


| | | | | | |
|---|--|-----------------------------|------------------|----------|------------|
|  | GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS | | CÓDIGO | FO-GS-15 | |
| | | | VERSIÓN | 02 | |
| | ESQUEMA HOJA DE RESUMEN | | | FECHA | 03/04/2017 |
| | | | | PÁGINA | 7 de 10 |
| ELABORÓ | | REVISÓ | APROBÓ | | |
| Jefe División de Biblioteca | | Equipo Operativo de Calidad | Líder de Calidad | | |

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR: NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE: NICOLÁS. APELLIDOS: MANDÓN RODRÍGUEZ.

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES.

PLAN DE ESTUDIOS: COMERCIO INTERNACIONAL.

DIRECTOR:

NOMBRE(S): OSCAR ARNULFO. APELLIDOS: MERA RAMÍREZ.

NOMBRE(S): ANA ISABEL. APELLIDOS: TAMAYO MEDINA.

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): PLAN ESTRATÉGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE UCHUVA PARA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES “ASOFRUTAS” DEL MUNICIPIO DE CÁCOTA NORTE DE SANTANDER.

El departamento de Norte de Santander, actualmente cuenta con una agricultura rica y variada la cual aún no ha sabido aprovechar para prosperar económicamente sin atenerse de los productos y combustibles de las industrias extractivas así como tampoco de las manufacturas y demás sectores industriales , además del sector administrativo, hoy por hoy estos tres son los sectores de mayor relevancia en el norte; lo que claramente da pie para preguntarse qué ocurriría en caso de que alguno de estos tres sectores no llegara a tener el mismo aporte económico con el que ha contribuido en los últimos años. Todo desembocará en un golpe a la economía Norte Santandereana y por eso es momento de mirar hacia la agricultura del departamento tomando en cuenta el impulso que el agro colombiano ha llegado a tener en estos últimos años; la apuesta que se debe hacer ahora es por aquellas frutas y verduras que no solo son apetecidas por los mercados extranjeros sino que también llegan a ser exóticas para los mismos y es ahí donde entran municipios tales como el municipio de Cacota, el cual cuenta con una extensa producción de uchuva o Golden Berry como es conocida en el exterior.

PALABRAS CLAVES: AGRICULTURA, UCHUVA, INDUSTRIA, MANUFACTURA, MERCADOS EXTRANJEROS.

PÁGINAS: 123

PLAN ESTRATÉGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE UCHUVA PARA LA
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES “ASOFRUTAS” DEL MUNICIPIO DE CÁCOTA
NORTE DE SANTANDER.

NICOLAS MANDÓN RODRIGUEZ.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER.

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.

PLAN DE ESTUDIO DE COMERCIO INTERNACIONAL.

2021.

PLAN ESTRATÉGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE UCHUVA PARA LA
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES “ASOFRUTAS” DEL MUNICIPIO DE CACOTA
NORTE DE SANTANDER.

NICOLAS MANDÓN RODRIGUEZ.

DIRECTOR: OSCAR ARNULFO MERA RAMIREZ - DOCENTE PROGRAMA DE
COMERCIO INTERNACIONAL UFPS, MG EN GERENCIA DE EMPRESAS Y
ECONOMISTA.


CODIRECTORA: ANA ISABEL TAMAYO MEDINA - DOCENTE PROGRAMA DE
COMERCIO INTERNACIONAL UFPS.

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER.

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.

PLAN DE ESTUDIO DE COMERCIO INTERNACIONAL.

2021.

| | | | |
|---|--|-----------------|---------------|
|  | FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO | Versión: | 1/2013 |
| | | Página | 1 |

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 28 de julio de 2021

Acta N° 11/2021

TÍTULO PLAN DE ESTUDIOS: Comercio Internacional

LUGAR: Plataforma virtual meet

DEL PROYECTO: “Plan estratégico de Internacionalización de Uchuva para la Asociación de Productores “ASOFRUTAS” del Municipio de Cacota Norte de Santander”-”

MODALIDAD: **Trabajo Dirigido**

JURADOS:

Nelson Emilio García Torres

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

Cesar Augusto Panizo Cardona

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander Johanna

Milena Mogrovejo Andrade

ENTIDAD: Universidad Francisco de Paula Santander

DIRECTORES:

Oscar Arnulfo Mera Ramírez

Ana Isabel Tamayo Medina



NOMBRE DEL ESTUDIANTE

CÓDIGO

CALIFICACIÓN

LETRA

NÚMERO

A- M -L

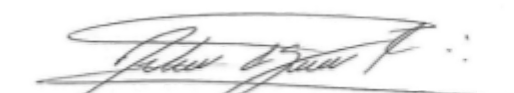
Nicolas Mandón Rodríguez


1261205

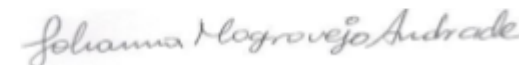
Cuatro punto Cero

4.0

X


 Nelson Emilio García Torres


 Cesar Augusto Panizo Cardona


 Johanna Milena Mogrovejo Andrade

V°B°

Liliana Marcela Bastos Osorio
LILIANA MARCELA BASTOS OSORIO
Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional



Vigilada Mineducación

GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS



CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Cúcuta,

Señores
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS
Ciudad

Cordial saludo:

Yo Nicolás Mandón Rodríguez, identificado con la C.C. N°1092387790, autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado titulado PLAN ESTRATÉGICO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE UCHUVA PARA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES “ASOFRUTAS” DEL MUNICIPIO DE CÁCOTA NORTE DE SANTANDER, presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar al título de Profesional de Comercio Internacional; autorizo(amos) a la biblioteca de la Universidad Francisco de Paula Santander, Eduardo Cote Lamus, para que con fines académicos, muestre a la comunidad en general a la producción intelectual de esta institución educativa, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado en la página web de la Biblioteca Eduardo Cote Lamus y en las redes de información del país y el exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad Francisco de Paula Santander.
- Permite la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD-ROM o digital desde Internet, Intranet etc.; y en general para cualquier formato conocido o por conocer.

Lo anterior, de conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la ley 1982 y el artículo 11 de la decisión andina 351 de 1993, que establece que **“los derechos morales del trabajo son propiedad de los autores”**, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

C.C. 1092387790

Tabla de contenido.

| | Pág. |
|---|------|
| Resumen. | 12 |
| Abstract. | 14 |
| Introducción. | 16 |
| 2. Problema de investigación. | 17 |
| 2.1. Planteamiento del problema. | 17 |
| 2.2. Formulación del problema. | 19 |
| 2.3. Sistematización del problema. | 20 |
| 3. Objetivos. | 20 |
| 3.1. Objetivo general. | 20 |
| 3.2. Objetivos específicos. | 20 |
| 4. Justificación. | 21 |
| 5. Marco referencial. | 23 |
| 5.1. Antecedentes. | 23 |
| 5.2. Bases teóricas. | 27 |
| 5.2.1. Teoría de la internacionalización. (buckley y casson, 1976). | 27 |
| 5.2.2. Modelo de la ventaja competitiva de las naciones (competitividad sistémica) (michael eugene porter). | 27 |
| 5.2.3. El modelo uppsala – escuela nórdica. (johanson y wieder- johanson y wiederheimj-paul, 1975). | 28 |
| 5.2.4. El modelo de innovación. (bilkey y tesar, 1977; cavusgil, 1980; reid, 1981; czinkota, 1982). | 28 |
| 5.2.5. Teoría de redes. | 29 |
| 5.2.6. Modelo de competitividad. (esser klaus, 1996). | 29 |

| | |
|---|----|
| 5.3. Marco conceptual: | 30 |
| 5.3.1. Agricultura. | 30 |
| 5.3.2. Competitividad. | 30 |
| 5.3.3. Exportación. | 31 |
| 5.3.4. Innovación. | 31 |
| 5.3.5. Internacionalización. | 31 |
| 5.3.6. Mercado. | 32 |
| 5.3.7. TLC (tratado de libre comercio). | 32 |
| 5.4. Marco legal. | 33 |
| 5.5. Marco espacial. | 35 |
| 5.6. Marco temporal. | 36 |
| 6. Diseños metodológicos. | 36 |
| 6.1. Tipo de investigación. | 36 |
| 6.2. Método de investigación. | 37 |
| 6.3. Población. | 37 |
| 6.4. Muestra. | 37 |
| 6.5. Sistematización de variables. | 38 |
| 6.6. Tratamiento de la información. | 39 |
| 6.6.1. Técnica para la recolección de información. | 39 |
| 6.6.2. Técnica procesamiento de la información. | 40 |
| 6.6.3. Presentación de la información. | 40 |
| 7. Desarrollo de objetivos. | 41 |
| 7.1 Caracterizar la producción del sector de la uchuva desde el ámbito nacional, departamental y municipal. | 41 |
| 7.1.1. Diagnóstico nacional de la uchuva. | 41 |

| | |
|--|----|
| 7.1.2. Diagnóstico departamental (norte de santander) de la uchuva. | 47 |
| 7.1.3. Diagnóstico a nivel municipal de la uchuva. | 49 |
| 7.2. Elaborar un estudio de mercado para la definición del mercado internacional con mayor afinidad y oportunidades para la internacionalización de la uchuva del municipio de cákota. | 53 |
| 7.2.1. Justificación del país seleccionado. | 63 |
| 7.2.2. Estudio del mercado objetivo. | 64 |
| 7.2.3. Aspectos generales. | 64 |
| 7.2.4. Geografía. | 66 |
| 7.2.5. Indicadores sociales. | 66 |
| 7.2.6. Indicadores económicos. | 67 |
| 7.3. Establecer el proceso de distribución física internacional más adecuado para la exportación de uchuva hacia el mercado objetivo desde el municipio de cákota. | 68 |
| 7.3.1.Preparación. | 68 |
| 7.3.1.1. Embalaje. | 68 |
| 7.3.1.2. Etiquetado de productos alimenticios. | 69 |
| 7.3.1.3. La calidad dual de los productos. | 69 |
| 7.3.2. Unilitirizacion. | 69 |
| 7.3.2.1. Paletización | 69 |
| 7.3.2.2. Contenerización. | 71 |
| 7.3.3. Manipuleo. | 71 |
| 7.3.3.1. Pictogramas. | 72 |
| 7.3.4. Almacenamiento. | 72 |
| 7.3.5. Transporte. | 76 |
| 7.3.5.1. Transporte nacional. | 76 |
| 7.3.5.2. Puerto de embarque. | 77 |

| | |
|--|-----|
| 7.3.5.3. Transporte internacional. | 78 |
| 7.3.5.4. Puerto destino. | 78 |
| 7.3.6. Costos de exportación. | 80 |
| 7.3.7. Seguro de la carga. | 84 |
| 7.3.7.1. Seguro todo riesgo. | 84 |
| 7.3.7.2. Póliza de riesgos identificados. | 84 |
| 7.3.7.3. Avería gruesa. | 85 |
| 7.3.8. Documentación. | 85 |
| 7.3.8.1. Envíos comerciales | 85 |
| 7.3.8.2. Términos de negociación internacionales. | 86 |
| 7.3.8.3. Controles de las importaciones para el producto en los países bajos. | 87 |
| 7.4. Plantear las estrategias de internacionalización de la uchuva desde el municipio de cákota hacia los mercados locales, regionales y nacionales. | 88 |
| 7.4.1. Exportación directa. | 89 |
| 7.4.2. Modelo de internacionalización de Uppsala. | 90 |
| 7.4.3. Matriz foda cruzada. | 91 |
| Entrevista. | 94 |
| Técnicas. | 96 |
| Conclusiones. | 97 |
| Recomendaciones. | 102 |
| Referencias bibliográficas. | 104 |
| Anexos. | 122 |

Lista de tabla.

| | Pág. |
|--|-------------|
| Tabla 1. Sistematización de variables. | 38 |
| Tabla 2. Área, Producción y Rendimiento Nacional. | 42 |
| Tabla 3. Área, producción y rendimiento departamental. | 48 |
| Tabla 4. Matriz selección de mercados. | 56 |
| Tabla 5. indicadores de crecimiento de Países Bajos. | 68 |
| Tabla 6. Rutas de frecuencia y tiempos de tránsito. | 77 |
| Tabla 7. Rotterdam puerto de desembarque. | 79 |
| Tabla 8. Matriz de costos. | 80 |
| Tabla 9. Matriz FODA cruzada. | 91 |

Lista de figuras.

| | Pág. |
|---|-------------|
| Figura 1. Producción de uchuva 2012-2016. | 42 |
| Figura 2. Exportaciones de uchuva 2012-2017. | 43 |
| Figura 3. Exportaciones de uchuva 2017-2018. | 44 |
| Figura 4. Exportaciones de uchuva para el primer semestre 2018-2019. | 45 |
| Figura 5. Top 5 países destino de las exportaciones de uchuva en 2019. | 46 |
| Figura 6. Top 5 empresas que exportaron uchuva en 2019. | 46 |
| Figura 7. Zonas de producción de uchuva en Colombia 2019. | 47 |
| Figura 8. Mapa de Cécota. | 49 |
| Figura 9. Productores caqueteños. | 50 |
| Figura 10. Productores beneficiarios del proyecto de cultivo de uchuva. | 51 |
| Figura 11. Hectárea de cultivo de uchuva de Cécota. | 52 |
| Figura 12. Mapa de Países Bajos. | 64 |
| Figura 13. Dimensiones del palet Europeo. | 70 |
| Figura 14. Contenedor refrigerado. | 71 |
| Figura 15. Pictogramas aplicados al embalaje. | 72 |
| Figura 16. Logo de Albert Heijin. | 73 |
| Figura 17. Logo de ALdi. | 74 |
| Figura 18. Logo de Jumbo. | 75 |
| Figura 19. Controles de las importaciones. | 87 |

Resumen.

El departamento de Norte de Santander, actualmente cuenta con una agricultura rica y variada la cual aún no ha sabido aprovechar para prosperar económicamente sin atenerse de los productos y combustibles de las industrias extractivas así como tampoco de las manufacturas y demás sectores industriales , además del sector administrativo, hoy por hoy estos tres son los sectores de mayor relevancia en el norte; lo que claramente da pie para preguntarse qué ocurriría en caso de que alguno de estos tres sectores no llegara a tener el mismo aporte económico con el que ha contribuido en los últimos años. La respuesta es un fuerte y contundente golpe a la economía Norte Santandereana y es por eso que es momento de mirar hacia la agricultura del departamento tomando en cuenta el impulso que el agro colombiano ha llegado a tener en estos últimos años; la apuesta que se debe hacer ahora es por aquellas frutas y verduras que no solo son apetecidas por los mercados extranjeros sino que también llegan a ser exóticas para los mismos y es ahí donde entran municipios tales como el municipio de Cacota, el cual cuenta con una extensa producción de uchuva o Golden Berry como es conocida en el exterior. El presente trabajo de investigación se enfoca en la producción de uchuva que se da en el municipio de Cacota Norte de Santander con el fin de plantear un plan estratégico de internacionalización de uchuva para la asociación de productores “Asofrutas” del municipio de Cacota Norte de Santander el cual permita que no solo se logre un crecimiento económico dentro de este municipio sino que también atraerá inversión de empresas externas así como más oportunidades para los productores de uchuva de esta asociación. Todo esto a través del planteamiento de objetivos tales como son: Caracterizar la producción del sector de la uchuva desde el ámbito Nacional, Departamental y Municipal, Elaborar un estudio de mercado para la definición del mercado internacional con mayor afinidad y oportunidad para la internacionalización de la

uchuva del municipio de Cacota, Establecer el proceso de distribución física internacional más adecuado para la exportación de uchuva hacia el mercado objetivo desde el municipio de Cécota y Plantear las estrategias de internacionalización de la uchuva desde el municipio de Cacota hacia los mercados locales, regionales y nacionales.

Palabras Claves: Plan de internacionalización, competitividad, inversión extranjera, productores de uchuva, estrategias de internacionalización.

Abstract.

The department of Norte de Santander currently has a rich and varied agriculture which has not yet been able to take advantage of to prosper economically without relying on the products and fuels of the extractive industries as well as manufacturing and other industrial sectors, in addition to the sector. Administrative, today these three are the most important sectors in the north; which clearly gives rise to wondering what would happen if any of these three sectors did not have the same economic contribution that it has contributed in recent years. The answer is a strong and forceful blow to the North Santandereana economy and that is why it is time to look towards agriculture in the department, taking into account the momentum that Colombian agriculture has had in recent years; The bet that must be made now is for those fruits and vegetables that are not only desired by foreign markets but also become exotic for them and that is where municipalities such as the municipality of Cacota enter, which has a extensive production of cape gooseberry or Golden Berry as it is known abroad. This research work focuses on the production of cape gooseberry that occurs in the municipality of Cacota Norte de Santander in order to propose a strategic plan for the internationalization of cape gooseberry for the producer association "Asofrutas" of the municipality of Cacota Norte de Santander which allows not only economic growth to be achieved within this municipality but will also attract investment from external companies as well as more opportunities for the cape gooseberry producers of this association. All this through the approach of objectives such as: Characterize the production of the cape gooseberry sector from the National, Departmental and Municipal scope, Prepare a market study to define the international market with greater affinity and opportunity for the internationalization of the Cape gooseberry from the municipality of Cacota, Establish the most appropriate international physical distribution process for the export of cape

gooseberry to the target market from the municipality of Cacota and propose strategies for internationalization of the gooseberry from the municipality of Cacota to local, regional and local markets. nationals.

Keywords: Internationalization plan, competitiveness, foreign investment, gooseberry producers, internationalization strategies.

Introducción.

El sector agrícola a lo largo del tiempo ha sido relevante para la economía interna, según el tiempo, que utilizó datos proporcionados por el Ministerio de comercio, industria y turismo (2018), las exportaciones del mes de enero 2018 fueron justamente en este sector las que sacaron la cara por el país, casos específicos aguacate, uchuva, gulupa entre otras.

Según PORTAFOLIO (2018), Dicho sector ha mantenido una constante participación en los mercados internacionales, y en las coyunturas actuales Colombia en términos de agricultura sostenible puede llegar a ser potencia mundial en dicho sector comercial, dando un respaldo para catalogarse como un país rico en el sector del agro, además la variedad que existe en las zonas térmicas del país permiten cultivar frutas exóticas de gran demanda en los mercados extranjeros.

En concordancia con lo anterior en el país existen algunos departamentos como Boyacá, Cundinamarca, Santander y Norte de Santander, dichos departamentos cuentan con algunas frutas exóticas con alto potencial de producción y posible exportación como lo es la uchuva que además de ser exótica esta cuenta con propiedades nutricionales lo cual la convierte en un producto de valor significativo que llega a ser apetecido en cualquier mercado.

Es así que de acuerdo con PROCOLOMBIA (2019), para el caso específico de Colombia la uchuva generó un crecimiento en los últimos 5 años de 42,41%, igualmente las ventas al exterior de esta fruta crecieron un 18%. Con base en lo anterior se observa que Cócota tiene la oportunidad de potenciar su producción incrementando la capacidad interna de uchuva logrando así un crecimiento económico y competitivo el cual se convertiría en un aporte sustancial en la economía de la región de Norte de Santander.

Por esta razón, en el siguiente trabajo de investigación lo que se busca es diseñar un plan estratégico de Internacionalización de uchuva para la asociación de Asofrutas del municipio de Cacota en Norte de Santander, esto se realizará a través de la caracterización de la producción del sector de la uchuva desde el ámbito nacional, departamental y municipal, la elaboración de un estudio de mercado para establecer cuál es el mercado internacional con mayor afinidad y oportunidades para conseguir la internacionalización de la uchuva del municipio de cacota.

Seguido de esto establecer el proceso de D.F.I más adecuado para la exportación de uchuva hacia el mercado objetivo desde el municipio de Cápota y por último plantear las estrategias de internacionalización de la uchuva desde el municipio de Cacota hacia los mercados locales, regionales y nacionales.

2. Problema de investigación.

2.1. Planteamiento del problema:

Desde hace más de una década Colombia viene diversificando sus acuerdos comerciales y por ende sus exportaciones, logrando aumentar las cifras de productos, empresas y ventas hacia el extranjero, según datos del DANE (2019), después de mediados del 2019 las ventas al exterior de Colombia fueron de US\$3.079,8 millones FOB representando una caída del 12,3% en comparación con el mismo periodo del año 2018; este resultado se debió principalmente a la reducción del 24,0% que presentaron las ventas al extranjero de los productos de las industrias extractivas y del grupo de Combustibles.

Dicho lo anterior, según el DANE (2019), en el periodo del mismo año ya antes mencionado anteriormente, las ventas al extranjero de los productos y combustibles de las

industrias extractivas contribuyó en el 53,8% del valor FOB total de dichas exportaciones; igualmente, manufacturas con un 23,5%, agropecuarios, alimentos y bebidas 16,9%, y otros sectores con 5,8%. Si bien las exportaciones del país se mantienen en cifras promedio no se refleja un crecimiento exponencial de las mismas a través de los años.

Según el periódico local La Opinión, en el caso del departamento de Norte de Santander, en 2018, la economía de Norte de Santander llegó a un pico de crecimiento del 3,1%, sobrepasando el resultado obtenido un año antes y jalonada por la administración pública y defensa. Tomando en cuenta lo dicho anteriormente se demuestra que sectores como el minero-energético, la industria y el administrativo son los sectores que más aportan al departamento de Norte de Santander.

