y preparación de los cultivos. Con respecto a los comerciantes, en nuestro país se producen de dos tipos: el productor pequeño que vende la fruta durante los meses de alta demanda a intermediarios o exportadores y en los meses de baja demanda tiene grandes dificultades para la comercialización de la misma, y el empresario, que presenta mayor preparación y permanencia contractual de compras de exportación y que de esta forma garantiza la venta de la uchuva durante todo el año a un precio previamente pactado.

En Colombia los costos de producción de la uchuva varían dependiendo el aparato tecnológico y los métodos que se aplican dentro del proceso, dado esto algunos de los agricultores adoptan medidas primitivas y espontaneas para sus procesos de producción, mientras que otros contratan comercializadoras exportadoras que cuentan con asistencia técnica sin costo para el agricultor y garantizan la compra en el mercado a precios establecidos. El mayor costo de producción se refleja en la mano de obra no calificada, en labores de recolección, control sanitario y comercialización, este costo representa aproximadamente el 46,8% aproximadamente.

En cuanto a las principales formas de consumo y exportación de la uchuva podemos encontrar:

- Fruto fresco: de esta manera se consume la fruta entera en ensaladas, cocteles, en jugos, salsas, pasteles, helados y adicionalmente sirve como decoración en los platos gourmet.

- Fruta procesada: se elabora pulpa, néctar, mermelada, fruta deshidratada y conservas en almíbar.
- Otros: la planta de la uchuva contiene esteroides que actúan como repelente contra varios coleópteros, sin embargo esta propiedad no está certificada científicamente
- Fruta congelada (no recomendado para pequeños productores).

En las siguientes imágenes podemos identificar algunas de las presentaciones dadas a la uchuva para exportar: 1. Salsa para la mesa, 2. Mermelada, 3. Fruta deshidratada, 4. cubierta de chocolate.



1.



2.



3.

4.



Las normas de calidad para la exportación del producto varían de acuerdo al mercado destino y las exigencias marcadas por las tendencias del consumidor. La calidad de la uchuva se rige a través de la norma técnica colombiana NTC 4580 de 1999, en el cual se establecen los requisitos para la uchuva ya sea para ser comercializada como fruta fresca o como materia prima para su procesamiento, podemos destacar dentro de la norma los siguientes ítems:

- ✓ Frutos libres de humedad externa anormal.
- ✓ Frutas exentas de cualquier olor, sabor y/o materiales extraños.
- ✓ Con o sin capacho.
- ✓ Para la exportación, se presentan empaque con dimensiones de 40 cm X 30 cm o 50 cm X 30 como submúltiplos e 12 cm X 80 cm.
- ✓ El envase debe ser homogéneo y estar constituido por uchuvras del mismo origen, variedad, categoría, color y calibre.
- ✓ Los materiales utilizados den ser nuevos, limpios y no ocasionar ningún tipo de alteración al producto.
- ✓ Por último se permite la utilización de materiales, papeles o sellos, siempre y cuando estos no contengan materiales tóxicos⁴⁹.

El rotulo de la envoltura debe tener la siguiente información:

1. Identificación del producto: Nombre del exportador, envasador y/o expedidor, código (si existe admitido o aceptado oficialmente).
2. Naturaleza del producto: Nombre del producto, nombre de la variedad.
3. Origen del producto: país de origen y región productora, fecha de empaque.
4. Características comerciales: categoría, calibre, número de frutos, peso neto.
5. Simbología que indique el correcto manejo del producto.

Existe otra norma por la cual lo productores, exportadores de uchuva del país se rigen y es la ICA No 3180 de 2009. Para el empaque y el embalaje de frutas, hortalizas y tubérculos frescos, se establece la norma técnica colombiana NTC 4580.

Grafico 10. Resumen de Norma NTC 4580

⁴⁹ Andrea, Leonor, Torres, Muñoz. El mercado de la uchuva en Colombia y sus proyecciones para la penetración y comercialización en el mercado de los estados unidos. 2012. Pp.- 23

Color	Aspecto externo del fruto	°Bx mínimo	% de ácido cítrico máximo	Índice de Madurez (°Bx/% ácido)
Cero	Fruto fisiológicamente desarrollado, color verde oscuro	9,4	2,69	3,5
Uno	Fruto de color verde un poco más claro	11,4	2,7	4,2
Dos	El color verde se mantiene en la zona cercana al cáliz y hacia el centro del fruto aparecen unas tonalidades anaranjadas	13,2	2,56	5,2
Tres	Fruto de color anaranjado claro con visos verdes hacia la zona del cáliz	14,1	2,34	6
Cuatro	Fruto de color anaranjado claro	14,5	2,03	7,1
Cinco	Fruto de color anaranjado	14,8	1,83	8,1
Seis	Fruto de color anaranjado intenso	15,1	1,68	9

Fuente: Norma NTC 4580

De acuerdo con Proexport, las frutas exóticas como la uchuva producida en el país representan el 45,8% de las exportaciones de Latinoamérica al mundo.

Dentro de las oportunidades de mercado de la uchuva podemos decir que con la puesta en marcha del tratado de libre comercio por Estados Unidos por ejemplo se lograron preferencias arancelarias y esto hace que se aumenten las posibilidades de exportación hasta este mercado, las principales condiciones de acceso al mercado se representan en el cumplimiento de la normatividad prevista y presentar productos libres de químicos. En el caso de la Unión Europea la uchuva ya cuenta con un mercado fijo y la mayor cantidad de presentaciones ofertadas en el mercado, llegando a más o menos 25 países, actualmente la uchuva hace parte del surtido permanente de los supermercados alemanes.

También en mercados orientales tras los suscritos acuerdos económicos se han abierto posibilidades para la colonización de nuevos mercados. La búsqueda constante de Nuevos mercados por parte del gobierno colombiano, lo llevo a negociar con China quien inicialmente acepta la firma de un acuerdo de cooperación económica para el cual permite la entrada de productos libres de aranceles, dentro de estos se contempló la Uchuva quien parece un sustituto perfecto para los denominados “frutos secos”, por lo que inicialmente la presentación aceptada es de forma deshidratada y lista para el consumo, sin embargo esto representa un buen inicio para la comercialización de la uchuva en el mercado asiático.

Por su parte en el mercado canadiense se perfilan como mercados potenciales el de Montreal y el de Toronto ya que estos han empezado a recibir frutas exóticas en forma de pulpa en pequeñas cantidades de manera exploratoria, aunque el factor que más ha influenciado en la apertura de mercado es la logística de transporte.

4.2. Oportunidades para el mercado de Feijoa

Aunque su mercado esta sientio recientemente explorado, la feijoa es considerada como uno de los cultivos más promisorios para la región andina colombiana, una de sus principales ventajas es la excelente adaptación en zonas que van desde los 1800 hasta los 2700 msnm, condición que es ampliamente favorable para la explotación biogeográfica colombiana.

En cuanto al ámbito comercial de la feijoa se destaca el procesamiento agroindustrial, además se estima que del total de la producción el 10% se comercializa internacionalmente y muy poca es vendida como fruta fresca y dentro del mercado nacional se comercializa la feijoa en fresco en cinco categorías:

1. Fruta selecta, superior a 81 gr (vendida a supermercados como fruta de primera y a exportadoras).
2. Fruta corriente, entre 61 gr y 80 gr (vendida a supermercados como fruta de primera y a exportadoras).
3. Fruta pequeña: entre 41 gr y 60 gr (vendida a supermercados como fruta de primera y a exportadoras).
4. Fruta 2p: entre 21gr y 40 gr (vendida a industria para alto rendimiento).
5. Fruta industrial: menor de 20 gr, con daños en la corteza y madura vendida a grandes industriales.

Uno de los principales problemas para la comercialización de la feijoa en fresco es el estado de maduración y la cadena de frio, ya que el fruto fresco tiene una duración aproximada de 12 días, en adecuadas condiciones de refrigeración el producto puede durar hasta 4 semanas, además de esto la feijoa es una fruta muy delicada por lo que debe tener una mínima manipulación ya que el fruto tiende a negrearse, por esta razón los productores están en constante búsqueda de nuevas estrategias de almacenamiento para evitar al máximo la perdida de producción por maltrato mecánico.

Mediante la aplicación de varias técnicas apropiadas de transformación y conservación se pueden obtener productos derivados de feijoa cuyo tiempo de estabilidad alcanza a ser de varias semanas o aun meses. Estos procesos permiten dar valor agregado a la fruta y ampliar la diversidad de características de formulación y forma de consumo en la población⁵⁰.