En este orden de ideas si el departamento de Norte de Santander no logra tener un crecimiento en alguno de estos sectores o se le quitará alguno de ellos habría una disminución considerable en el crecimiento económico y competitivo del departamento, demostrando así la alta dependencia de estos sectores, y aún más si se habla específicamente del sector de las exportaciones; esto puede ser explicable producto del desconocimiento que existe en el departamento sobre el potencial productivo y la oferta exportable de otros sectores como lo es el sector agrícola de la región.

Ya que dentro de su territorio existen municipios capaces de cultivar productos tales como la uchuva, este es un producto apetecido internacionalmente por lo que se deja de lado la oportunidad de incrementar la capacidad exportadora del departamento de Norte de Santander y a su vez su propio crecimiento.

En el mismo sentido el municipio de Cácosta, es un municipio que está ubicado en el departamento de Norte de Santander, este sería un buen candidato de estudio puesto que su economía está enfocada en la producción agrícola, además de que esta es la principal fuente de ingresos que sostiene la economía del municipio y provee de alimentos a sus pobladores, entre la que se encuentra la producción de uchuva.

Sin embargo, la falta de comercializadoras internacionales en este municipio, la falta de un registro INVIMA y el no poder producir las cantidades de toneladas suficiente para lograr entrar a competir con las tres principales regiones que exportan esta fruta las cuales son Antioquia, Boyacá y Cundinamarca, hace que este municipio quede relegado a ser uno de los proveedores de estas regiones las cuales muy de vez en cuando necesitan completar su producción para exportación.

Dicho lo anterior se observa que Cácosta tiene la capacidad de potenciar su producción interna de uchuva y de esta manera lograr un crecimiento económico y competitivo el cual se convertiría en un aporte sustancial para la economía de la departamento de Norte de Santander sin embargo los aspectos antes mencionados logran que se están desaprovechando las oportunidades comerciales que puede tener el producto así como oportunidades de crear no solo empleos sino de generar ingresos para los productores del municipio.

2.2. Formulaciòn del problema:

- ¿Cómo elaborar un plan estratégico de internacionalización de uchuva para la asociación de ASOFRUTAS del municipio de Cácosta Norte de Santander?

2.3. Sistematización de problema:

1. ¿Cómo caracterizar la producción del sector de la uchuva desde el ámbito Nacional, Departamental y Municipal?
2. ¿Es necesaria la elaboración de un estudio de mercado para establecer cuál es el mercado internacional con mayor afinidad y oportunidades para conseguir la internacionalización de la uchuva del municipio de Cácuta?
3. ¿Cuál sería el proceso de distribución física internacional más adecuado para la exportación de uchuva hacia el mercado objetivo desde el municipio de Cácuta?
4. ¿Cuáles serían las estrategias de internacionalización de la uchuva desde el municipio de Cácuta hacia los mercados locales, regionales y nacionales?

3. Objetivos.

3.1. Objetivos general:

- Diseñar un plan estratégico de Internacionalización de uchuva para la asociación de Asofrutas del municipio de Cácuta, Norte de Santander.

3.2. Objetivos específicos:

- Caracterizar la producción del sector de la uchuva desde el ámbito Nacional, Departamental y Municipal.

- Elaborar un estudio de mercado para la definición del mercado internacional con mayor afinidad y oportunidades para la internacionalización de la uchuva del municipio de Cécota.
- Establecer el proceso de distribución física internacional más adecuado para la exportación de uchuva hacia el mercado objetivo desde el municipio de Cécota.
- Plantear las estrategias de internacionalización de la uchuva desde el municipio de Cécota hacia los mercados locales, regionales y nacionales.

4. Justificación.

Como se ha dicho en apartados anteriores la intención de este proyecto es realizar un plan estratégico de internacionalización de la mano de la asociación de Asofrutas, con respecto al fruto de la uchuva que se produce en el municipio de Cécota. De igual manera, dar a conocer las virtudes que se generarían de la exportación en bruto de este producto para el crecimiento económico de los productores de la asociación y del municipio además de los beneficios que esto traería no solo para estos actores sino para la región en general.

Según datos específicos de Agronegocios (2020), Colombia consiguió exportaciones de frutas exóticas por un valor de us\$74,3 millones solo en 2019, 6% más que lo que se llegó a registrar en el año 2018, lo cual nos da una visión mucho más amplia de la fuerza que está tomando la exportación de este producto en bruto, incluso de acuerdo a datos recopilados por Agronegocios, desde el año 2018 la uchuva es la principal apuesta que tiene NovaCampo en el exterior y consolidarse en Alemania.

Esta es una empresa que actualmente se dedica a la producción y comercialización de frutas exóticas colombianas, la cual como se lee anteriormente tendrá a la uchuva como producto insignia gracias al creciente número de exportaciones que ha tenido en estos últimos años; por lo que se debe tomar en consideración las posibles oportunidades para el apoyo a los productores de la asociación en estudio Asofrutas.

Ahora bien, es importante mencionar que para lograr buenos niveles de producción los empresarios y agricultores deben realizar esfuerzos conjuntos para generar dichos aumentos en los cultivos de uchuva, esto significa una retribución mucho más alta la cual tendrá gran repercusión generando mayor crecimiento e innovación en las formas de cultivar esta fruta y de esta manera incrementar su número de cultivos en el municipio con posibles destinos de exportación.

Según AGRONEGOCIOS (2019), en 2019 el ICA y ANALDEX firmaron convenios para reforzar la producción y la comercialización de uchuva hacia Estados Unidos, teniendo en cuenta esta información anterior del último año, se debe comenzar a hacer presencia directa en este mercado aprovechando el fortalecimiento de la producción y el crecimiento que han tenido las exportaciones hacia Estados Unidos y de esta forma mejorar las oportunidades de internacionalización de la uchuva desde el municipio de Cácuta en Norte de Santander.

5. Marco referencial.

5.1. Antecedentes:

Locales.

Propuesta para aumentar la competitividad de los productores de Uchuva de Norte de Santander mediante la diversificación de su oferta Exportable.

López-Cárdenas, A., Velandia-Paredes, Y. C., & González-Verjel, M. S. (2018) en su artículo basado en una “Propuesta para aumentar la competitividad de los productores de Uchuva de Norte de Santander mediante la diversificación de su oferta exportable” de la Universidad De Santander seccional Cúcuta presentado en su revista de investigación Aibi, deja ver que hay una demanda competitiva de productos agrícolas muy grande por esta razón dicha proyecto guarda relación con la investigación que se está presentado en este documento debido a que los productores de uchuva de la asociación de Asofrutas del municipio de Cúcota tendrían oportunidades de participar en mercados internacionales además de mostrar un abanico de posibilidades las cuales acompañadas y supervisadas por unas buenas prácticas de cultivo para la uchuva daría como resultado un producto aún más competitivo. Se podría decir que la internacionalización de la uchuva de la asociación de Asofrutas del municipio de Cúcota sería el comienzo para una inyección competitiva en la comercialización de este producto.

Nacionales.**Plan estratégico de exportación de uchuva producida y comercializada por la asociación APROCAM San Mateo-Puerres (Nariño) al mercado de Tulcán (Ecuador).**

Cadena, M & Recalde, T. (2012) en su trabajo de grado acerca de un “Plan estratégico de exportación de uchuva producida y comercializada por la asociación APROCAM San Mateo-Puerres (Nariño) al mercado de Tulcán (Ecuador)” realizado en la Universidad de Nariño, mantiene relación con el actual proyecto de investigación, debido a que muestra un plan de acción establecido para la asociación APROCAM para identificar las fortalezas como las debilidades de dicha asociación y de esta manera mejorarlas para conseguir la correcta exportación de la uchuva a un mercado extranjero definido; en concordancia con la presente investigación también se está trabajando con una asociación de productores y se espera establecer un proceso de distribución física internacional más adecuado para la exportación de uchuva hacia un mercado objetivo desde la asociación Asofrutas del municipio de Cécota.

Plan de negocios para la exportación de uchuva a la ciudad de México, México.

García, D. (2018) en su monografía sobre un “Plan de negocios para la exportación de uchuva a la ciudad de México, México” de la Fundación Universidad de América, es un documento de valor para la presente investigación dado que plantea la importancia que tienen mercados potenciales como el de México el cual cuenta con una vasta población a lo largo y ancho de su territorio en pocas palabras una gran demanda la cual se puede dar a la tarea de cubrir y así como México existen muchos más mercados extranjeros en los cuales los agricultores más específicamente los agricultores de la asociación de Asofrutas pueden entrar con un producto tan competitivo como lo es la uchuva y de esta manera mejorar su producción e I+D

(Innovación y Desarrollo) del mismo contribuyendo de manera sustancial al crecimiento económico y competitivo del municipio de Cúcota en Norte de Santander.

Situación del sector hortofrutícola en Colombia que le impide satisfacer la demanda en el mercado canadiense, el caso de la uchuva (physalis peruviana).

Ortegón, G & Torres, G. (2018) en su trabajo de grado entorno a la “Situación del sector hortofrutícola en Colombia que le impide satisfacer la demanda en el mercado canadiense, el caso de la uchuva (physalis peruviana)” de la Universidad Agustiniana, guarda relación con la investigación en curso debido se concluye que a nivel micro que existen muchos obstáculos entre los cuales el más importante podría ser la mal organización que tiene el sector en general ya que la falta de implementación tecnológica y la falta de capacitación que es necesaria a la hora de conseguir un producto de completa calidad, el trabajo deja ver la gran afectación que se tiene en este sector por estas causa, ahora bien a nivel macro se hace referencia a el TLC que se firmó con Canadá pero aun así sigue existiendo más obstáculos como lo son las barreras no arancelarias y en otros casos la pérdida de centenares de uchuva que no consiguen salir del país por no tener la certificación de calidad necesaria, en pocas palabras es necesario capacitar en buenas prácticas de cultivo e implementación de tecnología a los productores de uchuva del municipio de Cúcota para que de esta manera logren conseguir una reducción en la pérdida de uchuvas y en muchos casos aumento de costos.

La uchuva en el contexto de la producción agrícola colombiana y los TLC 'S.

López, A. (2017) en su artículo sobre “La uchuva en el contexto de la producción agrícola colombiana y los TLC 'S” de la Universidad Nacional de Colombia presentado en su revista Ensayos, planteó un precedente bastante amplio a la hora de preguntarse qué papel se

quiere jugar en el abastecimiento de una demanda tan grande como lo es no solo EE.UU sino también la U.E, puesto que es cierto que el ciclo de vida de la uchuva después de su cosecha no es muy larga y es lo que conduce a que las exportaciones se centren en países que en teoría son mucho más cercanos como lo son EE.UU y Canadá pero aunque estos dos son mercados totalmente potenciales, no se debe de centrar los esfuerzos en querer solo abastecer esos mercados sino muy por el contrario se debe intentar alcanzar muchos más mercados y allí es a donde se apunta con este proyecto principalmente porque lo que se busca es internacionalizar la uchuva de los productores de la asociación de Asofrutas de Cécota y que mejor que dirigiendo los esfuerzos a nuevos mercados internacionales.

Guía práctica para la exportación de uchuva (fruta fresca) hacia Canadá, en el marco del TLC con Colombia.

Villanueva, L & Jurado, S. (2018) en su trabajo de grado respecto a una “Guía práctica para la exportación de uchuva (fruta fresca) hacia Canadá, en el marco del TLC con Colombia” de la Universidad Cooperativa de Colombia, tiene gran importancia puesto que pone en evidencia la cantidad de inconvenientes a los que se enfrentan muchos productores al no tener un conocimiento claro respecto al tema exportador lo que finalmente llega a ser una pérdida en muchos sentidos para los productores, ahora bien se deja en claro lo importante que es el diseño de un plan de internacionalización para evitar futuros inconvenientes los cuales se deben mitigar en su gran mayoría para que los productores de Asofrutas tengan mayor seguridad de entrar a competir en los mercados internacionales.

5.2. Bases teóricas.

5.2.1. Teoría de la Internacionalización. (Buckley y Casson, 1976).

Según Cardozo, Chavarro & Ramirez, (2005-2006) citando a Buckley y Casson (1976) afirma que “Esta teoría trata de explicar por qué las transacciones de productos intermedios entre países están organizadas por jerarquías en lugar de venir determinadas por las fuerzas del mercado” (p.7). La teoría anteriormente mencionada tiene relevancia para esta investigación dado que va dirigida a aquellas variables jerárquicas que son relevantes para el mercado puesto que lo que se busca es conseguir la correcta internacionalización de la uchuva de la asociación de Asofrutas mediante un diseño de internacionalización que permita la exportación directa de la uchuva desde el municipio de Cágota en Norte de Santander por parte de la asociación antes mencionada.

5.2.2. Modelo de la ventaja competitiva de las naciones (competitividad sistémica) (Michael Eugene Porter).

Según Cardozo, Chavarro & Ramirez (2005-2006) citando a Porter, M. (1990) indica que “la capacidad de competir en los mercados internacionales depende no sólo de los costes de los factores productivos, sino de su eficiencia en relación con el coste. Para ello, los factores productivos se pueden dividir en básicos y avanzados” (p.9). La teoría mencionada anteriormente es de vital relevancia sobre todo por la información que brinda para el actual proyecto, ya que nos presenta de qué forma están divididos los factores productivos además de plantearnos las capacidades con las que se debe contar a la hora de llegar a competir dentro los mercados internacionales, además de una buena implementación de los factores productivos y como

resultado conseguir que la asociación de Asofrutas del municipio de Cácosta llegue con las capacidades necesarias para entrar a competir de manera correcta a estos mercados.

5.2.3. El modelo Uppsala – Escuela nórdica. (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975).

Según Cardozo, Chavarro & Ramirez (2005-2006) citando a Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) afirman que “Este modelo indica que la empresa incrementará gradualmente los recursos comprometidos en un país a medida que va adquiriendo experiencia de las actividades que realizan en dicho mercado” (p.10). Se da a entender por medio de este modelo que a medida de que la asociación Asofrutas vaya incrementando su presencia en los mercados extranjeros, mayor será el número de información o datos y opciones que se irán sumando a la experiencia que se obtenga. Por este motivo es de gran relevancia para esta investigación, es decir, la asociación de Asofrutas puede que en principio no tenga la información total para conseguir una correcta internacionalización de la uchuva, no obstante esto será algo que con el tiempo dejará de tener relevancia.

5.2.4. El modelo de innovación. (Bilkey y Tesar, 1977; Cavusgil, 1980; Reid, 1981; Czinkota, 1982).

Según Cardozo, Chavarro & Ramirez (2005-2006) indican que “En este modelo se destaca el carácter acumulativo de las decisiones tomadas tanto en el proceso de internacionalización como en el de innovación” (p.11). Este modelo guarda cierta cercanía con la presente investigación dado que es correcto decir que la internacionalización y la innovación son dos cosas que van de la mano y que es lo que se quiere conseguir con esta investigación ósea la correcta internacionalización de la uchuva producida por la asociación de Asofrutas tomando

critérios de innovación que generen procesos eficientes en la producción y comercialización de la uchuva del municipio dentro de los mercados internacionales que apetecen el sabor de una fruta tan exótica como es esta.

5.2.5. Teoría de redes.

Según Cardozo, Chavarro & Ramirez (2005-2006) citando a Johanson y Mattson (1998) señalan que “la entrada en mercados exteriores es entendida como función de las interacciones interorganizativas continuas entre las empresas locales y sus redes internacionales, significando esto que las oportunidades de los mercados exteriores le llegan a la empresa local a través de los miembros de su red de contactos internacional” (p. 12). Este modelo tiene relación con esta investigación ya que deja ver la importancia de tener una red de clientes no solo nacionales sino también internacionales que puedan ser de ayuda en el caso de querer entrar a mercados en el exterior, esto con el objetivo de poder aprovechar las oportunidades comerciales que se encuentran actualmente en los mercados internacionales y que pueden ser la oportunidad de Asofrutas no solo para entrar en dichos mercados sino también la oportunidad de crecer como asociación y volverse cada día más grande y más productiva.

5.2.6. Modelo de Competitividad. (Esser Klaus, 1996).

De acuerdo con Esser Klaus (1996) afirma que “Bajo este modelo de competitividad Klaus afirma que los requerimientos son cada vez mayores debido a ciertas condiciones” (p. 15). Este modelo plantea una competitividad más agresiva que la mencionada anteriormente por Michael Porter, ya que en este modelo se entra a competir a nivel de industria y vanguardia en innovación con procesos sistémicos y totalmente automatizados. Esto demuestra una parte de la

futura competencia a la que la asociación de Asofrutas tendrá que llegar en algún punto de su internacionalización para mantenerse en los mercados internacionales en un futuro.

5.3. Marco conceptual:

5.3.1. Agricultura.

“La agricultura es la actividad humana tendiente a combinar diferentes procedimientos y saberes en el tratamiento de la tierra, con el objetivo de producir alimentos de origen vegetal, tales como frutas, verduras, hortalizas, cereales, entre otros. La agricultura es una actividad económica que se encuentra dentro del sector primario, y en ella se incluyen todos aquellos actos realizados por el hombre, tendientes a modificar el medio ambiente que lo rodea, para hacerlo más apto y así generar una mayor productividad del suelo, y obtener alimentos tanto para el consumo directo o para su posterior tratamiento industrial generando valor agregado”. (Raffino, en Concepto de, 2020).

5.3.2. Competitividad.

“Para Michael Porter, la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar; las compañías a su vez ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto”. (Citado en Milenio, 2015).

“De acuerdo a Sharon Oster, la competitividad de una empresa es la capacidad que tiene para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente sus recursos, en comparación con empresas semejantes en el resto del mundo durante un cierto periodo de tiempo”. (Citado en Milenio, 2015).

5.3.3. Exportación.

“Las exportaciones son la venta, intercambio o donación de bienes y servicios de los habitantes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre personas que habitan en diferentes países (INEGI, 2011). El vendedor (residente) es llamado “exportador” y el comprador (no residente) “importador”. (Galindo, Mariana & Viridiana, 2015, p.2).

“El cálculo de las exportaciones se contabiliza a través de la venta de bienes producidos en el país residente más la venta de bienes que formaron parte de algún proceso productivo realizado por residentes, así como los servicios de transporte y seguros que realizan los residentes dentro de las transacciones de importación (INEGI, 2011)”. (Galindo, Mariana & Viridiana, 2015, p.2).

5.3.4. Innovación.

“La innovación es hoy en día, una necesidad absoluta en las empresas para sobrevivir. Las compañías que no invierten en innovación ponen en riesgo su futuro. “Si no buscan soluciones innovadoras a los problemas que emergen en la sociedad o en sus clientes continuamente, su negocio no prosperará, tendrán poca probabilidad de competir y eventualmente será desplazada por otras”. (Oficina Australiana de Innovación). (García, 2012, p.2).

5.3.5. Internacionalización.

“Es bien sabido que la internacionalización tiene sus inicios en la teoría tradicional del negocio universal en la que se indican las naciones tienden a especializarse para generar bienes y servicios los cuales poseen menores precios de producción, debido a lo cual el negocio mundial

se da como resultado de la especialización y de la separación del trabajo (internacionalmente); lo cual posibilita guiar los recursos a los usos más productivos en cada territorio involucrado en ocupaciones comerciales”. (Cardozo, Chavarro & Ramírez, 2004, p.4).

5.3.6. Mercado.

“En la práctica, cada una de y todas las persona conciben una definición de lo cual es el mercado así sea ya que es lo cual mejor le parece o lo cual mejor le conviene, ejemplificando, para un accionista el mercado se refiere a los valores o el capital; para una ama de vivienda, el mercado es el sitio donde compra los productos que requiere; a partir de la perspectiva de la economía, el mercado es el sitio donde se reúnen oferentes y demandantes y es donde se determinan los costos de los bienes y servicios por medio del comportamiento de la oferta y la demanda”. (Citado en Promonegocios, 2011)

“Para Philip Kotler, Gary Armstrong, Dionisio Cámara e Ignacio Cruz, autores del libro "Marketing", un mercado es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio". (Citado en Promonegocios, 2011).

5.3.7. TLC (Tratado de Libre Comercio).

De acuerdo con Gabriel Duque Mildenberg, un TLC es “un contrato, un escrito, en el cual dos territorios acuerdan bilateralmente no solamente revocar sus barreras arancelarias, sino que se comprometen a ser transparentes, a brindar una estabilidad normativa y unas garantías, facilitar métodos aduaneros y a quitar trabas comerciales”. Según esta definición, para que

Colombia vincule abierta y con éxito a otra economía, es necesario un contrato en el cual se pacten unas normas claras referente a negocio e inversión”. (Citado en ICESI, 2009).

5.4. Marco legal.

- **Decreto 2780 (1991):**

En este decreto se establece un nuevo proceso con el fin de simplificar los trámites de otorgamiento del registro sanitario, también con el fin de que las entidades 34 regulatorias se concentren de manera permanente en el control y la vigilancia de los productos; dicho seguimiento incluiría todas las etapas del manejo de los alimentos desde su producción hasta su comercialización ya sea en territorio nacional o para venta en el extranjero.

- **Régimen de exportación:**

Otro fundamento legal para este proyecto es el régimen de exportación con el cual se rigen todas y cada una de las salidas de mercancía del territorio aduanero nacional (T.A.N.) incluso aquellas que se encuentran dentro de una zona franca.