De esta forma la feijoa puede ser transformada a los siguientes derivados para su comercialización:

- ✓ Pulpas
- ✓ Néctares
- ✓ Pulpas edulcoradas
- ✓ Refrescos

⁵⁰ Fischer, G., & Piedrahíta, W. (2015). *Avances en cultivo, poscosecha y exportacion de la Uchuva (physalis peruviana L.) en Colombia*. Bogotá DC: Universidad Nacional de Colombia.

- ✓ Salsas
- ✓ Mermelada y bocadillo
- ✓ Licores

A continuación podemos observar algunas de las presentaciones de los derivados obtenidos de la Feijoa: 1. Pulpa de fruta, 2. Feijoa en almíbar, 3. Torta saborizada, 4. Bocadillos, 5. arequipe, 6. Sabajon de feijoa.



1.



2.

3.



4.



5.



6.



Características de la feijoa tipo exportación

Para que un cultivar de feijoa sea considerado tipo exportación y este en un estado óptimo para su comercialización, deberá reunir las siguientes características:

En cuanto lo que refiere al fruto:

1. Tamaño grande y homogéneo
2. No ser excesivamente largos
3. Jugosos y carnosos
4. Con aromas típicos a feijoa
5. No ser ásperos

6. Piel lisa y con la coloración típica
7. Deber ser resistente a las temperaturas elevadas
8. Deben ser idóneos para la conservación en frío⁵¹

En lo que respecta a la planta podemos destacar que:

1. Desarrollo vegetativo regular dentro de los límites estándar de la especie
2. Plantas auto fértiles
3. Periodo de floración corto
4. Maduración precoz de los frutos para evitar heladas
5. Corta duración del periodo en el que los frutos de una misma alcancen la madurez comercial⁵²

En cuanto a las normas de calidad que rigen la comercialización de feijoa podemos encontrar que debido al bajo desarrollo de producción y bajo conocimiento por los consumidores, han obstaculizado el desarrollo de dichas normas, sin embargo se han logrado unas estandarizaciones por peso (anteriormente especificadas), en cuanto al empaque se rige por la norma técnica nacional en su resolución número 00336 de 2004 por la cual se adopta que establece los requisitos que deben cumplir los empaques y embalajes utilizados en la comercialización de frutas, hortalizas y tubérculos en Colombia.

A nivel internacional el principal proveedor de feijoa en el mundo es Nueva Zelanda, según datos del ministerio de agricultura de Nueva Zelanda para el año anterior contaba con un área plantada de feijoa de una extensión de 198 hectáreas con una producción anual de 950 toneladas, aunque existen otros productores como Israel, Italia, Francia, España y Estados Unidos.

Recientemente las exportaciones de feijoa a los Estados Unidos han enfrentado problemas fitosanitarios que niegan su entrada debido a las numerosas plagas que invaden la fruta.

Aunque la feijoa constituye para Colombia uno de los mercados más promisorios es difícil establecer la cantidad de fruta que ha sido exportada debido a que no cuenta con una partida arancelaria propia, sino es agrupada con las denominadas frutas exóticas, sin embargo gracias a los registros de la Corporación Colombia Internacional se pudo establecer que los “volúmenes son bastante pequeños ya que oscilan entre 100 y 300 kilogramos mensuales por empresa”⁵³.

Los principales destinos de las exportaciones colombianas de feijoa son los países europeos tales como Inglaterra, Alemania, Francia, Holanda y Bélgica, aunque también se han comenzado a explorar mercados regionales como el de Brasil y Canadá. El caso del mercado Estadounidense se ha configurado como un verdadero reto para los productores colombianos, ya que en estados como California y Luisiana se tienen pequeñas cantidades de feijoa sembradas. Por otro lado en los Estados Unidos solo es admitida cuando proviene de Nueva Zelanda, Chile y Bermuda, pero en el caso colombiano tiene acceso restringido por el problema de plagas anteriormente mencionado.

⁵¹ CACIOPPO, Ottavio la feijoa. Ediciones mundi-prensa. Madrid, 1988

⁵² *Ibíd.*, pp. 68

⁵³ Investigación de mercados, perfil de producto No 36, La feijoa, 2004 pp. 65

Según la corporación Colombia Internacional, la demanda internacional aumenta todos los fines de año, entre los meses de octubre y noviembre extendiendo su temporada hasta febrero. Allí es donde la producción de feijoa colombiana obtiene una ventaja de oportunidad frente a los países competidores como Nueva Zelanda, Chile, Estados Unidos e Italia ya que estos tienen un sistema climático de tipo estacional por lo que solo pueden producir por tiempos muy cortos, mientras que Colombia puede mantener una producción sostenida durante todo el año.