- **LEY 7 DE 1991. Según el Art 2:**

Esta ley dicta el sometimiento del comercio Internacional del país a dos principios en los que busca que la economía del país consiga un perpetuo ritmo creciente y sostenido dentro de su desarrollo y que a través del mismo se fomente el comercio de bienes, servicios, tecnología y en especial, las exportaciones.

- **Decisión 515: Sistema Andino de Sanidad Agropecuaria:**

Según el acuerdo de Cartagena se decreta la adopción de las normas, reglamentos y demás decisiones establecidas dentro del sistema andino de sanidad agropecuario el cual permite el mejoramiento de los niveles sanitarios y fitosanitarios dentro de aquellos países miembros, facilitando con esto el comercio entre los mismos para contribuir a alcanzar una unificación de estos mercados. Es de importancia que el proceso que se lleva a cabo dentro de este sistema andino de sanidad agropecuaria, sea el más adecuado para conseguir el refuerzo de las relaciones de la comunidad andina.

Además de las operaciones comerciales tales como la producción de vegetales, plantas, artículos reglamentados, animales y etc. Ahora bien se deja en claro que aquellas medidas sanitarias y fitosanitarias que adopten los países miembros deberán de ser normativas consistentes a las exigidas por la Organización Mundial del Comercio (O.M.C.), la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF), la Oficina Internacional de Epizootias (OIE) y la Comisión del Codex Alimentarius.

- **Decreto 1820 de 2010.**

Por el cual se fija el procedimiento por el cual se adoptan medidas que salvaguardan toda relación bilateral dentro del marco de los acuerdos que Colombia tenga vigentes con los mercados internacionales.

- **Constitución Nacional: Art 65:**

Bajo este artículo se determina la protección que el gobierno le brindara a la producción agrícola de alimentos, esto con el fin de proporcionarle a los productores colombianos mucha

más comodidad a la hora de producir y transportar sus cosechas; así mismo como la estimulación de investigación y transferencia de tecnología para mejorar el rendimiento de la producción de alimentos y materias primas de origen agropecuario.

- **Decreto 390 de (2016):**

EL presente decreto lleva la como función el reglamento de las relaciones jurídicas establecidas entre la administración aduanera y aquellas personas que intervienen dentro del ingreso, permanencia, traslado y salida mercancía, ya sea hacia el país o desde el país, este se aplicar en la totalidad de todo el territorio aduanero nacional (T.A.N.).

- **Decreto 612 (2000):**

Este decreto está sujeto al Ministerio de Salud, el cual regula la expedición de los registros sanitarios automáticos con los que deben de contar todos y cada uno de los alimentos, cosméticos y productos varios que se desean comercializar.

5.5. Marco espacial.

Cácota es un tranquilo y artesanal municipio ubicado al sur-occidente de Norte de Santander. El pueblo que tiene aproximadamente 2.500 habitantes es un ejemplo claro de lo que puede lograr una comunidad cuando trabaja bajo un solo objetivo; y es que el municipio se conserva fabulosamente gracias al amor de los cacoteños por su pueblo. El municipio de Cúcota está ubicado al sur del departamento de Norte de Santander. Actualmente limita con Chitagá, Pamplona, Labateca, Silos y Mutiscua, se encuentra a unos 106 km de distancia de Cúcota aproximadamente unas dos horas y media de camino.

5.6. Marco temporal.

La presente investigación denominada Plan estratégico de internacionalización de uchuva para la asociación de productores “Asofrutas” del municipio de Cácuta Norte de Santander, se llevará a cabo en un periodo comprendido de seis meses que va del primero de febrero del año 2021 al 31 de junio del 2021.

6. Diseños metodológicos.

6.1. Tipo de investigación.

“El enfoque cuantitativo (que representa un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no puede “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, puede redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotando y una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica”. (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014, p.37)

Para efectuar la elaboración del presente proyecto de investigación se emplea la metodología cuantitativa puesto que para conseguir un correcto proceso de internacionalización de la uchuva desde el municipio de Cácuta, se realizará un registro detallado con el cual se pueda ir diseñando el plan a seguir respecto al número de días los cuales tomaría cultivar, cosechar, tratar, sacar de Cácuta y por último exportar la uchuva, tomando en cuenta las diversas variables que se puedan presentar a lo largo de dicha planificación. Esta información estadística se compartirá con la asociación de Asofrutas la cual será posteriormente analizada para finalmente ayudar a la internacionalización de la uchuva de esta asociación.

6.2. Método de investigación.

El tipo de estudio utilizado en la presente investigación es descriptivo, este tiene como objetivo manifestar las características generales del fenómeno educativo así como las observables del mismo, se apoya en métodos esencialmente empíricos.

Ahora bien este método va acorde a la investigación dado que se busca dar una descripción clara de cómo conseguir la correcta internacionalización la uchuva que se produce en el municipio de Cácuta, más específicamente la producida por la asociación de Asofrutas y se espera que mediante la información recopilada y posteriormente analizada en esta investigación se consiga dicho objetivo.

6.3. Población.

Para poder ubicar la población se tomará la totalidad de la Asociación de Productores “Asofrutas” del municipio de Cácuta en Norte de Santander.

6.4. Muestra.

Se consideró una muestra cuantitativa de 15 sujetos (productores de uchuva) del municipio de Cácuta, la cual estará dividida entre los que cuentan con la certificación necesaria para el cultivo de la uchuva y cuáles no, además se tendrá en cuenta la cantidad de fincas tecnificadas en el municipio que se dedican a la producción de uchuva.

6.5. Sistematización de variables.

Tabla 1

Sistematización de variables.

| Objetivo específico. | Variables. | Indicadores. | Fuentes de Información. |
|---|--------------------------------------|--|---|
| Caracterizar la producción del sector de la uchuva desde el ámbito Nacional, Departamental y Municipal. | Producción mensual de la asociación. | Tablas de información. | Asociación de productores Asofrutas. |
| Elaborar un estudio de mercado para establecer cuál es el mercado internacional con mayor afinidad y oportunidades para conseguir la internacionalización de la uchuva del municipio de cacota. | Sector agrícola. | Tablas estadísticas. | ProColombia. Trademap. Cámara de comercio. |
| Establecer el proceso de distribución física internacional más adecuado para la exportación de uchuva hacia el mercado | Proceso logístico internacional. | Determinar las rutas de distribución más eficientes, por medio de la información | Recolección de datos de las diferentes fuentes expuestas en el trabajo. |

| | | | |
|---|--------------|---|--|
| objetivo desde el municipio de cacota. | | analizada. | |
| Plantear las estrategias de internacionalización de la uchuva desde el municipio de cacota hacia los mercados locales, regionales y nacionales. | Estrategias. | Proponer las rutas a seguir con el fin de conseguir una correcta penetración en el mercado. | Personas que participan en el proceso. |

Fuente: Elaboración propia.

6.6. Tratamiento de la información.

6.6.1. Técnica para la recolección de información.

La fuente hace relación a los documentos o hechos que permiten la obtención de la información. De esta manera en esta investigación se trabajará con fuentes primarias y secundarias. La fuente primaria será a través de la observación y de la aplicación de entrevistas. (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014)

Con el fin de ampliar la información obtenida en las fuentes primarias y de ser capaces de analizar dicha información de manera correcta, en la fuente secundaria de esta investigación se tomará de periódicos regionales, nacionales e internacionales, revistas científicas, documentos públicos, de diferentes instituciones como el Dane, planes de desarrollo, bases de datos del

Ministerio de Agricultura, universidades, entre otras, también se hará vigilancia tecnológica de bases de datos encontrados en internet.

Dentro de las técnicas de recolección de información de las fuentes primarias, será de la siguiente forma:

- **Observación:** Datos estadísticos y no estadísticos.
- **Entrevista:** A los directivos y productores de la asociación de Asofrutas.

6.6.2. Técnica procesamiento de la información.

Para este estudio, se considerarán técnicas estadísticas que puedan ayudar a una medición eficiente de la producción de uchuva con la que cuenta mensualmente la asociación de Asofrutas, así como también la cantidad de uchuva exportable. Los datos recopilados serán presentados a través de gráficas, tablas o cuadros, en las cuales se dará claridad de la información recopilada y analizada para tener un mejor entendimiento de la misma, además de dar aportes los cuales serán escritos teniendo en cuenta los resultados que arroje dicho análisis.

6.6.3. Presentación de la información.

La información será presentada por medio de gráficas o tablas las cuales darán mayor claridad al lector en el momento de explicar el análisis de la información plasmada y reafirmar la idea principal de este anteproyecto.

7. Desarrollo de objetivos.

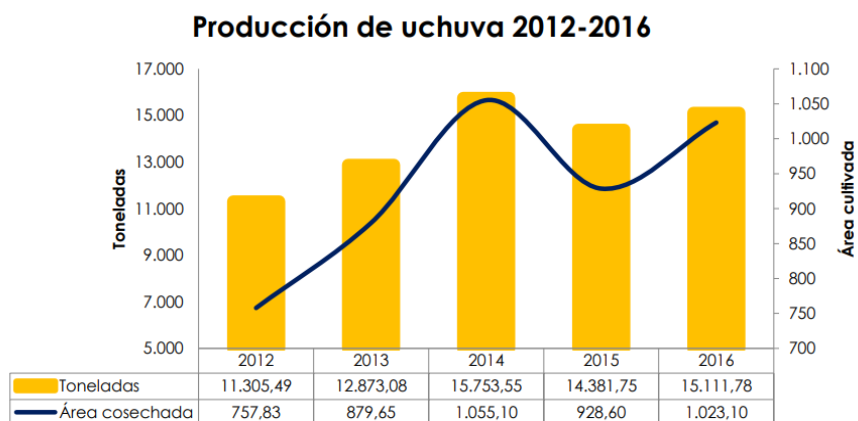
7.1 Caracterizar la producción del sector de la uchuva desde el ámbito Nacional, Departamental y Municipal.

Según Treid (2019) Colombia dirige la lista de territorios productores de uchuva en el planeta, la uchuva cosechada en Colombia da un fruto que tiene una más grande concentración de azúcares y mejor coloración, debido a esto ha llegado a ser una de las variedades más apetecidas en el planeta, inclusive estando por arriba de las exportadas por Kenia y Sudáfrica. En concordancia con lo expuesto previamente se realizará la caracterización de la producción nacional, departamental y municipal de esta fruta y tal se identificaran las fortalezas con las que cuenta el territorio en este mercado a grado mundial y su aplicación.

7.1.1. Diagnóstico nacional de la uchuva.

Según ANALDEX (2018), la producción nacional de uchuva en Colombia (*Physalis peruviana* L.) vino incrementado de forma de manera considerable en el lapso 2012-2016; la producción en toneladas alcanzó pasar de 11.305,49ton en el 2012 a unas 15.111,78ton en el año 2014 y el sector cultivada saltó de 757,83 has a 1.023,10 has, lo cual demostró un incremento respectivamente del 33,66% y 35%. Sin embargo, la producción de uchuva todavía no se recupera con en relación a su pico visto en el 2014; las toneladas productivas y la zona usada se posicionan 4,07% y 3,03% por debajo del más alto.

Como se puede evidenciar anteriormente se muestra un panorama en el cual desde el 2014 aún no se ha conseguido aumentar el número de toneladas y áreas cultivadas que se llegó a tener en este año como se puede evidenciar en la figura 1.

Figura 1*Producción de uchuva 2012-2016*

Fuente: Elaborado por Analdex con datos de Agronet.

Más sin embargo como se puede evidenciar en la tabla 2 el área cultivada ha aumentado en un 27% en los últimos 5 años respectivos pasando de 1.268 has en 2014, a 1.605 en 2018; ahora bien se observa que el 2015 tuvo en el área cosechada una disminución que dejó este año por debajo de las 1.000 has, según MinAgricultura (2019), esta disminución se debió a que las principales regiones productoras presentaron problemas fitosanitarios.

Tabla 2*Área, Producción y Rendimiento Nacional*

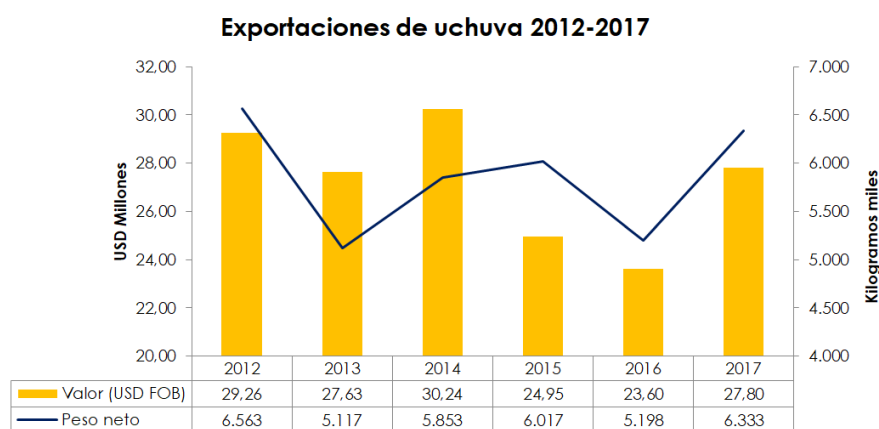
| Variable | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019* |
|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Área sembrada (ha) | 1.268 | 1.170 | 1.474 | 1.561 | 1.605 | 1.713 |
| Área cosechada (ha) | 1.055 | 929 | 1.023 | 1.259 | 1.312 | 1.395 |
| Producción (Ton) | 15.754 | 14.382 | 15.112 | 18.889 | 16.109 | 16.377 |
| Rendimiento (Ton/ha) | 11,2 | 11,7 | 12,5 | 11,9 | 12,1 | 12,4 |

Fuente: MinAgricultura.

En concordancia con lo anteriormente expuesto, la producción colombiana de uchuva ha venido teniendo una recuperación muy grande incluso al punto de superar el increíble rendimiento del año 2014 y aunque en 2018 se presentó una disminución en la producción que se debió principalmente a condiciones climáticas adversas, si se considera el impulso que el gobierno nacional brindó a los agricultores no solo el año 2019 sino también a principios de este año 2020 antes de la pandemia, a nivel nacional el país puede conseguir mantener su rendimiento en cuestión de producción de uchuva.

Figura 2

Exportaciones de uchuva 2012-2017



Fuente: Elaborado por Analdex con datos de Legiscomex.

En materia de exportaciones como se muestra en esta figura 2, según ANALDEX (2018), se observa que el precio al que llegaron las exportaciones alcanzó una recuperación, logrando los USD 27,80 millones; pero todavía no se consigue llegar a los USD 30,24 millones que se obtuvieron en 2014. En cuanto a las toneladas, en 2017 tuvo el mejor dinamismo: 6.333 toneladas fueron exportadas en el 2017, cifra a la que no se llegaba desde el 2012. Los países que

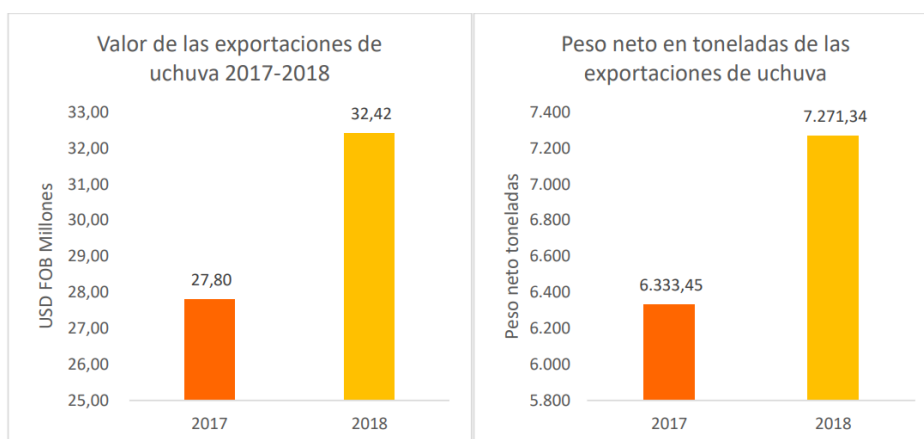
más importan la uchuva colombiana son los Países Bajos, Alemania, Reino Unido, Estados Unidos, Ecuador y Canadá.

Ahora bien hasta este punto se puede observar la recuperación que han intentado tener las exportaciones de uchuva en Colombia desde la caída del 2015 y aún así en 2017 estas no eran capaces de sobrepasar los resultados dados en 2012 más sin embargo en 2018 hubo un aumento de las exportaciones más que satisfactorio que impulsará aún más la producción y cultivo hectáreas de uchuva.

Según ANALDEX (2018), el año mencionado anteriormente con el mayor dinamismo (2017) consiguió llegar a un total de USD FOB 27,8 millones en las ventas de exportación de ese año y para 2018 se lograron ventas por un valor total de USD FOB 32,4 millones, es decir, incrementaron en un 16,61%, como se puede apreciar en la figura 3.

Figura 3

Exportaciones de uchuva 2017-2018



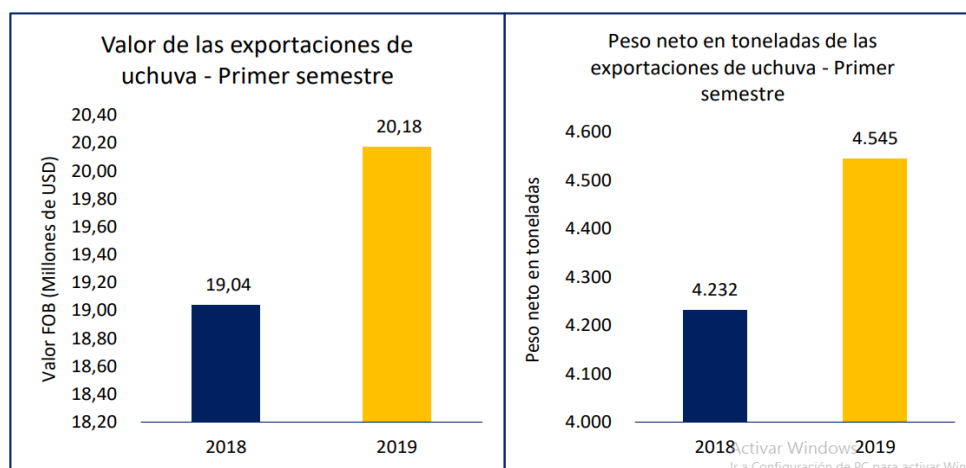
Fuente: Analdex, datos de Legiscomex.

Sin duda alguna y tomando en cuenta lo anteriormente, Colombia ha logrado sobrepasar pasar las expectativas de los años anteriores en la exportación de uchuva al mundo, incluso el

primer semestre del 2019 consiguió acrecentar aún más estos números, según ANALDEX (2019) Para el año anterior se indicó un valor de USD FOB 19,04 millones, mientras que para 2019 se registró un valor de USD FOB 20,18 millones, mostrando un crecimiento de 5,97%, como se puede apreciar en la figura 4.

Figura 4

Exportaciones de uchuva para el primer semestre 2018-2019



Fuente: Analdex, datos de Legiscomex.

Los principales 5 destinos de exportación, según Treid (2020), a los cuales se realizaron exportaciones de uchuva fueron Países Bajos con \$24'278.348 dólares (FOB), Reino Unido con \$2'893.627 dólares (FOB), Estados Unidos con \$1'961.287 dólares (FOB), Canadá con \$1'941.820 dólares (FOB) y Bélgica con \$1'636.283 dólares (FOB), cómo se puede apreciar en la figura 5.

Figura 5

Top 5 países destino de las exportaciones de uchuva en 2019



Fuente: (Treid, 2020).

Al mismo tiempo, según Treid (2020) Las 5 empresas con el mayor valor en ventas de uchuva al extranjero fueron Colombia Paradise SAS con \$6'228.689 dólares (FOB), Novacampo SAS con \$5'609.905 dólares (FOB), CI Caribbean Exotics SA con \$4'756.520 dólares (FOB), Ocati SA con \$4'371.159 dólares (FOB) y Frutas Comerciales SA con \$3'900.084 dólares (FOB), cómo se puede apreciar en la figura 6.

Figura 6

Top 5 empresas que exportaron uchuva en 2019

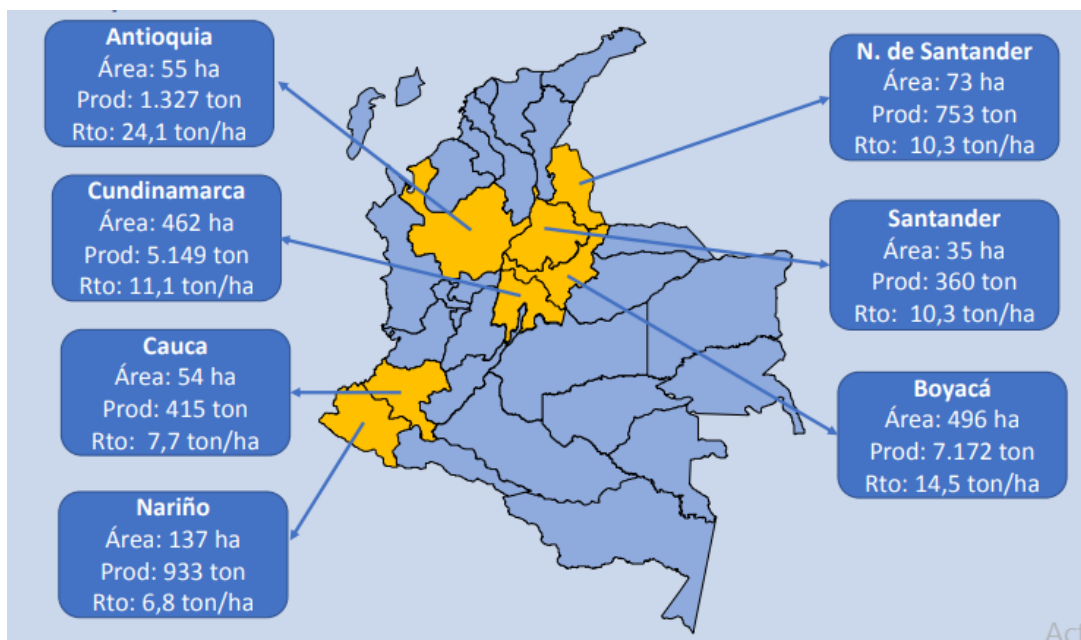


Fuente: (Treid, 2020).

7.1.2. Diagnóstico departamental (norte de santander) de la uchuva.

Figura 7

Zonas de producción de uchuva en Colombia 2019



Fuente: MinAgricultura.

Con respecto a la figura observada, el mapa muestra los departamentos de Colombia que actualmente tiene zonas cultivadas de uchuva en su territorio entre los que se encuentra el departamento de Norte de Santander con una producción de 753 toneladas de esta fruta para el año 2019, producción la cual consigue que el departamento se encuentre entre los primeros cinco departamentos de mayor producción superado por Boyacá con 7.172ton, Cundinamarca con 5.149ton, Antioquia con 1.327ton y Nariño con 933 ton, (MinAgricultura, 2019).

Según la información ya mencionada Antioquia es el departamento con mayor rendimiento llegando a tener un total de 24 toneladas por hectárea, lo que lo convierte en el departamento de mayor producción por área de cultivo. Según MinAgricultura (2019) en el 2018 los departamentos de Boyacá y Cundinamarca presentaron el 73% del total del área cultivada en

uchuva, con 38% y 35% respectivamente, lo mencionado anteriormente se puede ver con más claridad en la tabla 3.

Tabla 3

Área, producción y rendimiento departamental

| Dpto. | ÁREA SEMBRADA (Has.) | | | | ÁREA COSECHADA (Has.) | | | | PRODUCCIÓN (Ton.) | | | | RENDIMIENTO (Ton/HA.) | | | |
|-----------------|----------------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019* | 2016 | 2017 | 2018 | 2019* | 2016 | 2017 | 2018 | 2019* | 2016 | 2017 | 2018 | 2019* |
| Boyacá | 594 | 616 | 626 | 668 | 357 | 492 | 496 | 527 | 6.115 | 7.977 | 7.172 | 7.291 | 17,1 | 16,2 | 14,5 | 13,83 |
| Cundinamarca | 431 | 465 | 521 | 556 | 307 | 380 | 462 | 491 | 3.457 | 6.818 | 5.149 | 5.235 | 11,3 | 17,9 | 11,1 | 10,66 |
| Antioquia | 155 | 149 | 55 | 59 | 144 | 147 | 55 | 58 | 3.443 | 2.197 | 1.327 | 1.349 | 23,9 | 14,9 | 24,1 | 23,07 |
| Nariño | 96 | 130 | 159 | 170 | 61 | 104 | 137 | 146 | 509 | 624 | 933 | 949 | 8,3 | 6,0 | 6,8 | 6,51 |
| N. de Santander | 71 | 84 | 88 | 94 | 54 | 60 | 73 | 78 | 526 | 593 | 753 | 766 | 9,7 | 9,9 | 10,3 | 9,86 |
| Cauca | 53 | 53 | 51 | 54 | 43 | 43 | 54 | 57 | 344 | 344 | 415 | 422 | 8,0 | 8,0 | 7,7 | 7,35 |
| Santander | 64 | 64 | 105 | 112 | 47 | 33 | 35 | 37 | 638 | 336 | 360 | 366 | 13,6 | 10,2 | 10,3 | 9,83 |
| Tolima | 10 | - | - | - | 10 | - | - | - | 80 | - | - | - | 8,0 | | | |
| TOTAL | 1.474 | 1.561 | 1.605 | 1.713 | 1.023 | 1.259 | 1.312 | 1.395 | 15.112 | 18.889 | 16.109 | 16.377 | 12,5 | 11,9 | 12,1 | 11,7 |

Fuente: MinAgricultura.

En cuanto a área sembrada, área cosechada y producción, es evidente la brecha que hay entre el departamento de Norte de Santander y los demás departamentos, más sin embargo al llegar a la medición de rendimiento se puede observar que el departamento de Norte de Santander no se encuentra tan por debajo de los dos departamentos que lideran los tres aspectos previamente ya mencionados.

Es decir, departamentos como Boyacá y Cundinamarca que superan a Norte de Santander en los aspectos de siembra, cosecha y producción, no están muy lejos de ser superados por el rendimiento del departamento de Norte de Santander teniendo en cuenta que Boyacá solo consigue aventajar un 3,97 y Cundinamarca un 0,8 respecto a las toneladas por áreas sembradas incluso ya habiendo superado a Nariño por un 3,5.

Por esta razón se debe considerar el aumento tanto de la siembra como la cosecha y la misma producción pero sin descuidar el rendimiento y la calidad de la uchuva que se cultiva en el

municipio de Cúcota en el departamento de Norte de Santander, y así lograr con el tiempo un aumento considerable en estos aspectos ya mencionados y la superación de los actuales departamentos que lideran esta producción.

7.1.3. Diagnóstico a nivel municipal de la uchuva.

Figura 8

Mapa de Cúcota



Fuente: Google mapa.

En los diagnósticos anteriores se observó un resumen de la posición de Colombia frente a los demás países del mundo que también son productores de uchuva, respecto a nuestros números en términos de exportación y además de un breve análisis de los departamentos que son competidores potenciales en la producción de uchuva de Norte de Santander más específicamente la producción del municipio de Cúcota.

Así mismo este municipio viene fortaleciendo sus cultivos y extendiendo el número de hectáreas exportables desde el año 2019, puesto que desde inicios de este mismo año ya se habían proyectado el aumento de 10 nuevas hectáreas de uchuva para exportación comenzando por la entrega de 5.000 plántulas de uchuva, esto con el fin de fortalecer 17 parcelas las cuales según el periódico local La Opinión, llegarán con el objetivo de mejorar la producción y cosecha de esta fruta la cual está destinada a la exportación de los mercados de Estados Unidos y Europa.

Figura 9

Productores caqueteños



Fuente: La Opinión.

Así mismo con la entrega de plantas también se proporcionaron más herramientas, esto con el objetivo de aumentar el rendimiento de los cultivos. Para ese mismo año, algunos productores quienes estaban siendo beneficiados por la ejecución de un proyecto de cultivo que se estaba llevando a cabo fueron dotados de alambre para cercar cultivos, además de abonos e insumos entre otros.

Figura 10

Productores beneficiarios del proyecto de cultivo de uchuva



Fuente: La Opinión.

En cuanto a lo mencionado anteriormente, el mandatario municipal, Manuel Isidro Cañas, manifestó que el objetivo es conseguir que en el futuro Cácosta se convierta en el municipio que más producción tiene esta fruta en todo Norte de Santander. Buscando con esto que el municipio de Cácosta logre llegar a mercados norteamericanos y europeos en donde se es bien sabido lo apetecida y lo demandada por los consumidores que llega a ser esta fruta.

Ahora bien, con este reto en mente y los retos que estaban en puerta para lograr que la uchuva del municipio de Cácosta consiguiera captar la atención de estos compradores internacionales, los agricultores del municipio de Cácosta decidieron mejorar la producción, para cosechar con mejor calidad, haciendo uso de los beneficios y herramientas que se les estaban proporcionando.

Según palabras de Jesús Eduardo Araque Jaimes, representante legal de Asofrutas, explicó que, “en total la producción esperada es de 3.500 canastas cada semana, que equivalen a 25 toneladas, el doble de lo que alcanzaron a exportar el año pasado”, lo que demuestra un mayor compromiso por parte de los productores del municipio de Cúcota con el fin de que su fruta obtenga un puesto en los mercados internacionales.

Como resultado de todos estos esfuerzos y también del fortalecimiento de la producción de uchuva del municipio de Cúcota, según fuentes del periódico local de Cúcota, La Opinión, para finales de octubre del 2020 se consiguió que, 8 toneladas de uchuva fueran enviadas cada semana a las naciones de Europa

Figura 11

Hectárea de cultivo de uchuva de Cúcota



Fuente: La Opinión.

7.2. Elaborar un estudio de mercado para la definición del mercado internacional con mayor afinidad y oportunidades para la internacionalización de la uchuva del municipio de Cúcota.

Acerca de la elaboración del estudio de mercado que se llevará a cabo en este objetivo, ya se dio una idea primaria del potencial exportador de los países objetivos los cuales en este caso serían Países Bajos, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y Bélgica, quienes son los países mejor perfilados para este estudio como se pudo observar en la figura 5 y en la figura 6 las cuales resumen dicha información.

Teniendo en cuenta los países mencionados anteriormente se analizaron cinco criterios los cuales fueron; demografía, comercio exterior, condiciones de acceso, logística y mercado, así mismo de estos criterios, se desprenden sub-aspectos en todos y cada uno de estos escenarios para tener una mayor certeza sobre el mercado con el que se tenga mayor afinidad.

Para el desarrollo de este objetivo se optó por una matriz de selección de mercados con el fin de hacer una correcta recopilación de toda la información propuesta por los criterios ya mencionados a los que se les dará un porcentaje establecido el cual al final completara un 100%, además de esto cada sub-aspecto tendrá una calificación de 5 hasta 1, donde 5 será la mayor calificación y 1 será la menor.

En este orden de ideas criterio demográfico al cual se le dio un porcentaje del 10%, entra a jugar un papel importante en la matriz puesto que da un mayor conocimiento sobre el total poblacional, su cultura, su idioma incluso su religión, lo que permite que el acercamiento cultural sea mucho más correcto a la hora de entablar una negociación.

Al criterio de comercio exterior se le asignó un porcentaje de 25%, esta variable facilitara el conocer cómo está Colombia en términos comerciales a la hora de entrar a dicho país con el producto en cuestión, ya que entre sus sub-aspectos se encuentra información del crecimiento de las exportaciones, exportaciones colombianas del producto, además de participación de las exportaciones colombianas del producto.

También habrá datos económicos para saber cómo está el país en términos de inversión, competitividad, tratados y demás factores de importancia, de esta información se encargaron los sub-aspectos de aranceles preferenciales, doing business, balanza comercial, ranking competitivo y tasa de cambio.

Las condiciones de acceso obtuvo un porcentaje del 15%, este criterio dejará en claro la documentación requerida para tener un libre tránsito de la uchuva en dicho país además de aclarar la documentación de se debe de presentar en caso de llevarse a cabo en primera instancia un envío de muestra sin valor comercial a un cliente del país seleccionado.

El criterio logístico consiguió un porcentaje del 25%, tomando en cuenta la importancia que desempeña esta variable durante toda su cadena por lo cual sus sub-aspectos brindaran información que dejara claro cuáles son los puertos y aeropuertos más importantes, la frecuencia de salida de mercancías de país a país y las conexiones que debe hacer cada cargamento para llegar a su destino final.

Así mismo como el criterio de comercio exterior y el criterio logístico, el de mercado también es poseedor de un 25%, en esta variable los sub-aspectos se encargaron de dar seguridad

de cuáles son los canales de distribución, cuál es el segmento de mercado, la inflación, el consumo, el sistema de gobierno que rige dicho país, el riesgo de no pago y por último su P.I.B.

Tabla 4

Matriz selección de mercados

| Característica | Variable | Países Bajos | | | Reino Unido | | | Estados Unidos | | | Canadá | | | Bélgica | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------|---|-----------------------------------|---------------------------|---|-------------|----------------------------|---|----------------|-----|-----------------------------|-----------------------------|---|-----|----------------------------|----------------------------|-----|--------------------------|---------------------------|---------------------------|---|-----|---|--|--|---|-----|------|
| | | C | P | R | C | P | R | C | P | R | C | P | R | C | P | R | | | | | | | | | | | |
| Demografía | Género | Mujeres: 8.701 .077 | Hombres: 8.581 .086 | 2 | 0,2 | Mujeres: 33.74 6.076 | Hombres: 32.90 1.036 | 3 | 0,3 | Mujeres: 165.04 2.573 | Hombres: 161.64 4.928 | 5 | 0,5 | Mujeres: 18.67 3.975 | Hombres: 18.38 3.790 | 3 | 0,3 | Mujeres: 5.810 .693 | Hombres: 5.644 .826 | 2 | 0,2 | | | | | | |
| | Idioma | Neerlandés (holandés) | | | 2 | 0,2 | Inglés | | | 5 | 0,5 | Inglés | | | 5 | 0,5 | Inglés y Frances | | | 4 | 0,4 | Neerlandés (Holandés), Alemán y Frances | | | 3 | 0,3 | |
| | Cultura | Arte, arquitectura, danza, teatro | | | 5 | 10% | Música, arte, literatura, deporte | | | 5 | 10% | cine, música, baile, arquitectura, literatura | | | 5 | 10% | Deporte, música | | | 5 | 10% | Arte, gastronomía variada | | | 5 | 10% | 0,5 |
| | Religión | Católicos y protestantes | | | 5 | 0,5 | Cristianismo, islamismo, hinduismo, sijismo, judaísmo y budismo | | | 5 | 0,5 | Católico | | | 5 | 0,5 | Católicos y protestantes | | | 5 | 0,5 | Católicos y protestantes | | | 5 | 0,5 | |
| Comercio Exterior | Crecimiento de las importaciones respecto al año pasado | 3,85% | | | 3 | 25% | 8,61% | | | 5 | 25% | 3,64% | | | 3 | 25% | 3,97% | | | 3 | 25% | 0,83% | | | 1 | 25% | 0,25 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------------------|---|------|---------------------------------------|---|------|---------------------------------------|---|-----|---------------------------------------|---|------|---------------------------------------|---|------|
| Exportaciones colombianas del producto en 2019 (millones de dólares valor FOB) | US\$ 24'278.348 en valor FOB. | 5 | 1,25 | US\$ 2'893.627 millones en valor FOB. | 1 | 0,25 | US\$ 1'961.287 millones en valor FOB. | 1 | 0,1 | US\$ 1'941.820 millones en valor FOB. | 1 | 0,25 | US\$ 1'636.283 millones en valor FOB. | 1 | 0,25 |
| Participación de las exportaciones colombianas del producto en 2019 (%) | 67,42% | 2 | 0,5 | 9,57% | 1 | 0,25 | 4,96% | 1 | 0,1 | 4,87% | 1 | 0,25 | 5,29% | 1 | 0,25 |
| Tasa de crecimiento de las exportaciones colombianas 2020 | 0,16% | 2 | 0,5 | 0,08% | 1 | 0,25 | 0,57% | 5 | 0,5 | 0,14% | 2 | 0,5 | 0,12% | 2 | 0,5 |
| Aranceles preferenciales | Si | 5 | 1,25 | Si | 5 | 1,25 | Si | 5 | 0,5 | Si | 5 | 1,25 | Si | 5 | 1,25 |
| Doing business | 36° | 3 | 0,75 | 9° | 5 | 1,25 | 8° | 5 | 0,5 | 22° | 4 | 1 | 45° | 1 | 0,25 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|--|---|---|------|-------------|---|------|--|---|------|------------|--|------|-----------|---|------|------|------|
| | Balanza comercial (millones de dólares) | 77.729,30 | 5 | 1,25 | -231.390,80 | 1 | 0,25 | -975.906,70 | 1 | 0,5 | -23.037,80 | 1 | 0,25 | 24.702,90 | 3 | 0,75 | | |
| | Ranking competitivo | 4° | 5 | 1,25 | 9° | 3 | 0,75 | 2° | 5 | 0,5 | 14° | 3 | 0,75 | 22° | 2 | 0,5 | | |
| | Tasa de cambio (USD) | 0,8223 | 5 | 1,25 | 0,7359 | 5 | 1,25 | 1 | 4 | 0,4 | 1,2788 | 3 | 0,75 | 0,8223 | 5 | 1,25 | | |
| Condiciones de Acceso | Documentos requeridos | 1 factura comercial • Certificados de bienes sujetos a derechos preferenciales • Licencia de importación para: consultar información completa del país. | 4 | 1,5% | 0,6 | 3 | 1,5% | 0,45 | 2 | 1,5% | 0,3 | 1 | 1,5% | 0,15 | 1 | 1,5% | 0,15 | |
| | | La factura comercial en original y tres copias. • Certificado de origen ó certificado de exportación. • Certificado de origen ó certificado de movimiento, donde se reclama la tarifa preferencial. | | | | | | Documento de transporte • Factura comercial (con tres copias), emitido por el vendedor, con el valor por unidad y total, y la descripción de la mercancía. • Manifiesto de carga o ingreso, "formulario de aduana 7533" o Despacho Inmediato "formulario de aduana 3461" | | | | Para envíos con valor menor a \$1.600 CAD (Dólar Canadiense), se requieren tres (3) facturas comerciales. • Para envíos con valor mayor o igual a \$1.600 CAD (Dólar Canadiense), se requieren tres (3) facturas expedidas por la Aduana de Canadá completamente diligenciadas y firmadas por la misma. | | | 3 facturas comerciales, las cuales deben contener una explicación detallada de los bienes. • Licencia de importación para animales vertebrados, abejas y productos no creados para el consumo humano (NHC) • Certificado de origen en algunos casos, obligatorio para las siguientes mercancías 3 facturas comerciales, las cuales deben contener una explicación | | | 0,15 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|-----------------------------|---|---|-----------|---|---|---|--|---|---|---|---|--|--|---|----------|
| | | | | | | | | | | | | | <p>categorias restringidas como productos de origen animal.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Con valor comercial: Las normas de envíos comerciales. Sin valor comercial: 2 facturas Pro Forma y la licencia de importación si el artículo cae bajo las categorías restringidas como productos de origen animal. - Con valor comercial: Las normas de envíos comerciales. | | | |
| Logística | Puertos más importantes | 1. Puerto de Rotterdam. 2. Puerto de Amsterdam. | 5 | 1, 2 5 | 1. Puerto de Felixstowe. 2. Puerto de Londres. | 4 | 1 | 1. Puerto de Los Angeles. 2. Puerto de Long Beach. | 4 | 1 | 1. Puerto de Vancouver. 2. Puerto de Montreal. | 4 | 1 | 1. Puerto Amberes. 2. Puerto Gante. | 4 | 1 |
| | Aeropuertos más importantes | 1. Amsterdam Airport Schiphol. 2. Rotterdam / The Hague Airport. | 5 | 1, 2 5 | 1. Aeropuerto de Aberdeen. 2. Aeropuerto de Inverness. | 4 | 1 | 1. Aeropuerto Internacional Hartsfield-Jackson. 2. Aeropuerto Internacional de Los Angeles. | 4 | 1 | 1. Aeropuerto Internacional Toronto Pearson. 2. Aeropuerto Internacional de Vancouver. | 4 | 1 | 1. El Aeropuerto de Bruselas-National. | 3 | 0,7 5 |

| | Frecuencia | 7 Días | 5 | 1,25 | 7 Días | 5 | 1,25 | 7 Días | 5 | 1,25 | 7 Días | 5 | 1,25 | 7 Días | 5 | 1,25 |
|----------------|--------------------------------|---|---|------|---|---|------|---|---|------|---|------|------|---|---|------|
| | Conexiones | Directo - Indirecto | 5 | 1,25 | Directo - Indirecto | 5 | 1,25 | Indirecto - Directo | 5 | 1,25 | Indirecto - Directo | 5 | 1,25 | Directo - Indirecto | 5 | 1,25 |
| Mercado | Canales de distribución | El canal de distribución para frutas exóticas en la Unión Europea cuenta con un sistema que se basa principalmente en grandes importadores y agentes que se encargan de comprar la fruta a los productores directamente y distribuirla en el mercado hacia supermercados, mayoristas y minoristas (tiendas especializadas, centros de distribución local, restaurantes u hoteles) | 3 | 2,5% | 0,75 | 3 | 2,5% | 0,75 | 4 | 2,5% | 1 | 2,5% | 2 | 0,5 | 3 | 0,75 |
| | Segmento de mercado | 69% | 5 | 1,25 | 10,20% | 2 | 0,5 | 4,50% | 1 | 0,25 | 4,70% | 1 | 0,25 | 5% | 1 | 0,25 |
| | | El canal de distribución para frutas exóticas en la Unión Europea cuenta con un sistema que se basa principalmente en grandes importadores y agentes que se encargan de comprar la fruta a los productores directamente y distribuirla en el mercado hacia supermercados, mayoristas y minoristas (tiendas especializadas, centros de distribución local, restaurantes u hoteles) | | | El canal de distribución para frutas exóticas en la Unión Europea cuenta con un sistema que se basa principalmente en grandes importadores y agentes que se encargan de comprar la fruta a los productores directamente y distribuirla en el mercado hacia supermercados, mayoristas y minoristas (tiendas especializadas, centros de distribución local, restaurantes u hoteles) | | | El canal que se recomienda para la exportación de alimentos a Estados Unidos es a través de agentes. Este es el canal más usado para grandes cadenas minoristas que compran al por mayor. En algunos casos los brokers también se vuelven una alternativa para lograr ingresar de manera efectiva al mercado estadounidense. Estos actúan como representantes de los productores o fabricantes de los alimentos en el mercado, y facilitan las ventas entre estos y los minoristas. | | | Para los canadienses es muy importante contar con toda la información sobre los productos ofrecidos, de igual manera la ficha técnica de los mismos y disponibilidad, fotos de productos y cultivos, beneficios de los productos y certificaciones. Es importante que exista personal bilingüe en la compañía responsable de las comunicaciones con los compradores. Para todo debe haber una versión en inglés y, de ser posible, otra en francés. | | | El canal de distribución para frutas exóticas en la Unión Europea cuenta con un sistema que se basa principalmente en grandes importadores y agentes que se encargan de comprar la fruta a los productores directamente y distribuirla en el mercado hacia supermercados, mayoristas y minoristas (tiendas especializadas, centros de distribución local, restaurantes u hoteles) | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|--|-------------|---|------|-------------------------|---|-------|--------------------------------|---|-------|--------------------------------|---|-------|---|---|------|
| | Inflación (2019) | 2,40% | 2 | 0,5 | 0,30% | 5 | 1,25 | 1,20% | 3 | 0,75 | 1,00% | 3 | 0,75 | 0,40% | 4 | 1 |
| | Consumo | 68,00% | 5 | 1,25 | 8,10% | 1 | 0,25 | 5,50% | 1 | 0,25 | 7,40% | 1 | 0,25 | 11% | 2 | 0,5 |
| | Sistema de gobierno | Democracia | 5 | 1,25 | Monarquía parlamentaria | 4 | 1 | Gobierno federal y democrático | 4 | 1 | Gobierno federal y democrático | 4 | 1 | Monarquía constitucional y una democracia parlamentaria | 4 | 1 |
| | Riesgo de no pago | Aaa | 5 | 1,25 | Aa3 | 5 | 1,25 | Aaa | 5 | 1,25 | Aaa | 5 | 1,25 | Aa3 | 5 | 1,25 |
| | P.I.B. 2019 (miles de millones de dólares) | 907.072M.\$ | 4 | 1 | 2.824.850M.\$ | 3 | 0,75 | 21.433.200M.\$ | 2 | 0,5 | 1.712.479M.\$ | 3 | 0,75 | 533.110M.\$ | 5 | 1,25 |
| Total | | | | 23,6 | | | 19,85 | | | 15,95 | | | 17,15 | | | 17,3 |

Fuente: Elaboración propia con información suministrada de Procolombia (2019), Treid (2020), Dian (2020), Datosmacro (2020), legiscomex (2019)

7.2.1. Justificación del país seleccionado.

En consecuencia, después de realizar la matriz de selección de mercados y hacer la aplicación de los criterios antes mencionados se determinó que el mercado más a fin con el producto en cuestión es Países Bajos (Holanda), dado que el puntaje obtenido por este país ha sido de 23,6 lo que lo posiciona como el mercado con más oportunidades de entrada comercial para los productores de uchuva de la asociación de ASOFRUTAS.