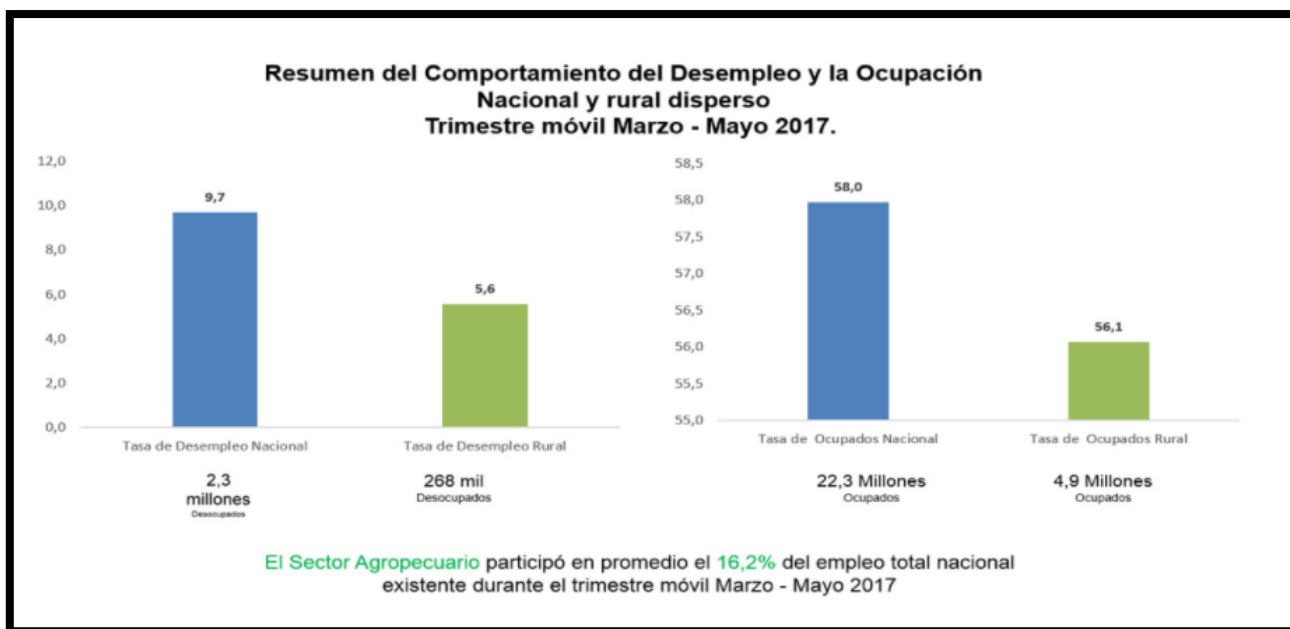
5. PRINCIPALES PROBLEMAS PARA LA EXPORTACION DE UCHUVA (*physalis peruviana*) Y FEIJOA (*acca sellowiana*)

Aunque la economía colombiana en las últimas décadas ha mostrado una tendencia al alza, siguen existiendo algunos factores que se consideran como un reto e incluso como una problemática para los agricultores interesados en exportar frutos exóticos emergentes en los diferentes mercados internacionales. A continuación se hará un breve balance de los principales factores:

1.1. DESEMPLEO EN EL SECTOR RURAL

De acuerdo a cifras del Ministerio de Agricultura Nacional para el año 2017 el sector rural fue el segundo en mostrar una disminución en las cifras de desempleo quedando configurado de la siguiente manera:

Gráfico 13. Desempleo rural 2017



Fuente: Ministerio de Agricultura Nacional⁵⁴

Las principales categorías de ocupación en el campo son de jornalero o peón y muchos trabajos sin remuneración denotando así que la mayoría de las ocupaciones son de índole familiar, entendiéndose ese “trabajo sin remuneración” las labores diarias que jalonan las familias campesinas en el desarrollo de sus propias parcelas. Pese a esto factores como la violencia en las zonas rurales y el programa de restitución de tierras hacen que invertir en el agro sea un negocio del todo por nada, igualmente los empleos en el sector rural son de forma temporal, ya que dependen directamente de las cosechas o del mantenimiento de los cultivos que muchas veces se alternan con prácticas como la ganadería o se desarrollan de forma rotativa lo que no garantiza que siempre tengan trabajo en el mismo lugar. Sumemos a esto que las nuevas generaciones no ven de manera rentable el dedicarse a oficios del campo por lo que optan por migrar hacia las ciudades con el fin de encontrar un trabajo más estable que garantice para ellos una remuneración mensual y los demás “beneficios” que con estos trabajos obtienen como las afiliaciones a seguridad social y la posibilidad de acceder a temporadas de vacaciones.