Así mismo este país cuenta con afinidad cultura en algunos aspectos con nuestro país lo que permite la facilidad de una negociación más objetivo y directa esto con el fin de que la entrada de la uchuva de Cécota llegue a estar presente en este mercado y logre una rápida aceptación, otro punto a resaltar que favorece la entrada a este mercado es el poder adquisitivo con el que cuentan sus habitantes ya que su salario mínimo es de 1.684,8 € al mes.

Si se toma en cuenta que el producto en sí se exporta en bruto esto le permite al mismo ser bastante asequible para el consumidor holandes, además del notable aumento en las exportaciones de uchuva a este país y demás condiciones favorables como lo son la logística al poder contar con el puerto de Rotterdam, teniendo en cuenta que este es el principal hub de Europa y del mundo debido a que es donde gran parte de líneas marítimas conectan y distribuyen cargas a diferentes lugares en el mundo. (PROCOLOMBIA, 2019)

En conclusión Países Bajos cuenta con todos los aspectos necesarios para ser el mejor candidato por encima de los demás países seleccionados, está es una oportunidad que fortalecerá las exportación de uchuva de la asociación de ASOFRUTAS del municipio de Cécota, pronosticando incluso en aumento de las exportaciones ya hechas por la asociación hacia los

mercados europeos en 2020 según la información previamente analizada en el primer objetivo del presente trabajo.

7.2.2. Estudio del mercado objetivo.

Figura 12

Mapa de Países Bajos



Fuente: Oficina de Información Diplomática (2019).

7.2.3. Aspectos generales.

Nombre Oficial: Reino de los Países Bajos.

Superficie: 41.500 Km², a los que hay que añadir 500 Km² de las islas caribeñas de Bonaire, Saba y San Eustaquio.

Límites: Los Países Bajos están situados en el Oeste del continente Euroasiático, a 52° de latitud Norte y 5° de longitud Este. Limita con Bélgica por el Sur, con la República Federal de Alemania por el Este y con el mar del Norte por el Norte y el Oeste. (Oficina de Información Diplomática, 2019)

Población: 17.399.821 habitantes (noviembre 2019).

Capital: Ámsterdam (873.200 habitantes, 2019). La sede del Gobierno está en La Haya (539.040, 2019).

Ciudades importantes: Róterdam (699.618 hab.), Utrecht (352.866 hab.), Eindhoven (231.642 hab.) (2019).

Idioma: Se habla una lengua germánica propia: el neerlandés (prácticamente idéntico al flamenco). En la provincia de Frisia se habla también el frisón.

Religión: Libertad de culto. Aunque Países Bajos es un país tradicionalmente calvinista, las últimas estadísticas revelan que hay un 22% de católicos, 6% de protestantes y un 6% pertenecen a la iglesia reformada. Hoy por hoy predominan quienes no practican ninguna religión (53%). Además, hay un importante grupo de musulmanes (5%) y otros cultos religiosos (5%).

Moneda: Euro

Forma de Estado: Los Países Bajos se configuran como una monarquía parlamentaria. La vida política se organiza en torno a las dos cámaras de los Estados Generales y el gobierno. El monarca forma parte del gobierno, aunque no lo preside.

Organización territorial: El parlamento neerlandés aprobó en abril de 2010 el proyecto de ley que modifica la estructura del Reino, que deja de estar compuesto de tres países (Países Bajos, Antillas Neerlandesas y Aruba) y pasa a contar con cuatro: los Países Bajos, Aruba, Curaçao y San Martín (Sint Maarten). Las otras tres islas (Bonaire, San Eustaquio y Saba) son entes territoriales especiales de los Países Bajos, así que sólo tendrán las competencias de un municipio y estarán sujetas a la constitución neerlandesa. (Oficina de Información Diplomática 2019)

N° de inmigrantes colombianos: Según información de Datosmacro (2019) en Países Bajos existen un total de 15.843 colombianos.

7.2.4. Geografía.

Según la Oficina de Información Diplomática (2019), una cuarta parte de la superficie del país está por debajo del nivel del mar. El punto más alto se encuentra en el extremo Sureste, a 321 metros. El país es llano y está densamente poblado. Por su climatología y condiciones geológicas, cuentan con la variedad de vegetación propia de un clima continental atemperado por el Atlántico.

7.2.5. Indicadores sociales.

- **Población urbana (2018):** 91,5%
- **Densidad (2019):** 513 habitantes por km²
- **Índice Desarrollo Humano [valor numérico /n° orden mundial (2018)]:** 0,922 / 10° de 188 países
- **Tasa de fecundidad:** (2018) 1,59

- **Tasa de natalidad:** (1/1000) (2018) 9,80
- **Tasa de mortalidad:** (1/1000) (2018) 8,90
- **Esperanza de vida (años) para mujeres (2019):** 83,30
- **Esperanza de vida (años) para hombres (2019):** 80,2
- **Crecimiento anual (2018):** 0,39%
- **Tasa de analfabetismo:** 1% (2018)

7.2.6. Indicadores económicos.

Los Países Bajos son la sexta mayor potencia económica en la Eurozona euro y el quinto mayor exportador de bienes. El país está muy abierto al comercio y, en consecuencia, está expuesto a la coyuntura económica mundial. En los últimos años, la recuperación en Europa ha permitido que la economía holandesa crezca a un ritmo dinámico.

Según datos recogidos por Santandertrade, Holanda (Países Bajos) actualmente cuentan con excelentes ingresos per cápita, este ingreso se distribuye de una manera bastante ecuánime. El PIB per cápita está por encima del promedio de la UE y se estimó en 59.554 USD en 2019, como se puede apreciar en la tabla 5.

Tabla 5*Indicadores de crecimiento de Países Bajos*

| Indicadores de crecimiento | 2018 | 2019 | 2020 (e) | 2021 (e) | 2022 (e) |
|--|--------|---------|----------|----------|----------|
| PIB (miles de millones de USD) | 914,46 | 907,15e | 886,34 | 1,00 | 1,00 |
| PIB (crecimiento anual en %, precio constante) | 2,4 | 1,7e | -5,4 | 3,0 | 2,9 |
| PIB per cápita (USD) | 53 | 52e | 51 | 58 | 60 |
| Saldo de la hacienda pública (en % del PIB) | 0,9 | 1,0 | -7,2 | -4,5 | -1,7 |
| Endeudamiento del Estado (en % del PIB) | 52,4 | 48,4 | 59,3 | 61,1 | 61,0 |
| Tasa de inflación (%) | 1,6 | 2,7 | 1,2 | 1,5 | 1,5 |
| Tasa de paro (% de la población activa) | 3,8 | 3,4 | 5,5 | 4,5 | 4,0 |
| Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD) | 99,09 | 90,24 | 66,98 | 90,12 | 92,92 |
| Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB) | 10,8 | 9,9 | 7,6 | 9,0 | 8,8 |

.Fuente: Santandertrade (2020)

7.3. Establecer el proceso de distribución física internacional más adecuado para la exportación de uchuva hacia el mercado objetivo desde el municipio de Cécota.

7.3.1. Preparación.

7.3.1.1. Embalaje: Países Bajos (Holanda), es un país perteneciente a la UE y es por esta razón que a partir del 1 de marzo de 2005, este país se aplica la norma internacional para medidas fitosanitarias (NIMF 15), dicha norma se encarga de reducir el riesgo de dispersión de cualquier plaga o infección que esté relacionada con el embalaje de madera, esta medida fitosanitaria recae en: bloques, cajas, pallets, estibas y embalajes de madera y demás embarques.

De igual manera, los exportadores que estén usando embalajes de este tipo, se tienen que identificar como proveedores registrados y autorizados por el ICA, esto con el fin de asegurarse de que se encuentran en el cumplimiento de la aplicación del proceso fitosanitario de madera NIMF 15. (ProColombia, 2019)

7.3.1.2. Etiquetado de productos alimenticios: Según datos de EUR-Lex el reglamento (ue) nº 1169/2011 del parlamento europeo y del consejo del 25 de octubre de 2011, “sobre la información alimentaria facilitada al consumidor”, puesto que así se garantiza el derecho de los consumidores a estar debidamente informados estableciendo los principios, requisitos y responsabilidades principales para el etiquetado de los productos alimenticios que consumen. las Directivas 2000/13/CE, relativa al etiquetado de los productos alimenticios, y 90/496/CEE, relativa al etiquetado sobre propiedades nutritivas:

7.3.1.3. La calidad dual de los productos: El caso específico de los alimentos: Dado que es importante, todo lo concerniente esta cuestión, cuenta con medidas contundentes, esto con el fin de restablecer la confianza y la seguridad de los consumidores en el mercado único de la EU, la Comisión Europea de alimentos ha adoptado estas medidas con dos líneas de orientación:

- Un diálogo a través del Foro de Alto Nivel sobre la Mejora del Funcionamiento de la Cadena Alimentaria, con aquellas industrias alimentarias, autoridades nacionales y asociación de consumidores.
- Permitir a las autoridades nacionales competentes en materia alimentaria y protección del consumidor, facultad de investigar y enjuiciar a quienes no cumplan con la ley.

7.3.2. Unilitirizacion.

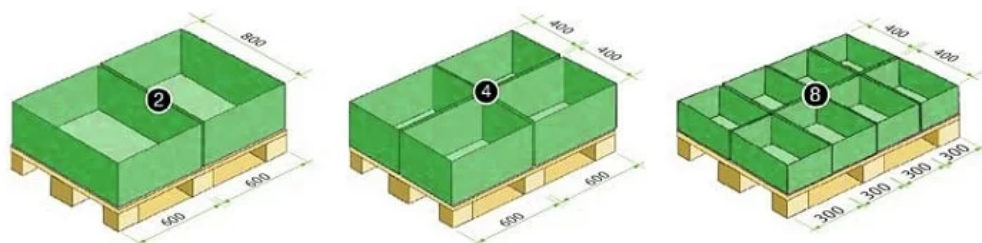
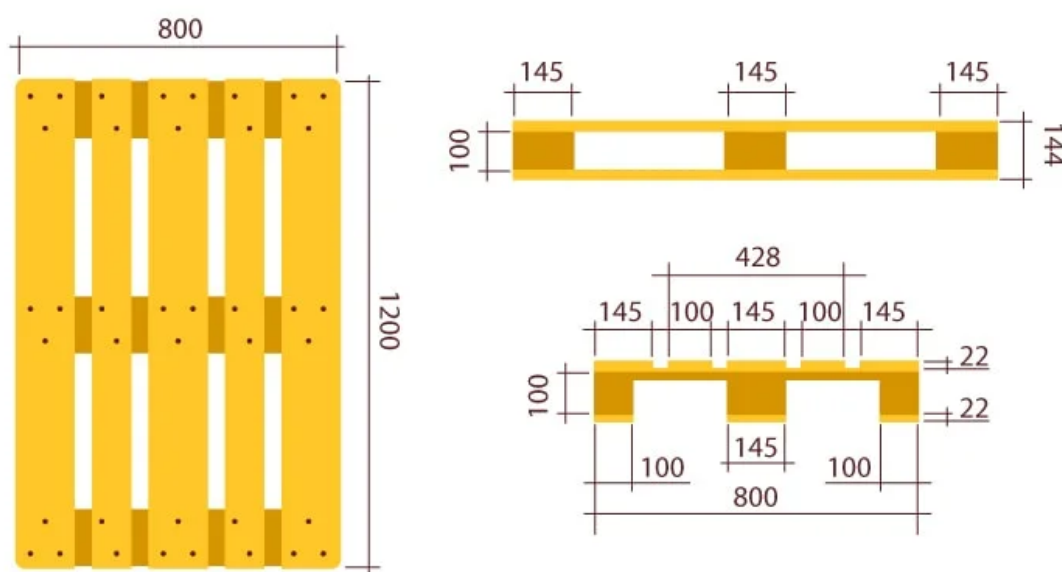
7.3.2.1. Paletización:

Según TRANSEOP (2019) El europalet o pallet europeo cuenta con unas medidas estándar que son de 1.200 x 800 mm esto con el fin de cumplir con el estándar establecido por la

Unión Europea. El europalet pesa alrededor de 25 kg y puede soportar cargas de hasta 1.500kg, gracias a dichas medidas estandarizadas de los europalets es posible calcular el estimado de la cantidad de unidades que se podrán introducir en un camión. En la figura 13 se pueden observar las dimensiones de un pallet europeo:

Figura 13

Dimensiones del pallet Europeo



Fuente: TRANSEOP.

7.3.2.2. Contenerización:

- El tipo de carga es carga refrigerada - fruta fresca.
- La uchuva es un producto perecedero que debe mantenerse refrigerado para que no pierda sus propiedades comerciales y nutritivas. Se debe evitar el transporte con sustancias que sean tóxicas, corrosivas o que importan olores. La calificación de la carga es fraccionada, unitarizada en estibas.
- El tipo de contenedor para la carga es un contenedor refrigerado con aire fresco o en atmósfera controlada. Como el que se puede apreciar en la siguiente imagen.

Figura 14

Contenedor refrigeradotizacion



Fuente: OCEAN Containers Trading S.I.

7.3.3. Manipuleo.

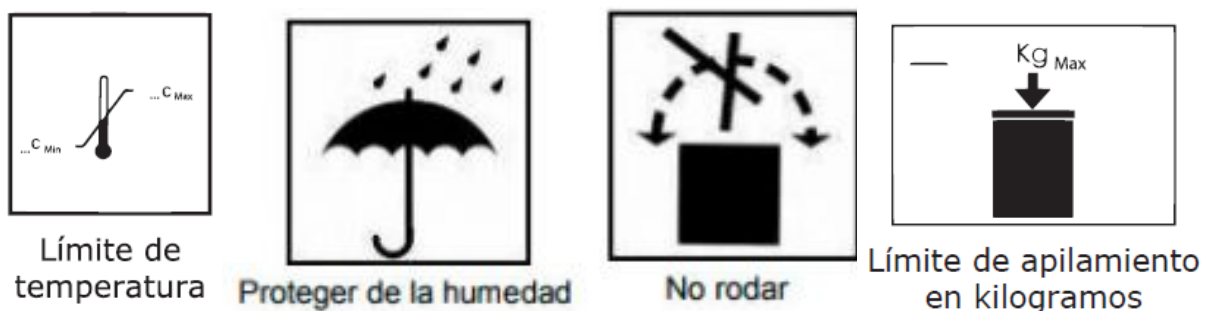
Según CALAMEO (2017) las uchucas tienen la piel delicada y por lo tanto deben ser tratadas con el debido cuidado durante la manipulación de la carga, las lesiones en la piel del fruto dan como resultado un deterioro rápido. La cadena de frío debe mantenerse a toda costa

dado que de no mantener estas condiciones podría correr el riesgo de un deterioro rápido, en tiempo húmedo (lluvia o nieve) la carga debe ser protegida de la humedad ya que hay otro tipo de riesgo de deterioro prematuro.

7.3.3.1. Pictogramas:

Figura 15

Pictogramas aplicados al embalaje



Fuente: Embarbox (2019).

7.3.4. Almacenamiento.

Según Legiscomex (2015), la venta por medio de múltiples canales es un método que cada vez está tomando mucha más importancia en este mercado. Ejemplo de esto es el desarrollo de algunas franquicias que se ha duplicado en los últimos 15 años y hoy este negocio totaliza

ventas por EUR 31.500 millones. seguido de lo leído anteriormente en Países Bajos se encuentran tres cadenas de supermercados que serían clientes potenciales para la uchuva que se quiere exportar desde el municipio de Cácosta, estas grandes cadenas de almacenes serían **Albert Heijn, Aldi y Jumbo**.

Figura 16

Logo de Albert Heijn



Fuente: https://www.nedac.com/klanten/share_image/.

Albert Heijn, es una marca holandesa reconocida en todo el mundo. No hay nada más típico que el famoso logo **ah** en azul-celeste característico del supermercado más famoso de los Países Bajos. El 27 de mayo de 1887 Albert Heijn decide comprarle a su padre la tiendita por la suma de 4643,23 gulden(flóres). Ya tenía una idea de lo que deseaba lograr, su lema era "que tanto pobres como ricos pudieran comprar en su tienda.

Rápidamente logró expandirse, en 1895 abrió una segunda tienda en Purmerend, y en el localcito de Oostzaan se dedicó él mismo a moler café. Así, comenzó su visión de expansión, con la venta de café molido y galletas caseras. Y poco a poco fue incrementando la variedad y calidad de sus productos, dándole a sus clientes la opción de comprar variedad. (Holanda Hispánica, 2012)

Figura 17

Logo de ALdi



Fuente: <https://www.realcommercial.com.au/news/spot-the-difference-aldi-changes-logo>.

Aldi es una cadena de supermercados de descuento de origen alemán. Durante los primeros años, en un contexto tan complicado como el de la Alemania de la posguerra tras la Segunda Guerra Mundial, la familia Albrecht decidió hacer algo tan sencillo como ayudar a sus vecinos a cubrir sus necesidades básicas con un precio adaptado a la realidad económica del país.

Actualmente, la marca de Aldi está compuesta por dos grandes grupos empresariales: ALDI Nord y ALDI Süd, con presencia en Europa, América del Norte y Australia. Ambos comparten la misma filosofía y dedicación por el cliente. En el caso de España, pertenecemos al grupo ALDI Nord, que con más de 75.000 colaboradoras y colaboradores también está presente en Alemania, Bélgica, Luxemburgo, Holanda, Dinamarca, Polonia, Francia y Portugal. (Aldi, 2020)

Figura 18

Logo de Jumbo



Fuente: <https://worldvectorlogo.com/es/logo/jumbo-supermarket>.

El 18 de octubre de 1979, Jan y Anita Meurs abrieron el primer supermercado Jumbo en una antigua iglesia en Tilburg. Fue nombrado en honor al elefante Jumbo como un acto de superar el nombre de una tienda rival local llamada Torro, que pertenecía a Van Eerd. En 1983, Van Eerd compró la tienda Jumbo a la familia Meurs y posteriormente se expandió, primero en las provincias del sur y luego en todo el país.

En mayo de 2006, se habían abierto 77 establecimientos en los Países Bajos. Juntos tienen una cuota de mercado del 3,4% en los Países Bajos a 1 de enero de 2006. La oficina central y el centro de distribución están situados en Veghel. Jumbo tiene tres centros de distribución regionales: Beilen, Drachten y Den Bosch. Con la apertura de Jumbo en Valthermond, Drenthe en octubre de 2005, hay un Jumbo en todas las provincias de los Países Bajos. Hasta la adquisición de C1000, había relativamente pocos Jumbos en Randstad.

7.3.5. Transporte.

7.3.5.1. Transporte nacional.

Para el transporte nacional de la carga se requiere un vehículo terrestre tipo camión el cual su cabina de carga debe de estar refrigerada, en función de contar con refrigeración o que cuente con aislamiento térmico. Pueden ser refrigerados, frigoríficos o isoterms, en este caso como se menciona anteriormente se utilizará un camión de carga refrigerada.

Tomando en cuenta que los camiones que suele ser usados en el transporte alimentos deben de tener estas especificaciones, esto con el fin de poder mantener fresca la uchuva y de esta manera conserve sus propiedades nutricionales durante el recorrido que en primera instancia se realizará de manera terrestre desde Cácuta Norte de Santander hasta el centro logístico de Nativa en Bogota.

Después de seleccionar la uchuva que será apta para exportación se parte desde Nativa hasta el Puerto de Santa Marta, por los datos recopilados en GOOGLE MAPS (2021) desde la asociación de ASOFRUTAS hasta el puerto destino incluyendo la parada en centro logístico de Nativa en Bogota, se debe recorrer aproximadamente 25h 26min con una distancia de 1.417 km.

7.3.5.2. Puerto de embarque.

Tabla 6

Rutas de frecuencia y tiempos de tránsito

| Puerto de embarque | Puerto de desembarque | Conexiones | Tiempo de tránsito aprox (días) | Frecuencia aproximada | Observaciones |
|--------------------|-----------------------|-------------------------------------|---------------------------------|-----------------------|---|
| SANTA MARTA | ROTTERDAM | TERMINAL MULTIPROPOSITO-NL | 12 | SEMANAL | N.A. |
| SANTA MARTA | ROTTERDAM | COLON-PA, NEW YORK-US | 30-37 | SEMANAL | N.A. |
| SANTA MARTA | AMSTERDAM | TERMINAL MULTIPROPOSITO-NL | 16 | SEMANAL | N.A. |
| SANTA MARTA | AMSTERDAM | COLON-PA, NEW YORK-US, ROTTERDAM-NL | 33-44 | SEMANAL | Conexión Rotterdam-Amsterdam intermodal |

Fuente: Legiscomex.

El puerto de embarque seleccionado es el puerto de Santa Marta, esto tomando en cuenta datos del tiempo, donde aseguran que gracias a un acuerdo comercial, el puerto de Santa Marta cuenta desde enero del 2018 con una nueva frecuencia marítima de contenedores con Europa del Norte, lo que fortalecerá la exportación de productos agrícolas refrigerados entre los que se encuentra la uchuva.

Al mismo tiempo según información del periódico El Tiempo, este puerto a inicios del año 2019 anunció que seguirá con el fortalecimiento en materia de exportaciones de productos del agro colombiano hacia el exterior, esta operación se hará efectiva gracias a la disposición de cuatro cuartos fríos de última tecnología los cuales facilitaron el manejo, inspección y transferencia adecuada de cargas refrigeradas.

7.3.5.3. Transporte internacional.

El transporte internacional que se utilizará será el transporte marítimo, además de contar con algunas ventajas según icontainers (2020), la localización geográfica de Países Bajos convierte dicho país en la puerta principal de entrada a toda Europa. El puerto de Róterdam es el único puerto de Países Bajos que permite cargas comerciales y por medio de él se llega fácilmente a gran parte de la EU. El transporte por vía marítima a Alemania, Reino Unido, Francia, Bélgica, Suiza o Italia, habitualmente se realiza a través del transporte terrestre o del ferrocarril desde Rotterdam hasta el destino final.

7.3.5.4. Puerto destino.

Actualmente la infraestructura portuaria con la que cuenta Países Bajos es idónea para la exportación, esto teniendo presente que tiene más de 40 puertos entre principales y auxiliares. Una de las mayores fortalezas de Países Bajos es que cuenta con el puerto de Rotterdam, por esta razón el puerto destino escogido es este, teniendo en cuenta también que es el principal hub de Europa y del mundo donde la mayoría de líneas marítimas conectan y distribuyen carga a diferentes lugares en el mundo Procolombia (2016), la ruta de frecuencia y tiempo entre el puerto de Santa Marta y Rotterdam se pueden ver en la tabla 7.

Tabla 7*Rotterdam puerto de desembarque*

| Puerto de embarque | Puerto de desembarque | Conexiones | Tiempo de tránsito aprox (días) | Frecuencia aproximada | Observaciones |
|---------------------------|------------------------------|----------------------------|--|------------------------------|----------------------|
| SANTA MARTA | ROTTERDAM | TERMINAL MULTIPROPOSITO-NL | 12 | SEMANAL | N.A. |
| SANTA MARTA | ROTTERDAM | COLON-PA, NEW YORK-US | 30-37 | SEMANAL | N.A. |

Fuente: Legiscomex.

7.3.6. Costos de exportación.

Tabla 8

Matriz de costos



MATRIZ DE COSTOS DE D.F.I. POR MODALIDAD DE TRANSPORTE

| | | | |
|---------------------------------|-------|---|--------------------------|
| INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO | I | PRODUCTO: Nombre Técnico o Comercial | Uchuva/Golden gooseberry |
| | II | POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS EXPORTADOR) | 08.10.90.50.00 |
| | | POSICIÓN ARANCELARIA (PAÍS IMPORTADOR) | 08.10.90.20.90 |
| | III | UNIDAD COMERCIAL DE VENTA | USD \$ |
| | IV | VALOR EX-WORKS POR UNIDAD COMERCIAL | 4 |
| | V | EMPAQUE | 40,00 |
| DIMENSIONES | | 40 cm x 30 cm | |
| INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE | VI | ORIGEN: / PAÍS - PUNTO DE CARGUE | Puerto de Santa Marta |
| | VII | DESTINO / PAÍS - PUNTO DE DESEMBARQUE - ENTREGA | Puerto de Rotterdam |
| | VII I | PESO TOTAL KG/TON | 12.150 |

| | | | |
|---------------------------------|-------|---------------------------------|---------------|
| | IX | UNIDAD DE CARGA | PAPELLT |
| | X | UNIDADES COMERCIALES | 4.680 |
| | XI | VOLUMEN TOTAL EMBARQUE CM3 - M3 | - |
| OTRA INFORMACIÓN DE IMPORTANCIA | XII | TÉRMINO DE VENTA (INCOTERM) | FOB |
| | XII I | FORMA DE PAGO Y TIEMPO | CARTA CREDITO |
| | XI V | TIPO DE CAMBIO UTILIZADO | 3.738,00 |

| CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN | | | MARÍTIMO | | | AEREO | | |
|-----------------------------|---|--------------------------------------|----------------|-------------|---------------|----------------|-------------|---------------|
| | | | Costo Unitario | Costo Total | TIEMPO (DÍAS) | Costo Unitario | Costo Total | TIEMPO (DÍAS) |
| PAÍS EXPORTADOR | A | VALOR EXW | 1.05 | 2.000,00 | 4,00 | 0,000 | | |
| | | <i>Costos Directos</i> | | | | | | |
| | 1 | EMPAQUE | 0.026 | 40,00 | | 0,000 | | |
| | 2 | EMBALAJE | 0.048 | 75,00 | | 0,000 | | |
| | 3 | UNITARIZACIÓN | 0.017 | 26,00 | | 0,000 | | |
| | 4 | MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR | 0.023 | 35,00 | | 0,000 | | |
| | 5 | DOCUMENTACIÓN | 0.013 | 20,00 | | 0,000 | | |
| | 6 | TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE) | 0.107 | 166,00 | | 0,000 | | |
| | 7 | ALMACENAMIENTO INTERMEDIO | 0.064 | 100,00 | | 0,000 | | |
| | 8 | MANIPULEO PREEMBARQUE | 0.013 | 20,00 | | 0,000 | | |

| | | | | | | | | | |
|------------------------|----|-----------------------------------|--------------------------|----------|------|-------|-----|------|--|
| | 9 | MANIPULEO EMBARQUE | 0,023 | 35,00 | | 0,000 | | | |
| | 10 | SEGURO | 0,019 | 30,00 | | 0,000 | | | |
| | 11 | BANCARIO | 0,000 | | | 0,000 | | | |
| | 12 | AGENTES | 0,045 | 70,00 | | 0,000 | | | |
| | | | Costos Indirectos | | | | | | |
| | 13 | ADMINISTRATIVOS - Costo Indirecto | 0,064 | 100,00 | - | 0,000 | - | - | |
| | 14 | CAPITAL-INVENTARIO | 0,000 | - | | 0,000 | - | - | |
| | | COSTO DE LA DFI PAIS EXPORTADOR | 0,000 | - | | 0,000 | - | | |
| | B | VALOR: FCA No Incluye Embarque | 1,264 | 1.965,00 | | 0,000 | - | - | |
| | C | VALOR: DAP* | | N/A | | 0,000 | - | - | |
| | D | VALOR: FAS No Incluye Embarque | 1,725 | 2.682,00 | | | N/A | | |
| | E | VALOR: FOB | 1,747 | 2.717,00 | 4,00 | | N/A | | |
| TRÁNSITO INTERNACIONAL | 1 | TRANSPORTE INTERNACIONAL | 0,000 | - | | 0,000 | - | | |
| | F | VALOR CFR | 1,747 | 2.717,00 | | | N/A | | |
| | G | VALOR CPT | 1,747 | 2.717,00 | 0,00 | 0,000 | - | 0,00 | |
| | 1 | SEGURO INTERNACIONAL | 0,000 | | | 0,000 | - | | |
| | H | VALOR CIF | 1,747 | 2.717,00 | | | N/A | | |
| | I | VALOR CIP | 1,747 | 2.717,00 | 0,00 | 0,000 | - | 0,00 | |
| | 1 | MANIPULEO DE DESEMBARQUE | 0,000 | | | 0,000 | - | | |
| | | | Costos indirectos | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|-----------------|---|---|-------|----------|------|-------|-----|------|
| | 2 | CAPITAL-INVENTARIO | 0,000 | | | 0,000 | - | |
| | | COSTO DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL | 0,000 | - | | 0,000 | - | |
| | C | VALOR DAP** No Incluye Desembarque | 1,747 | 2.717,00 | | | N/A | |
| | J | VALOR DAT | 1,747 | 2.717,00 | 0,00 | 0,000 | - | 0,00 |
| PAÍS IMPORTADOR | 1 | TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR | 0,000 | | | 0,000 | - | |
| | 2 | ALMACENAMIENTO | 0,000 | | | 0,000 | - | |
| | 3 | SEGURO | 0,000 | | | 0,000 | - | |
| | C | VALOR DAP*** | 1,747 | 2.717,00 | - | 0,000 | - | - |
| | 1 | DOCUMENTACIÓN | 0,000 | | | 0,000 | - | |
| | 2 | ADUANEROS (IMPUESTOS) | 0,000 | | | 0,000 | - | |
| | 3 | AGENTES | 0,000 | | | 0,000 | - | |
| | 4 | BANCARIO | 0,000 | - | | 0,000 | - | |
| | | <i>Costos indirectos</i> | | | | | | |
| | 5 | CAPITAL-INVENTARIO | 0,000 | | | 0,000 | - | |
| | | COSTO DE LA DFI PAÍS IMPORTADOR | 0,000 | - | | 0,000 | - | |
| | K | VALOR DDP TOTAL | 1,747 | 2.717,00 | 4,00 | 0,000 | - | - |

Fuente: Elaboración propia con información suministrada de Procolombia (2020)

7.3.7. Seguro de la carga.

Como se ha mencionado anteriormente la exportación de la mercancía se hará por vía marítima partiendo desde el puerto de origen en de Santa Marta hasta el puerto destino en Rotterdam, por esto se debe de tomar en cuenta las inclemencias del tiempo o de la naturaleza que se puedan presentar a lo largo de ese recorrido, a causa de esto hay tres seguros importantes a tener en cuenta a la hora de hacer esa exportación, los cuales son:

7.3.7.1. Seguro todo riesgo: Este seguro se encarga de ofrecer una mayor cobertura, así como también proteger la carga frente a una amplia gama de factores externos. En consecuencia, este tipo de seguro cubrirá la mayor parte de los daños que se lleguen a generar en medio de distintas incidencias externas con las que la carga pueda llegar a encontrarse en el camino.

7.3.7.2. Póliza de riesgos identificados: Muy por el contrario a la póliza anteriormente mencionada, las pólizas de riesgos identificados sólo están obligadas a cubrir las pérdidas que se llegasen a presentar por causas que se especifican dentro de la póliza, algunos ejemplos de causas que podrían incluirse dentro de este tipo de póliza son:

- Colisión entre dos buques
- Hundimiento del barco.
- Condiciones meteorológicas adversas.

7.3.7.3. Avería gruesa: La denominada avería gruesa es aquel concepto marítimo que se aplica en caso de que se produzca un accidente a gran escala, está legalmente estipulada en el Art 347 de la LNM donde se define la avería gruesa como:

“Aquel incidente en el que ya sea de manera intencionada o razonablemente, es ocasionado un daño o un gasto que sea extraordinario; esto con el objetivo de salvaguardar los bienes comprometidos en un viaje que se lleve a cabo vía marítima con ocasión de estar todos ellos amenazados por un peligro”

7.3.8. Documentación.

7.3.8.1. Envíos comerciales:

- Información sobre el exportador y el importador (nombre y dirección)
- Solicitud de autorización de embarque (SAE)
- Solicitud de vistos buenos
- Emisión de la factura comercial.
- Lista de empaque.
- Descripción de los bienes (posición arancelaria, unidad de medida)
- Valor total de la factura
- Moneda de pago.
- Las condiciones de pago.

- Los términos de entrega de acuerdo con el Incoterm apropiado
- Medios de transporte.
- Declaración de valor en aduana
- Documentos de carga (documentación de transporte)
- Declaración de exportación Aduanera.
- Contrato de compraventa internacional

7.3.8.2. Términos de negociación internacionales.

Tomando en cuenta la información recopilada en este objetivo se seleccionarán incoterms para transporte marítimo y vías navales interiores, así que según ProColombia (2020), los incoterms que serán la mejor opción para la exportación del producto en cuestión (Uchuva) son: Ex-Works (EXW)/ En fábrica, Free Alongside Ship (FAS)/ libre al costado del buque, Free On Board (FOB)/ Libre a bordo, Cost, Insurance, and Freight (CIF)/ Coste, seguro y flete.

Más sin embargo para la aplicación del presente proyecto se usará el término de negociación internacional Free On Board (FOB)/ Libre a bordo, puesto que este término da la posibilidad de manejar la carga y con esto tener la seguridad de que en el instante en el que la mercancía se vaya a colocar dentro del barco, está aún mantenga no solo sus propiedades nutricionales sino también su valor.

7.3.8.3. Controles de las importaciones para el producto en los Países Bajos.

Figura 19

Controles de las importaciones

0810.90.20.90 : Frutas y frutos secos comestibles; cáscaras de cítricos o melones Las demás frutas frescas:

- Las demás:

-- Tamarindos, anacardos, lichis, yaca, níspero, maracuyá (...) pitahaya:

--- Las demás

| CONTROLES APLICADOS | | 1 Control de las Importaciones |
|--|---|--|
| AÑADIR / CVD Según la información disponible, no se aplica ningún ADD / CVD | | ● No se aplican controles |
| Contingente arancelario Según la información disponible, no se aplica ningún contingente arancelario | | ● No se aplican controles |
| Cuotas absolutas Según la información disponible, no se aplica ninguna cuota absoluta | | ● No se aplican controles |
| Requisitos de licencia Es posible que se requiera un certificado de importación | | ● Algunos controles podrían aplicarse |
| Autoridad de control: | Comisión Europea | |
| Alcance: | Productos orgánicos | |
| Notas: | Si las mercancías llevan una referencia a la producción ecológica en el etiquetado, la publicidad o los documentos de acompañamiento, el declarante debe presentar el certificado de inspección C644 a que se refiere el artículo 33 (1) (d) del Reglamento (CE) no 834/2007. (productos equivalentes). Si las mercancías no son productos equivalentes, se debe declarar el código Y929. Sin perjuicio de las medidas o acciones adoptadas de conformidad con el artículo 30 del Reglamento (CE) no 834/2007 y / o el artículo 85 del Reglamento (CE) no 889/2008, el despacho a libre práctica en la Comunidad de los productos no conformes con los requisitos de dicho Reglamento estará supeditada a la eliminación de las referencias a la producción ecológica del etiquetado, la publicidad y los documentos adjuntos. <i>Fuente: Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo de 28 de junio de 2007 sobre producción ecológica y etiquetado de productos ecológicos; Reglamento (CE) no 834/2007 del Consejo de 28 de junio de 2007 sobre producción ecológica y etiquetado de productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) no 2092/91</i> | |

Fuente: Santandertrade (2019).

7.4. Plantear las estrategias de internacionalización de la uchuva desde el municipio de Cácuta hacia los mercados locales, regionales y nacionales.

Elegir una u otra estrategia no obedece a un lineamiento específico puesto que la decisión se enfoca en conseguir la internacionalización a través del estudio y análisis de los datos previamente vistos, casi todos relacionados con el tipo de mercado, las posibilidades de una apertura de mercado, la cantidad de competidores, los precios, las normas fiscales, entre otros asuntos.

Seguido de lo anteriormente dicho y con el fin de llevar a cabo la internacionalización de la uchuva producida por los productores de la asociación de ASOFRUTAS en Cácuta Norte de Santander, se optó por la estrategia de exportación directa la cual irá acompañada de una matriz FODA cruzada que terminara de arrojar las estrategias finales para conseguir este objetivo.

Así mismo y para tener una mayor certeza a la hora de comenzar con el desarrollo de este objetivo también se tomará en cuenta la teoría del modelo de internacionalización de Uppsala, puesto que dicha teoría es aplicable a aquellas empresas que tienen la intención de internacionalizarse como es el caso de la asociación de ASOFRUTAS que busca internacionalizar la uchuva que se produce en el municipio de Cácuta Norte de Santander.

Dicha teoría también argumenta que las empresas tienden a tener dificultades a la hora de internacionalizarse por el desconocimiento de los mercados internacionales, (Johanson y Vahlne, 1977), es por esto que se tomara en cuenta toda la información recopilada en los objetivos anteriores además de la recopilada en este mismo para minimizar los riesgos que se llegasen a presentar al entrar a los mercados internacionales.

7.4.1. Exportación directa.

Esta estrategia es la más habitual entre las empresas que son primerizas en el tema de la exportación de sus productos o que buscan la entrada a mercados internacionales, aun así para seguir por este camino la empresa debe tener conocimiento de algunos canales básicos de distribución que ayudaran en este proceso; dichos cuales son la venta directa, los agentes, el distribuidor y la subsidiaria comercial.

- **Venta directa:** El exportador identifica cuáles son sus clientes y el mercado al cual desea ingresar por medio de sus vendedores quienes se encargan de conectar a la asociación con dichos clientes que para efecto del presente proyecto serán los tres cadenas comerciales de supermercados (Alber Heijin, Aldi y Jumbo) que se mencionan en tercer objetivo de este proyecto.
- **Agentes:** En este escenario para conseguir un resultado eficiente y que este concuerde con los intereses de este objetivo, se debe de contar un agente aduanal que no solo sea eficiente en su labor sino que también contenga un vasto conocimiento en el producto en cuestión (uchuva).
- **Distribuidor:** Es importante tener en cuenta que el distribuidor debe de ser especialista o en su defecto tener conocimiento sobre el tipo de carga así como también el manipuleo que requiere la misma, en este caso tomando en cuenta que se trata de una carga de fruta con un trato muy cuidadoso desde el momento de su carga hasta el momento de su desmonte en el puerto seleccionado en el tercer objetivo del presente proyecto.
- **Subsidiaria comercial:** Llegados a este paso, solo queda terminar de cerrar el trato con el cliente final lo cual sería la entrega de la mercancía en perfecto

estado, en las condiciones pactadas, en el precio pactado y al contacto acordado, lo cual se llevará a cabo una vez se cumplan los términos de negociación mencionados al final del tercer objetivo de este proyecto.

Dicho lo anterior, se hará mención a algunas ventajas y desventajas que según (Diario El Exportador, 2021) tiene esta estrategia en el campo que se desarrolla.

- **Ventajas:**

- Mayores ganancias.
- El manejo propio de las intervenciones que realice la empresa.
- Mejor entendimiento del mercado y control de la cartera de clientes.
- Relación directa con los clientes del mercado meta.
- Servicio directo de post-venta por parte de la empresa.

- **Desventajas:**

- Se necesita una gran inversión en infraestructura (oficinas y espacios de comercialización).
- Más presencia en los puntos de venta.
- Pago de costos fijos para cubrir las exportaciones de productos.
- Se debe pensar en costos de seguridad social para empleados y demás prestaciones que están dictaminadas por la legislación del país.
- Modernización periódica del sistema fiscal de cada país.