1.2. ESTANDARES INTERNACIONALES DE CALIDAD

⁵⁴ (Nacional, 2017)

Tras los últimos accesos a mercados internacionales dados por los recientes acuerdos económicos firmados, las principales agremiaciones de agricultores han llegado a la conclusión de que uno de los principales inconvenientes para la exportación de productos como las frutas exóticas, son los parámetros de calidad y bioseguridad que exigen estos mismos. Aunque se está avanzando a pasos agigantados con el cumplimiento de las normas fitosanitarias para la exportación, como en el caso del aguacate que ya cuenta con el aval para la exportación en masa hacia el mercado de la unión europea, sigue siendo muy difícil lograr agrupar grandes cantidades de producto como en el caso de las dos frutas en mención dado que muchos de los campesinos que se dedican a la producción de las mismas siguen teniendo unas prácticas agrícolas “tradicionales” lo que quiere decir que utilizan productos químicos en el proceso de producción, esto afecta que el resultado del producto no sea 100% orgánico que es lo que se busca en los mercados extranjeros.

A esto hizo mención el ministro de agricultura en una entrevista dada a la revista semana: “Se necesitan buenas prácticas agrícolas, que el productor tenga que dar al importador final la garantía de una fruta de calidad y sin residuos químicos”. Esto genera que la oferta hacia los mercados extranjeros disminuya ya que se tiene el miedo de no recibir un producto de excelente calidad, “No digo que sea bajo, sino que es importante que se mejore y que se cumplan estándares de exigencia del mercado europeo”.⁵⁵

1.3. ORGANIZACIÓN GREMIAL

Aunque no pareciese que sea un aspecto que inflencie el mercado si resulta ser un problema, las agremiaciones de productores agrícolas se encargan de simplificar procesos para los productores ya que adelantan trámites aduaneros y búsqueda de compradores potenciales para la producción, algunos sectores como el floricultor y el de la hierbas aromáticas deben en parte su éxito al trabajo conjunto de los productores sobre esto, el representante de Fresco Foods señala: *“el trabajo en conjunto en sectores como la flores y las hierbas los han llevado a ser líderes, pero que todavía en otros sectores como los productos tropicales falta intentar hacer una trabajo más en conjunto”*⁵⁶. Afirmar también que el número de exportaciones que todavía no alcanza las cifras esperadas por el gobierno nacional se debería a los trámites aduaneros que para pequeños productores resultan demasiado complejos y que este tipo de agrupaciones gremiales manejan de manera global.

5.4. COMPETIVIDAD

Como ya se había mencionado antes el potencial de producción frutícola colombiano es de los más altos y prometedores para el mercado agrícola del país, por características como la ubicación y geografía nacional, sin embargo Colombia entra tardíamente al mercado exportador de tropicales a pesar de que frutas como el banano se están exportando desde finales del siglo XIX, países como México y Brasil hacen su aparición en los mercados externos desde la segunda mitad del siglo XX en algunos casos por lo que su producto se vuelve más confiable para los compradores externos.

⁵⁵ (ESPECTADOR, 2017)

⁵⁶ (Equipo Técnico Plan Frutícola de Colombia PFN, 2006)

“Creo que el mayor reto que tienen es la competencia con otros países de más experiencia en el mercado europeo como los chilenos y brasileños, que llevan mucho tiempo exportando a la Unión Europea” señala nuevamente el Ministro de Agricultura.⁵⁷

Aunque en este punto Colombia presenta una ventaja sustancial respecto a la oferta ya que comparado con otros países americanos genera en sus campos una mayor variedad de frutas tropicales y exóticas.

5.5. ECONOMIA DEL SECTOR RURAL

El sector rural es históricamente uno de los sectores en donde más golpea el abandono estatal a pesar de ser la columna vertebral del desarrollo del país. Con los recientes acuerdos de paz y medidas como la restitución de tierras el gobierno nacional ha querido incentivar la inversión en dicho sector, facilitando igualmente el acceso a créditos productivos por parte del Banco Agrario y programas como Agro Ingreso Seguro que buscaban incentivar a los pequeños y medianos productores a lo largo del territorio nacional.

Sin embargo estas medidas resultan paliativas ya que para los pequeños productores el generar cosechas 100% orgánicas eleva los costos de producción y las medidas arancelarias vuelven el mercado exportador poco rentable para el campesinado colombiano, lo que los regresa a la producción de productos tradicionales que puedan comercializar fácilmente dentro del mercado nacional.

CONCLUSIONES

1. Las variaciones en los intereses exteriores del mercado y las generación de tendencias alimenticias como las ola low carb (dietas basadas en la ingesta de productos naturales como las frutas) ha representado para los exportadores colombianos un aumento en la demanda de frutas tradicionales y tropicales o exóticas las cuales por sus características

⁵⁷ (Nacional, 2017)

nutricionales se ajustan perfectamente a la demanda mundial que incrementa las posibilidades de mercado de los productores colombianos.

2. La Uchuva (*physalis peruviana*) y la Feijoa (*acca sellowiana*) por las características propias del cultivo en Colombia que se presenta de larga duración con un adecuado manejo agrícola que garantizaría una producción constante de fruta que representa para los agricultores una amplia posibilidad de abrir mercados exportadores en los diferentes países que suscriben acuerdos comerciales con el país ya que tendrían la capacidad de sostener la oferta en el mercado mientras la competencia para la producción por las condiciones climáticas.
3. Los acuerdos comerciales que se han venido ejecutando en la última década representan para los exportadores colombianos una amplia oportunidad de comercialización debido a las diferentes ventajas adquiridas a través de los acuerdos como la reducción o desaparición de los aranceles para exportar, al igual que se promovería una agricultura más limpia debido a las condiciones fitosanitarias que tienen que cumplir los productos en los mercados internacionales, los mercados de Canadá y la Unión Europea son los más promisorios para los exportadores de frutas exóticas colombianas debido a la alta demanda y el crecimiento poblacional que presentan, además los acuerdos comerciales ya suscritos con dichos países facilitan la movilidad y el transporte de los productos colombianos.
4. Existen múltiples campos en los que todavía se puede explorar mercados teniendo en cuenta las características propias de frutas como la uchuva y la feijoa, que por sus características antioxidantes y de composición nutricional podrían estar compitiendo a nivel internacional en campos como la cosmética y la medicina alternativa.

BIBLIOGRAFIA

Alfonso, J. M. (2015). *Factores determinantes que afectan la rentabilidad de las empresas exportadoras de frutas exóticas hacia Europa*. Bogota DC : Universidad Militar Nueva Granada .

- Ávila, G. A. (2012). *Análisis sectorial de las condiciones de entrada, de la demanda y la estructura de la rivalidad de las exportaciones de Pitahaya y Maracuyá colombianas en el mercado Canadiense, en el marco del TLC Colombia- Canadá*. Bogotá DC : Pontifica Universidad Javeriana .
- Ávila, G. A. (2012). *Análisis sectorial, de las condiciones de entrada, de la demanda y la estructura de la rivalidad de las exportaciones de Pitahaya y Maracuyá colombianas en el Mercado Canadiense*. Bogotá DC: Pontifica Universidad Javeriana .
- Burbano, G. A., & Díaz, E. (2015). *Mercado Mundial de Frutas Tropicales* . Santiago de Cali: Universidad Icesi.
- Bureau Veritas Services . (2017). *Certificación GLOBAL GAP*. Bogotá DC : Move Forward .
- Cedeño, M. M., & Montenegro, D. M. (2014). *Plan exportador, logístico y de comercialización de Uchuva al mercado de Estados Unidos para FRUTEXPO S.C.I. LTDA*. Bogotá DC : Pontificia Universidad Javeriana .
- Centro de Investigaciones Economicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial. (2009). *Perspectivas para México en el cauce Globalizado del comercio. REPORTE DE INVESTIGACION 44*, 1-36.
- Combariza, L. F., Neira, C. A., Fischer, G., & Quintero, G. C. (2007). *Crecimiento, Producción y Calidad de Fruta en FEIJOA [Acça Sellowinana O. Berg] en respuesta al nitrato de potasio, fosfato de potasio y ethephon. REVISTA COLOMBIANA DE CIENCIAS HORTÍCOLAS* , 170-181.
- Duque, C. A. (2013). *Guía de exportación para la Uchuva fresca Colombiana a Estados Unidos* . Pereira : Universidad Católica de Pereira .
- Equipo Técnico Plan Frutícola de Colombia PFN. (2006). *PLAN FRUTICOLA NACIONAL* . Santiago de Cali : Ministerio de agricultura y desarrollo Rural.
- ESPECTADOR, E. (05 de marzo de 2017). *El Espectador.com* . Obtenido de El Espectador.com : <https://www.elespectador.com/noticias/economia/problemas-el-comercio-externo-están-colombia-articulo-547758>
- Fischer, G., & Piedrahíta, W. (2015). *Avances en cultivo, poscosecha y exportación de la Uchuva (physalis peruviana L.) en Colombia*. Bogotá DC: Universidad Nacional de Colombia.
- Forero, J. A. (2003). *Ánálisis de factibilidad para comercializar tomate de árbol, feijoa y uchuva orgánicas en la comunidad económica europea*. Chía, Cundinamarca: Universidad de la Sabana.
- Gaviria, I. R., & Suarez, J. D. (2009). *Propuesta para el mejoramiento de la producción en ALIMENTOS SAS S.A. a través de la estructuración de un modelo de planeación, programación y control de la producción* . Bogotá DC: Pontificia Universidad Javeriana .