7.4.2. Modelo de internacionalización de Uppsala.

Según Cardozo, Chavarro & Ramirez (2005-2006) citando a Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) afirman que “Este modelo indica que la empresa incrementará

gradualmente los recursos comprometidos en un país a medida que va adquiriendo experiencia de las actividades que realizan en dicho mercado” (p. 10). Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto y con el fin de desarrollar una estrategia de mercado además de formar parte de las bases teóricas citadas en el presente proyecto, este modelo sumado a la estrategia de exportación directa le permitirá a la asociación de ASOFRUTAS dos puntos claves en el desarrollo de esta estrategia que son, el uso de los datos e información que se ha recopilado a lo largo de este proyecto y la retroalimentación que se irá dando en el proceso de aplicación del mismo.

7.4.3. Matriz foda cruzada.

Tabla 9

Matriz FODA cruzada.

| Asociación | Fortalezas. | Debilidades. |
|-------------------|--|---|
| ASOFRUTAS. | <ul style="list-style-type: none"> - Nuevas alianzas hechas para conseguir un crecimiento de la asociación en temas logísticos. - El crecimiento de hectáreas de uchuva cosechada por la asociación y el aumento de su fuerza productiva. - Contar con un gran número de fincas tecnificadas y certificadas | <ul style="list-style-type: none"> - La variación de precios que ha presentado el mercado en el último año. - La dependencia de terceros para poder exportar la uchuva a U.E. - No contar con la aprobación y certificación del ICA para poder montar un centro logístico propio para clasificar la uchuva entre la que está apta para exportación de la que no. |

| | | |
|--|---|--|
| | aptas para la producción de uchuva. | |
| Oportunidades. | Estrategia FO. | Estrategia DO. |
| <ul style="list-style-type: none"> - La ampliación de conocimiento con el objetivo de estandarizar la uchuva - El estudio de producto de innovación para organizaciones internacionales. - Convocatorias para fincas certificadas en global G.A.P. - Las exportaciones que se han venido haciendo a mercados europeos con el fin de comenzar un proceso de internacionalización. | Logrando las alianzas con el fin de conseguir montar un centro logístico se disminuiría el lead time para entregar la mercancía en el país objetivo, esto acompañado de la oportunidad de llegar en menor tiempo y con la mejor calidad al cliente final. | Principalmente la asociación debe de conseguir las certificaciones requeridas por el ICA para poder montar su propio centro logístico en Cúcota y una vez conseguido esto se pueden aprovechar aún más las oportunidades de conocimiento, innovación, tecnificación y mejorar su competitividad en tiempos de entrega tanto a nivel nacional como internacional. |
| Amenazas. | Estrategia FA. | Estrategia DA. |
| <ul style="list-style-type: none"> - No contar con la maquila necesaria para encargarse del proceso logístico después de ser cosechada la uchuva. | Al contar con nuevas alianzas la asociación será mucho más competitiva no solo en el tema logístico sino también en el compromiso que tiene | Una vez que la asociación se haga de los permisos y certificaciones exigidas por el ICA para montar su centro logístico, deberá de plantear la estrategia de la |

| | | |
|---|--|--|
| <p>- Falta de estandarización del producto</p> <p>- La pérdida de interés de los productores por cultivar uchuva.</p> | <p>como asociación de acrecentar su producción lo cual ayudará a conseguir un mayor cubrimiento de la demanda internacional además de poder estandarizar más el producto</p> | <p>exportación directa, esto con el fin de aprovechar al máximo las oportunidades latentes en los mercados internacionales y fortalecerse aún más como asociación.</p> |
|---|--|--|

Fuente: elaboración del autor del proyecto.

Entrevista.

La entrevista hecha por el autor del presente proyecto se llevó a cabo el día miércoles 19 de mayo del año 2021, el objetivo de la entrevista fue el conseguir una sapiencia mucho más amplia y mucho más clara acerca de cómo se encuentra la asociación actualmente tomando en cuenta los estragos que la pandemia ha dejado en el último año y con esto dejar en claro la importancia que puede llegar a tener el proyecto.

Según la información el señor Jesús Eduardo Jaimes Araque, la asociación ha venido trabajando en pro de llegar a muchos más mercados internacionales entre ellos el mercado de Países Bajos qué es el país seleccionado en este proyecto dando a conocer incluso la certificación de algunas de las fincas de la asociación en globales G.A.B. (Buenas Prácticas Agrícolas).

Seguido de esto el presidente de la asociación dejó en claro la intención que tienen de llegar a construir un centro logístico en el municipio de Cácosta, de la mano de algunas alianzas con empresas interesadas en exportar la fruta producida por la asociación de Asofrutas entre la que se encuentra la uchuva, más sin embargo tiene muy en claro que el llegar a conseguir el centro logístico es imperativo para ayudar a la asociación.

Ahora bien en estos últimos meses la asociación se ha adentrado en convocatorias nacionales e internacionales para darse a conocer ante futuros clientes que puedan a llegar a ser muy importantes para el aumento competitivo y económico de la misma, a continuación se encuentran las preguntas hechas por el autor del presente proyecto al presidente de la asociación de Asofrutas el señor Jesús Eduardo Jaimes Araque.

Según la información suministrada por el representante de las Asociación Asofrutas la información obtenida coincide con la información secundaria que se obtuvo en cuanto a cifras de

producción posibles internacionales, cultivos, tecnificación de fincas productoras entre otros temas.

Técnicas.

La técnica usada para la recolección de información fue una entrevista semi estructurada que se llevó a cabo en una reunión que se tuvo con el líder de la asociación de Asofrutas el señor Jesús Eduardo Jaimes Ataques, entrevista la cual se puede apreciar en la parte de arriba donde se encuentra un breve resumen de la información recopilado en la misma.

Conclusiones.

- Según la información recopilada se observa que la mayor producción de uchuva en Colombia fue en 2014, sin embargo en los últimos años se ha superado la producción de dicho año llegando a obtener un incremento del 27% en la producción de uchuva.
- Según la información secundaria consultada en el desarrollo del anterior objetivo se puede concluir que Colombia es el productor número 1 de uchuva en el mundo puesto que es la variedad Colombiana que se produce en Colombia es la más apetecida en el mundo.
- Así mismo, en 2015 se evidenció una disminución en el número de áreas cosechadas, esto debido a que las principales regiones productoras presentaron problemas fitosanitarios.
- Según MinAgricultura (2019), Boyacá es el mayor productor de uchuva a nivel departamental llegando a tener una producción de 7.172ton en el año 2019.
- De la misma manera, en términos de exportación el año con mayor dinamismo en este campo fue el 2017 con un total de 6.333ton que fueron exportadas principalmente a Países Bajos, Alemania, Reino Unido, Estados Unidos, Ecuador y Canadá.
- En concordancia con la información consultada en este objetivo se observa que para el 2018 el valor FOB de las exportaciones fue del 16,61%. superando las exportaciones del año inmediatamente anterior.
- Según la información de ANALDEX (2019), en materia de exportaciones para este mismo año Colombia llegó en el primer semestre a registrar un valor de USD FOB 20,18 millones, superando los USD FOB 19,04 del año 2018.

- Según la información obtenida del MinAgricultura (2019) en el 2018 los departamentos de Boyacá y Cundinamarca presentaron el 73% del total del área cultivada en uchuva, con 38% y 35%, según reportes de la fuente mencionada anteriormente.
- Se evidencia un importante impulso en materia de siembra desde el municipio de Cácuta al conseguir la proyección y cultivo de 10 nuevas hectáreas en el 2019.
- Teniendo en cuenta la información recopilada sobre el municipio de Cácuta, se denota un alto desarrollo en los cultivos que va dirigido a lograr una presencia directa y permanente en los mercados de Estados Unidos y Europa.
- Así mismo, gracias al compromiso y la mejora de los cultivos de uchuva en Cácuta, este municipio consiguió exportar 8 toneladas de uchuva semanalmente a mercados europeos, esta información según el periódico de circulación departamental.
- Según la información recopilada en este objetivo se observa una gran afinidad comercial entre el país seleccionado y el producto que se quiere internacionalizar.
- Según los resultados de la matriz de selección de mercados internacionales se concluye que de los 5 países analizados según criterios del autor se seleccionó a países bajos como el potencial para la internacionalización de la Uchuva del municipio de Cacota.
- En este sentido el país seleccionado obtuvo una calificación de 23.6 siendo la más alta entre los demás países seleccionados.
- Según la información obtenida en la matriz de selección se evidencia que países bajos abarca el consumo de uchuva más alto en comparación con los demás países participantes, llegando a alcanzar un 68% del consumo total.

- Actualmente existe en Países Bajos un mercado de consumidores colombianos del 0,09% que sería la apertura perfecta para la uchuva del municipio de Cécota en dicho país.
- Según datos de Santandertrade (2020), Países Bajos mostró el poder mantener una economía estable y fuerte como también su comercio incluso en tiempos inestables del comercio.
- En consecuencia y mencionando lo antes dicho Países Bajos es por mucho el candidato más adecuado para el crecimiento de la internacionalización de la uchuva de la asociación de ASOFRUTAS del municipio de Cécota.
- Según la matriz formulada por el autor los criterios con mayor peso son: comercio Exterior, logística y mercado.
- También se destaca que en los criterios de mayor peso, Países Bajos consiguió la mayor puntuación individual en cada uno de ellos obteniendo 35 en comercio exterior, 20 en logística y 29 en mercado, con lo que reafirma su estatus de país objetivo.
- Según la información obtenida de la matriz de selección de mercados internacionales, se pudo observar una segmentación de mercado del 69% en Países Bajos mostrando una alta afinidad con el producto en cuestión (uchuva).
- Según la información recopilada en este objetivo se observa una fuerte normativa en lo relacionado con el embalaje de madera ósea pallets, estibas, bloques, cajas y demás empaques y embalajes de madera, que ingresan a puertos europeos.
- Así mismo, es notorio la rudeza que emplea la comisión Europea de alimentación con el fin de brindar seguridad y confianza a sus ciudadanos a la hora de ir a comprar cualquier alimento.

- También se destaca que en términos de unitarización la UE cuenta con una estandarización de las medidas de los pallets o euro pallets que tiene la capacidad de soportar cargas de hasta 1.500kg.
- Según la información analizada se observa que existen tres cadenas de supermercados en Países Bajos las cuales son clientes potenciales puesto que abarcan gran parte de dicho país.
- Se observa que al depender de un centro logístico ajeno, el lead time del transporte aumenta en 12h 40min disminuyendo su competitividad en este sentido.
- También se definió que el puerto de embarque será el puerto de Santa Marta, el cual actualmente cuenta con la logística necesaria que permitirá el correcto manejo, inspección y transferencia adecuada de cargas refrigeradas.
- En este mismo sentido y con el fin de salvaguardar la carga se eligió el puerto de Rotterdam puesto que es el principal hub de Europa y del mundo donde la mayoría de líneas marítimas conectan y distribuyen carga a diferentes lugares en el mundo.
- Según la información recopilada en la matriz de costos del D.F.I. Se determinó que el costo neto de exportación será de 2.717,00 dólares americanos.
- Según la información analizada en este objetivo se tomaron en cuenta cuatro términos de negociación INCOTERMS de entre los cuales se escogió el término de negociación Free On Board (FOB)/ Libre a bordo.

- Se observa que la información recolectada respecto a las estrategias conseguirá un impacto importante en el crecimiento de la asociación en el momento que entre de manera directa al mercado internacional.
- Así mismo se debe de seguir trabajando en pro de aumentar el crecimiento de la asociación en temas de innovación y conocimiento.
- Según la información recogida por la matriz FODA cruzada se determina que la asociación debe tener su propio centro logístico si quiere ser más competitiva en términos logísticos.
- En este mismo sentido lo que se busca con esto es evitar depender de terceros a la hora de maquilar la fruta, así como ser seleccionada para la exportación de la misma.
- Según la información analizada el no contar con un centro logístico propio afecta directamente a los productores lo cual los conlleva al desinterés por la siembra uchuva.
- También se observa un compromiso por parte de la asociación puesto que en el último año han acrecentado su número de fincas tecnificadas, además de conseguir certificación de global G.A.P para algunas de ellas.
- Según la información suministrada por el representante de las Asociación Asofrutas la información obtenida coincide con la información secundaria que se obtuvo en cuanto a cifras de producción posibles internacionales, cultivos, tecnificación de fincas productoras entre otros temas.

Recomendaciones.

Después del análisis de la información recopilada a lo largo de este proyecto y con el fin de garantizar que lo plasmado en el mismo sea de ayuda para la asociación de Asofrutas, se harán algunas observaciones teniendo en cuenta algunos aspectos a mejorar sobre los cuales el autor dará un par de sugerencias.

De manera importante se recomienda a la asociación de Asofrutas que gestionen la certificación ICA que requieren para la construcción y equipamiento de un centro logístico o centro de acopio el cual les dará la oportunidad de ser mucho más competitivos frente a sus competidores pudiendo ahorrar tanto en costos como en tiempos.

Se sugiere tomando en cuenta el estudio realizado en el presente proyecto además de la información analizada en la entrevista que se llevó a cabo con el actual líder de la asociación de Asofrutas el señor Jesús Eduardo; el abrir ruta directa al mercado seleccionado por el autor sin intervención de terceros con el fin de aprovechar la presencia que en el último año ha tenido la uchuva del municipio de Cácosta Norte de Santander en los mercados Europeos.

También es importante que la asociación siga en el camino de la investigación y la innovación de la uchuva buscando con esto una estandarización muy variada de la misma para poder darle muchas más formas de consumo y de valor agregado con el objetivo de lograr un gran crecimiento económico en el camino.

Se aconseja tener en cuenta en las estrategias planteadas dentro de la matriz FODA cruzada realizada por el autor y más que nada observar las amenazas y las debilidades de se

dejaron plasmadas en ella , esto para intentar reforzar esas áreas que no son de gran beneficio para la asociación de Asofrutas.

Tomando en cuenta esto, se recomienda también tener muy presente la certificación total de las fincas productoras y aunque el señor Jesús Eduardo dejó claro en la entrevista que en el último año el número de fincas tecnificadas ha aumentado, se debe de continuar con esta labor para de esta forma alcanzar una tecnificación del 100%.

Por último, se hace una invitación a que conozcan el proyecto para que de esta manera la asociación de Asofrutas logre encontrar una guía práctica de cómo puede llegar a internacionalizar la uchuva producida por la misma y en un futuro no muy lejano se conviertan en exportadores.

Referencias bibliográficas.

- Access Denied. (2015, 23 junio). *UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL VALLE DEL MEZQUITAL*. Obtenido de MILENIO: <https://www.milenio.com/opinion/varios -autores/ universidad-tecnologica-del-valle-del- mezquital/competitividad -concepto- e-importancia>
- Administrador, U. (2016). *Rutas internacionales aéreas*. *logihfrutic.unibague.edu.co*. Obtenido de <https://logihfrutic.unibague.edu.co/rutas-internacionales-aereas>
- Agronet Resultados de búsqueda. (2019, 30 junio). Obtenido de Agronet: <https://www.agronet.gov.co/Paginas/Resultados-de-busqueda.aspx?k=uchuva>
- Arancel Integrado. (2010, 30 junio). *Aduanet*. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=810905000>
- Arenas, V. L. (2018, 1 enero). *La uchuva en el contexto de la producción agrícola colombiana y los TLC's | Ensayos: Revista de Estudiantes de Administración de Empresas. Universidad Nacional De Colombia*. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/ensayos/article/view/72501>
- Aumenta el número de inmigrantes en Países Bajos. (2020, 6 febrero). *datosmacro.com*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/inmigracion/paises-bajos>
- Avanza cultivo demostrativo de Uchuva. (2019, 23 abril). *cacota-nortedesantander.gov.co*. Obtenido de

<http://www.cacota-nortedesantander.gov.co/noticias/avanza-cultivo-demostrativo-de-uchu>
va

B. (1991). *ConstitucionColombia.com*. Obtenido de

<https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-65>

B. (2018a, noviembre 27). *Puerto de Santa Marta se conectará con Europa del Norte*. Obtenido de El Tiempo:

<https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/puerto-de-santa-marta-se-conectara-con-europa-del-norte-298476>

B. (2019a, abril 2). *Puerto de Santa Marta fortalece la exportación de frutas nacionales*.

Obtenido de El Tiempo:

<https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/puerto-de-santa-marta-fortalece-la-exportacion-de-frutas-nacionales-344816>

BÉLGICA. (2021, 16 marzo). *mincit.gov.co*. obtenido de

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/5c895c44-c66e-4576-b487-ae7ae9f6c7c0/Belgica.aspx>

Bélgica: Economía y demografía 2021. (2021). *datosmacro.com*. Obtenidos de

<https://datosmacro.expansion.com/paises/belgica>

Cadena de la Uchuva Dirección de Cadenas Agrícolas y Forestales. (2019, junio).

sioc.minagricultura.gov.co. Obtenido de

<https://sioc.minagricultura.gov.co/Pasifloras/Documentos/2019-06-30%20Cifras%20Sectoriales%20UCHUVA.pdf>

Cadena, Y., & Recalde, K. (2012, abril). *Plan estratégico exportador de uchuva producida y comercializada por la asociación de aprocam san mateo-puerres (nariño) al mercado de tulcan (ecuador). Universidad De Nariño*. Obtenido de <http://biblioteca.udenar.edu.co:8085/atenea/biblioteca/86496.pdf>

Campesinos en Cócota se asocian para exportar sus productos. (2017, 25 mayo). *RCN Radio*.

Obtenido de

<https://www.rcnradio.com/colombia/santanderes/campesinos-cacota-se-asocian-exportar-productos>

CANADÁ. (2021, 7 mayo). *mincit.gov.co*. Obtenido de

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/72d0d8f8-bc35-4496-b7a2-383d2cb6992f/Canada.aspx>

Canadá: Economía y demografía 2021. (2021). *datosmacro.com*. Obtenido de

<https://datosmacro.expansion.com/paises/canada>

CANADÁ, UN MERCADO ATRACTIVO PARA LA UCHUVA COLOMBIANA. (2016).

PROCOLOMBIA. Obtenido de

https://procolombia.co/sites/default/files/uchuva_can-2016.pdf?__cf_chl_jschl_tk__=2966544ca76e942e9888ed97a7fd6a2cd4ccc956-1624649799-0-AYrZRKmEbX6tJKpcWotiE6wFTdkqvAENh2LcFG6q518cEiKleizSBXBrkyOQ387ZmF5hesGWG75-lcGod09UPqKxjgm4n3aUgJOEgytu_MDJHQVL1-vRK6rNi7J21FWPAek1kYBS7AcFxAftuUjs1XVQTWBeAcA0rIeh2Wtm7punnHceRGmnNZNwkLqAFz2WBmaU8HexC4yIQckB-NeNzoUROHVIeVyqOCzOSUGNpWiyWXcVwUIT2r4RoQJO3qOQ2Xqfg6uXrVCIgGCvsuucPnztUPSG_iOGxy4WNIa9o-PM-dfMB9FL5oK0nmAw2S8BIL58pSosHUj2IVNliML

Q-iiu2qpBObQjSsc2UtOFX2RucTEdeUsNyzy_T4M7RQKHLvPs0yE5_FHBKgoRjhQ2
UYDYocKGX5onnic-cxG1GfqkyQIUHD1fXvNwhviB2rp0DA

Cardozo, P., Chavarro, A., & Ramírez, C. (2006). *Teorías de internacionalización*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es>

Casa Editorial El Tiempo. (2018, 6 diciembre). *Colombia puede ser potencia mundial del comercio agrícola sostenible*. *Portafolio.co*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/opinion/otros-columnistas-1/colombia-puede-ser-potencia-mundial-del-comercio-agricola-sostenible-analisis-524165>

Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. (2008). *Harvard Business Review - América Latina*. Obtenido de https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf

Comportamiento de la uchuva – producción y comercio. (2018, 8 febrero). *analdex.org*. Obtenido de <https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2018/02/2018-02-08-Mercado-de-la-Uchuva.pdf>

Comportamiento de las exportaciones de uchuva. (2019, agosto). *analdex.org*. Obtenido de <https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2019/09/Informe-exportaciones-de-uchuva-primer-semester.pdf>

CONCEPTOS SOBRE INNOVACIÓN. (2012, octubre). *Acofi*. Obtenido de

https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf

Conoce la historia y el origen de ALDI | ALDI Supermercados. (2021, 16 febrero). *Aldi*.

Obtenido de <https://www.aldi.es/conocenos/historia.html>

Contreras, R., & Moreno, D. (2009, 1 enero). *Aplicación de tiempos y movimientos a la*

distribución física internacional (D.F.I.) de uchuva con destino a Holanda vía marítima.