- Gómez, S. M. (2016). *Análisis de la competitividad de las Frutas Exóticas caso Maracuyá y Granadilla como oportunidad de negocio en el mercado Mexicano*. Bogotá DC: Fundación Universitaria de América.
- Hernández, J. D., & Artunduaga, G. A. (2008). *Plan de negocios para exportar Maracuyá y Cholupa como fruta fresta y/o en pulpa hacia Canadá*. Bogotá DC: Pontificia Universidad Javeriana .
- ICA Instituto Colombiano Agropecuario . (2015). *Manual para la producción, distribución y distribución de material de propagación de Myrtáceas (feijoa *Acca Sellowiana berg*, guayaba *Psidium guajava L*)*. Mosquera, Cundinamarca : ICA .
- LEGISCOMEX. (2013). *Exportación de frutas exóticas colombianas* . Bogotá DC : Inteligencia de mercados- Exportación de frutas exóticas colombianas.
- Martinez, R. H., & Porras, M. A. (2007). *Perfil competitivo del sector frutícola colombiano: las frutas como alternativa de crecimiento económico*. Bogotá DC : Universidad de San Buenaventura.
- Martínez, R. H., & Porras, M. A. (2007). *Perfil competitivo del sector Frutícola colombiano: las frutas como alternativa de crecimiento económico*. Bogotá DC: Universidad de San Buenaventura.
- Mendoza, J. H., Rodríguez, A., & Millan, P. (2012). Caracterización físico química de la Uchuva (*Physalis peruviana*) en la region de Silvia Cauca. *Bioteconología en el sector Agropecuario y Agroindustrial* , 188-195.
- Ministerio de Agricultura Y Desarrollo Rural . (2005). *La cadena de los frutales de exportacion en Colombia: UNA MIRADA GLOBAL DE SU ESTRUCTURA*. Bogotá DC : Observatorio Agrocadenas Colombia.
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. (2009). *Guía Ambiental Hortifruticultura de Colombia* . Bogotá DC : ASOHOFRUCOL.
- Ministerio de Comercio, Industria y Comercio. (2012). *Acuerdo Comercial con la Unión Europea* . Bucelas, Belgica: Union Europea .
- Morales, E. A. (2014). *Competitividad en la logística de exportacion de Frutas Comerciales en Colombia* . Bogotá DC: Universidad Militar Nueva Granada.
- Motativa, L. C. (2011). *Creación de una comercializadora internacion de Frutas Exoticas Colombianas*. Bogota DC: Universidad Libre de Colombia.
- Muñoz, A. L. (2012). *El mercado de la Uchuva en Colombia y sus proyecciones para la penetración y comercialización en el mercado de los Estados Unidos* . Pereira: Universidad catolica de Pereira.
- Nacional, M. d. (30 de Junio de 2017). *Ministerio de Agricultura y desarrollo Rural* . Obtenido de Ministerio de Agricultura y desarrollo Rural : <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/El-sector-rural-registr%C3%B3-la>

segunda-tasa-de-desempleo-m%C3%A1s-baja-de-los-%C3%BAltimos-a%C3%B1os,-para-el-trimestre-m%C3%B3vil-marzo-%E2%80%93-mayo.aspx

- Núñez, J., Carvajal, J., & Bautista, L. (2013). El TLC con Estdos Unidos y su impacto en el Sector Agropecuario Colombiano: entre esperanzas e incertidumbres. *Revista electronica de la Facultad de derecho Vol. 1*, 12- 26.
- Ocampo, C. C. (2015). *Modelo de desarrollo para analizar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la exortacion de la fruta Camu Camu por parte de las empresas colombianas dedicadas a los agro negocios el mercado Japones* . Medellín : Universidad Pontificia Bolibariana .
- Ordosgotia, R. E., & Ordosgotia, A. D. (2013). *Guia para Emprendedores Colombianos: Oportunidades frente al TLC con Estados Unidos*. Bogotá DC: TRATADO DE LIBRE COMERCIO .
- Parra, A., & Fischer, G. (2013). Maduración y comportamieno poscosecha de la Feijoa (Acca sellowiana (o. Berg) Burret). Una revisión. *REVISTA COLOMBIANA DE CIECIAS HORTÍCOLAS Vol. 7*, 98-110.
- Patiño, J. S. (2015). *Geopolítica, recuros naturales y zonas estrategicas en colombia* . Bogotá DC : Universidad Militar Nueva Granada .
- Pavel, A., & Kanganiemi, S. (2017). *La Vida Colombiana, El Clima Tropical Y los Beneficios*. Bogotá DC: Colombia.
- PROCOLOMBIA . (2015). *Casos de éxito, LA COLOMBIA DEL SÍ SE PUEDE* . Bogotá DC: Ministerio de Industria, comercio y turismo.
- PROCOLOMBIA . (2015). *Perfil de logística desde Colombia hacia Canadá*. Toronto: Embajada Canadiense.
- PROCOLOMBIA . (2016). *Principales Frutas Exóticas* . Bogotá DC : PROEXPORT .
- PROEXPORT. (2012). *acUERDO COMERCIAL CON LA UNION EUROPEA: FASCICULO 2 - AGROINDUSTRIA*. Bruselas: Unión Europea .
- PROEXPORT. (24 de Abril de 2016). Colombia mas cerca de los negocios . *El periodico de las oportunidades* , págs. 4-51.
- Puentes, G., Castro, A., & Serrano, A. M. (2016). Estudio de mercados para la Feijoa (acca sellowiana Berg) en fresco producisa en el municipio de tibasosa (boyaca) Colombia . *REVISTA MEXICANA DE AGRONEGOCIOS* , 12-24.
- Ramirez, M. F. (2016). *TLC Colombia- Canadá una apertura a nuevos lazos para el sector agricola*. Bogotá DC. : Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.
- Rodriguez, M. F., & Ramirez, M. C. (2016). *TLC Colombia- Canadá una apertura a nuevos lazos para el sector agricola*. Bogotá DC: Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.

- Santacruz, D. E. (2006). *La Feijoa como oportunidad de negocio a traves de sus derivados* . Chía, Cundinamarca : Universidad de la Sabana.
- Sarmiento, A. M., & Silva, A. C. (2014). *Plan de exportacion de Uchuva A Japón: Viabilidad y estrategias aplicables* . Bogotá DC: Universidad del Rosario.
- U.S. Food and Drug Administration Office of International Programs FDA . (2016). *Requisitos de la FDA para Exportar Alimentos a EE.UU.* Washington : United States Of America .
- Vargas, F. J. (2012). Oportunidades de los distritos agro industriales frente a los tratados de libre comercio . *Journal of Agriculture and Animal Science Vol.12*, 62-69.
- Ximena Ortiz, X. A., & Martínez, H. (2012). *Características y estructura de los Frutales de exportacion en Colombia*. Bogotá DC: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.
- Yunis, J. E. (2015). Marca país: el medio para lograr la incursión de los productos boyacenses en el mercado turco. *In Vestigium Vol.9*, 75-86.
- Zapata, J. L., C., A. S., Londoño, M., & Diaz, C. (2013). *Manejo del cultivo de la uchuva en colombia* . La Vega c/marca: Corpoica .