Universidad de La Salle, Bogotá. Obtenido de

https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1089&context=administracion_agronegocios

Control de las exportaciones - Santandertrade.com. (2021, junio). *Santandertrade*. Obtenido de

<https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/control-de-exportaciones>

D. (2020a, octubre 26). *Fortalecen producción de uchuva en Cúcota. Noticias de Norte de*

Santander, Colombia y el mundo. Obtenido de

<https://www.laopinion.com.co/region/fortalecen-produccion-de-uchuva-en-cacota>

DECRETO 612 DE 2000. (2000, 5 abril). *Minjusticia*. Obtenido de

<http://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?id=1130036>

DECRETO 2685 DE 1999. (1999). *Gov.co*. Obtenido de

https://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/normatividad/Dec2685_1999.pdf

Deltawerken - Puertos. (2019). Obtenido de <http://www.deltawerken.com/Puertos/1578.html>

DIAN - MUISCA - OPERACIÓN ADUANERA. (2005). *DIAN*. Obtenido de

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaEstructuraArancelaria.faces#>

Dirección de impuestos y aduanas nacionales de Colombia. (2021). *MUISCA*. Obtenido de

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefConsultaGeneralNomenclaturas.faces>

Economía y demografía de Estados Unidos 2021. (2021). *datosmacro.com*. Obtenido de

<https://datosmacro.expansion.com/paises/usa>

Editor. (2019, 5 mayo). *¿Qué significan los símbolos que vemos en los embalajes?*. Obtenido de

Embarbox: <https://www.embarbox.com/significan-los-simbolos-vemos-los-embalajes/>

Editorial La República S.A.S. (2018a, julio 24). *La uchuva es la principal apuesta de*

NovaCampo en el exterior y se consolida en Alemania. Obtenido de AgroNegocios:

<https://www.agronegocios.co/agricultura/la-uchuva-es-la-principal-apuesta-de-novacampo-en-el-exterior-y-se-consolida-en-alemania-2752670>

Editorial La República S.A.S. (2019a, marzo 26). *Los envíos de uchuva desde Colombia a*

Estados Unidos crecerán 42% este año. Obtenido de AgroNegocios:

<https://www.agronegocios.co/agricultura/los-envios-de-uchuva-desde-colombia-a-estados-unidos-creceran-42-este-ano-2843978>

Editorial La República S.A.S. (2019b, septiembre 12). *ICA y Analdex firman convenio para*

fortalecer producción y exportación de uchuva a Estados Unidos. Obtenido de

AgroNegocios:

<https://www.agronegocios.co/agricultura/ica-y-analdex-firman-convenio-para-fortalecer-produccion-y-exportacion-de-uchuva-a-estados-unidos-2907659>

Editorial La República S.A.S. (2020, 9 enero). *Colombia exportó US\$74,3 millones de frutas exóticas en 2019, 6% más que el registro de 2018*. Obtenido de AgroNegocios:

<https://www.agronegocios.co/agricultura/colombia-exporto-us743-millones-de-frutas-exoticas-en-2019-6-mas-que-en-2018-2950228>

Empaques y normas - Empaques y normas - Santandertrade.com. (2021, junio). *Santandertrade*.

Obtenido de

<https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/paises-bajos/empaques-y-normas>

Entidades. (2019). *minagricultura*. Obtenido de

<https://www.minagricultura.gov.co/Paginas/Entidades.aspx>

ESTADOS UNIDOS. (2021, 7 mayo). *mincit.gov.co*. Obtenido de

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=504145cb-c956-4a83-99d0-abbce53b1c457>

eTA Visa Canadá. (2021, 26 junio). *Los aeropuertos más importantes de Canadá*. Obtenido de

canadaeta.mx: <https://www.canadaeta.mx/articles/aeropuertos>

EUR-Lex - 32011R1169 - EN - EUR-Lex. (2018). *EUR-Lex*. Obtenido de

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A32011R1169>

EUR-Lex - 4315029 - EN - EUR-Lex. (2018, 9 enero). *EUR-Lex*. Obtenido de

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=legissum%3A4315029>

EUR-Lex - co0019 - EN - EUR-Lex. (2015, 23 noviembre). *EUR-Lex*. Obtenido de

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=legissum%3Aco0019>

Exportación de productos en Bélgica - Exportación de productos - Santandertrade.com. (2021).

Obtenido de Santandertrader:

<https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/belgica/exportacion-de-productos>

Exportación Indirecta vs Exportación Directa. (2019, 15 octubre). Obtenido de DIARIO DEL EXPORTADOR:

<https://www.diariodelexportador.com/2016/08/exportacion-indirecta-vs-exportacion.html>

EXPORTACIONES. (2015). *Scholar Harvard*. Obtenido de

https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184

Exportaciones de uchuva 2018. (2019). *analdex.org*. Obtenido de

<https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2019/03/2019-03-04-Informe-de-exportaciones-de-uchuva-2018.pdf>

Exportaciones información abril. (2019). *DANE INFORMACIÓN PARA TODOS*. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/exportaciones>

Ficha países bajos. (2021, febrero). *Oficina de información diplomática*. Obtenido de

http://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/paisesbajos_ficha%20pais.pdf

Ficha_uchuva_final_ESP. (2019). *docs.procolombia.co*. Obtenido de

https://docs.procolombia.co/int-procolombia/es/exportaciones/ficha_uchuva_final.pdf?__cf_chl_jschl_tk__=d52c4ae684a9bb3d241513f2667509479f0093ce-1624656460-0-AVbwOhq_2YAnjOQ2TZD_9DHP8g6IZLBfNOQaNvAg51EvV0u6p9lotELxvteJ86HRydhTJ

AwMs2Uo9tMFPCwWnuR4JYf7WQVMV7miBlH-mETOAwpjTQOsD8BL5Zy6-2G5G0
 ww8XMz4QvXdpId-I_yLyq_23NZkS2_78MEjKXNrNgmdSonD2kl6ZxOPskHN6kw_ur
 N2VPBJhrssj5KEv9FVEXiSyDPtgcSoncbR5ty4RwqwwNj5Vj6DBDRMeY3KT0lRTnY
 7yYQOKQcnNX8IfGCXBP3dlPBNgW1NPK2AQgHH1MvSverP4F5nan-I7ZHEsqCV2
 mA2YZ6wnPCerSZeAkL4xS8chg5nLgp7mXyjcCtGvUaglMEoKL5nqvnVSeGtkpaAW
 LQZ83wnFEQcRCz170UUtclz_0bkGGYwJOvtTGOewIvi5xZo4ovm6M_aOnQ25DqK
 _iTb4rxx48i3NwFBKxd8

García, S. (2018, octubre). *Plan de negocios para la exportación de uchuva a la ciudad de México, México. Universidad De América*. Obtenido de <http://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7183/1/462084-2018-II-NIIE.pdf>

Global Rankings 2018 | Logistics Performance Index. (2018). *The World Bank*. Obtenido de <https://lpi.worldbank.org/international/global>

I. (2018b). *Transporte marítimo a Holanda*. Obtenido de iContainers: <https://www.icontainers.com/es/transporte-maritimo/holanda/>

I. (2018c, febrero 7). *Top 10 Puertos de Estados Unidos*. Obtenido de iContainers: <https://www.icontainers.com/es/2017/05/17/top-10-puertos-estados-unidos/>

I. (2018d, septiembre 3). *Los diferentes tipos de seguros de transporte marítimo*. Obtenido de iContainers: <https://www.icontainers.com/es/2018/09/03/los-diferentes-tipos-de-seguros-de-transporte-maritimo/>

I. (2020b, mayo 11). *Ranking: los 5 Puertos Más Importantes de Canadá*. Obtenido de iContainers: <https://www.icontainers.com/es/2020/01/24/5-puertos-principales-canada/>

I. (2020c, mayo 11). *Ranking: los 5 Puertos Más Importantes de Reino Unido*. Obtenido de iContainers: <https://www.icontainers.com/es/2020/01/28/5-puertos-principales-reino-unido/>

Incoterms 2020. (2020). *ProColombia*. Obtenido de https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/logistica/incoterms-2020?__cf_chl_jschl_tk__=94a354cc1373ba86fad0f425225d14153ba22a79-1624668428-0-A YJf0A3gK3214O6gPPWaqIFGYou24WsHTVDfgPE6eZxmOliqrq7qRiVr9N9wk-QgDWg2ZpDQExlBziGj3Gydq84mB81MOHfGXjjgGzyXuABFdD9qt59NxoNIeujCgsxizcCfx bEAGx98pLoX0KmUQxrEzIEtrzgG1nK-KSOeZipAvGrOUGamtaMpT3iYpW9gKkzvB pQx-fxxQhX-ECIjbVG2grtFEh4njFJDSMEROKDoiJKw6JAmInBRdcWzadqfL0_yFPh _Y4POzjvbSyyZPVOa4UkJ8SMq4ymsyPfmOw1xvNTsZ5kw2KmUWF85o0AZLJcfVY HOM3_33bXFzLFzGCz9J2Xi2c1g4FmlxwdqOyuaU7bKALJ_z9gttTbZB9Uk5JYnYKD o07QmzWDwt-F4TgyIET_NS9og3y0YqotRHN66oONVzPIhnnaxAPc_asbKIZh1byetze o0y8ccVhTUtXQ

Jumbo (supermercado) - Jumbo (supermarket) - xcv.wiki. (2021, 10 enero). Obtenido de xcv.wiki: [https://es.xcv.wiki/wiki/Jumbo_\(supermarket\)](https://es.xcv.wiki/wiki/Jumbo_(supermarket))

Just a moment. . . (2017). *ProColombia*. Obtenido de <https://www.colombiatrader.com.co/oportunidades-de-negocio/reino-unido-uchuva>

Just a moment. . . (2019a, febrero 26). *ProColombia*. Obtenido de

<https://www.colombiatrader.com.co/noticias/asi-fueron-las-exportaciones-en-colombia-durante-2018%2523%3A%7E%3Atext%3DEntre>

Just a moment. . . (2019b, septiembre 3). Obtenido de

<https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-reino-unido>

Just a moment. . . (2019c, septiembre 5). *Colombiade.Com.Co*. Obtenido de

<https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-canada>

Just a moment. . . (2019d, septiembre 19). Obtenido de

<https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-estados-unidos>

Just a moment. . . (2019e, octubre 3). *Colombiade.Com.Co*. Obtenido de

<https://www.colombiatrader.com.co/herramientas-del-exportador/perfiles-logisticos-de-exportacion-por-pais/perfil-logistico-de-exportacion-belgica>

L. (2000, 5 abril). *Decreto 612 de 2000 -Legislacion Colombiana Lexbase*. Obtenido de

Lexbase.Co:

[https://www.lexbase.co/lexdocs/decretos/2000/d0612de2000#:~:text=%22%20DECRET%20612%20DE%202000%20\(abril,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.&text=Decreto%20%3%9Anico%20Reglamentario%20del%20Sector%20Salud%20y%20Protecci%C3%B3n%20Social](https://www.lexbase.co/lexdocs/decretos/2000/d0612de2000#:~:text=%22%20DECRET%20612%20DE%202000%20(abril,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.&text=Decreto%20%3%9Anico%20Reglamentario%20del%20Sector%20Salud%20y%20Protecci%C3%B3n%20Social)

L. (2010). *Decreto 1820 de 2010 -Legislacion Colombiana Lexbase*. Obtenido de Lexbase.Co:

<https://www.lexbase.co/lexdocs/decretos/2010/d1820de2010>

L. (2019b, marzo 25). *En Cócota dotan a los cultivadores de uchuva. Noticias de Norte de Santander, Colombia y el mundo*. Obtenido de

<https://www.laopinion.com.co/region/en-cacota-dotan-los-cultivadores-de-uchuva#OP>

L. (2019c, abril 10). *Estados Unidos y Europa, receptores de la uchuva de Cócota. Noticias de Norte de Santander, Colombia y el mundo*. Obtenido de

<https://www.laopinion.com.co/economia/estados-unidos-y-europa-receptores-de-la-uchuva-de-cacota#OP>

LegisComex. Sistema de Inteligencia Comercial. (2012). Obtenido de Legiscomex:

<https://www.legiscomex.com/Documentos/rutas-servicios-colombia-2012-holanda>

LegisComex. Sistema de Inteligencia Comercial. (2015). Obtenido de Legiscomex:

<https://www.legiscomex.com/Documentos/canales-de-distribucion-holanda-2015-rci300>

LegisComex. Sistema de Inteligencia Comercial. (2021, 24 junio). *legiscomex.com*. Obtenido de

<https://www.legiscomex.com/Documentos/rutas-eeuu-colombia-buenaventura>

Llegar al consumidor neerlandés - Santandertrade.com. (2021, junio). Obtenido de

Santandertrade:

<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/paises-bajos/llegar-al-consumidor>

Lopez, E. (2019). *Aeropuertos de Holanda y Países Bajos, Aeropuerto schiphol (Ámsterdam), Rotterdam The Hague y Welschap (Eindhoven)*. Obtenido de

<http://www.holandalatina.com/>. <http://www.holandalatina.com/aeropuertos.htm>

López-Cárdenas, A., Velandia-Paredes, Y., & González-Verjel, M. (2018, 1 julio). *Propuesta para aumentar la competitividad de los productores de Uchuva de Norte de Santander mediante la diversificación de su oferta exportable*. | *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*. Universidad De Santander campus Cúcuta. Obtenido de <https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/1698>

Marco analítico de la competitividad Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. (2009). *Universidad del Norte*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/40886348_Marco_analitico_de_la_competitividad_-_Fundamentos_para_el_estudio_de_la_competitividad_regional

Metodología de la investigación. (2014). *observatorio.epacartagena.gov*. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Moreno, L. (2015). *Tipos de estrategia de exportación dependiendo de la existencia de intermediarios*. *Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/32324167.pdf>

N. (2020d, mayo 30). *Agricultura - Concepto, tipos y fines*. *Concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/agricultura/>

Oportunidades de negocios Canadá - uchuva. (2017). *ProColombia*. Obtenido de <https://www.colombiatrade.com.co/oportunidades-de-negocio/canada-uchuva>

Ortegon, I., & Torres, J. (2018). *Situación del sector hortofrutícola en Colombia que le impide satisfacer la demanda en el mercado canadiense, el caso de la uchuva (physalis*

peruviana). *Universidad Agustiniana*. Obtenido de

<https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/363/TorresGonzalez-JuanManuel-2018.pdf;jsessionid=FCFF86941F9FDB67AA77C979130A9621?sequence=1>

P. (2019e, junio 25). *Economía de Norte de Santander creció 3,1% en 2018*. *Noticias de Norte de Santander, Colombia y el mundo*. Obtenido de

<https://www.laopinion.com.co/economia/economia-de-norte-de-santander-crecio-31-en-2018#OP>

P. (2019f, septiembre 23). ‘*Exportamos más de 2.000 toneladas de uchuva al año*’. Obtenido de Portafolio.co:

<https://www.portafolio.co/economia/exportamos-mas-de-2-000-toneladas-de-uchuvas-al-año-533850>

países bajos. (2007). *comercioexterior.ub.edu*. Obtenido de

https://www.comercioexterior.ub.edu/fpais/paises_bajos/actcultural.htm

Países Bajos. (2020, 29 octubre). *Unión Europea*. Obtenido de

https://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries/netherlands_es

PAÍSES BAJOS. (2020-12-08). Obtenido de

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=eb5528a9-3bd8-4767-b05d-a27b4249efb4>

Países Bajos: Economía y demografía 2021. (2021). *datosmacro.com*. Obtenido de

<https://datosmacro.expansion.com/paises/paises-bajos>

Países Bajos, el mercado europeo que más compra la Uchuva a Colombia. (2019, 28 junio).

Obtenido de MINCIT:

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/paises-bajos-el-mercado-europeo-que-mas-compra-la>

Paletizacion Revista. (2015). *calameo.com*. Obtenido de

<https://es.calameo.com/read/004072507eac81248eb17>

Pastori, D. (2019, 29 junio). *Países Bajos, el principal mercado de exportación de la uchuva colombiana*. Obtenido de EL HERALDO:

<https://www.elheraldo.co/economia/paises-bajos-el-principal-mercado-de-exportacion-de-la-uchuva-colombiana-645601>

PERFIL DE LOGÍSTICA DESDE COLOMBIA HACIA PAÍSES BAJOS. (2019, 4 octubre).

ProColombia. Obtenido de

https://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_paises_bajos_2.pdf?__cf_chl_jschl_tk__=4b57f7d70f622433d81f4471f1342f433eaa71d-1624666551-0-AZvuZKBo-p4KQTTiNf6Eu3PzZDAFl1WCnmLttAZjsVBooURM_WHn69Faoixu7D3IR4P9J0iVmc8CLyp-GAIU_tcvURfD-omJi1-3Chs5bCDsJ04Dq5uUGRLJ7f76gljEN3IqlHnxxxN5WqqTWvtOQFzJFn8UNgGvzkk1ST3nLbtNmRCN8VpJitatWgdqRnDJ-Ir4yc3crYsnz0yrhslHN7YWIQG_KyhH0PQrJ6YAEY5I7OvUapCus2Kwvr9tEIPNQbf-ffsfYgKY5VhRACKAXrSyNSTA3qUOtSz8XVOMq75XluQmrcoaE3U4eq0OtzI4Xn-X4G7n2SJXu0flpKiEp70nvFW5S2HunPk-9tWeZBfz0wexLNKSXl3pSVMS7DqHLpApe8Boa7n85aRjz6qHvvA0JV1pMXk8uhae_CX5aeGXhx4U4QDmwh5PpjBb-4XdReuWEopOKBMw7P6m6yb5ZBvSSPROVb1TqqpRxYl4HA

Política y economía Países Bajos - Santandertrade.com. (2021, junio). Obtenido de

Santandertrade:

<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/paises-bajos/politica-y-economia>

Reino Unido: Economía y demografía 2021. (2021). *datosmacro.com*. Obtenido de

<https://datosmacro.expansion.com/paises/uk>

Rutas aéreas. (2021, 18 abril). *logihfrutic.unibague.edu.co*. Obtenido de

https://logihfrutic.unibague.edu.co/vendors/yii-joomla/web/index.php?r=routes-air%2Findex&country=15%27&_tog14194673=all

Rutas marítimas. (2021). *logihfrutic.unibague.edu.co*. Obtenido de

https://logihfrutic.unibague.edu.co/vendors/yii-joomla/web/index.php?r=routes-sea%2Findex&country=117&_tog14194673=all

Salario mínimo (euro). (2019). Obtenido de Google:

https://www.google.com.co/publicdata/explore?ds=ml9s8a132hlg_&met_y=minimum_wage&idim=country:nl:lu:de&fdim_y=currency:eur&hl=es&dl=es

Sas, R. (1991, 16 enero). *Ley 7 de 1991 Congreso de la República - Colombia*.

www.redjurista.com. Obtenido de

https://www.redjurista.com/Documents/ley_7_de_1991_congreso_de_la_republica.aspx#/

Sistema andino de sanidad agropecuario. (2002, 8 marzo). Obtenido de

<http://www.comunidadandina.org/StaticFiles/DocOf/DEC515.pdf>

T. (2019g, febrero 7). *Cácota fortalece su producción de uchuva. Noticias de Norte de Santander, Colombia y el mundo*. Obtenido de

<https://www.laopinion.com.co/pamplona/cacota-fortalece-su-produccion-de-uchuva#OP>

Thompson, I. (2016). *DEFINICIÓN DE MERCADO*. Obtenido de promonegocios:

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicion-concepto.html#:~:text=Para%20Philip%20Kotler%2C%20Gary%20Armstrong,de%20intercambio%22%20%5B5%5D>.

Transeop. (2020, 19 noviembre). *Palet Europeo o Europalet: Características, Peso y Medidas*.

Obtenido de

<https://www.transeop.com/blog/Palet-Europeo-Europalet-Caracteristicas-Peso-Medidas/400/>

Transeop. (2021, 19 marzo). *¿Qué es la paletización y su importancia para la logística?*

Obtenido de

<https://www.transeop.com/blog/la-paletizaci%C3%B3n-y-la-log%C3%ADstica/14/>

Tratados de Libre Comercio | CONSULTORIO DE COMERCIO EXTERIOR. (2010, 7 enero).

UNIVERSIDAD ICESI. Obtenido de

<https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2010/01/07/tratados-de-libre-comercio/>

Treid, I. (2020, 6 julio). *Colombia, líder mundial en la exportación de uchuvas en 2019*.

Obtenido de Treid:

<https://www.treid.co/post/colombia-lider-mundial-en-la-exportacion-de-uchuvas-en-2019>

U. (2021, 26 junio). *Albert Heijn®*, un hombre con visión de futuro. Obtenido de Holanda

Hispanica:

<https://holandahispanica.blogspot.com/2012/05/albert-heijn-un-hombre-con-vision-de.html>

Uchuva colombiana sigue deleitando a millones de consumidores en el mundo | ICA. (2019, 18

marzo). *Portal Corporativo ICA*. Obtenido de

<https://www.ica.gov.co/noticias/ica-reunion-comite-uchuva>

Vargas, M. (2018, 8 julio). *Agro colombiano sigue conquistando nuevos mercados en el mundo*.

Obtenido de El Tiempo:

<https://www.eltiempo.com/economia/sectores/los-nuevos-mercados-en-el-mundo-del-agro-colombiano-240758>

Villanueva, L., & Jurado, J. (2018). *Guía práctica para la exportación de uchuva (fruta fresca)*

hacia Canadá, en el marco del TLC con Colombia. Universidad Cooperativa

Colombiana. Obtenido de

<https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/6432/2/2018-Guia-%20practica-%20exportaci%C3%B3n-uchuva-Canada-TLC-Colombia.pdf>

Anexos.

Anexo 1. Preguntas realizadas en la entrevista:

- ¿Cuántas toneladas de uchuva se está cosechando en Cúcota hoy en día mensualmente?
- ¿La uchuva que sale actualmente desde Cacota sale directamente para exportación o pasa por un tercero (Nativa produce)?
- ¿En que mercados europeos está presente actualmente la uchuva de Cacota?
- ¿En la actualidad ustedes cuentan con un centro logístico o de acopio en el cual se encarguen de la selección de la uchuva que es apta para la exportación?
- ¿Aún cuentan con el mismo número de fincas tecnificadas o han aumentado en el último año?
- ¿En el último año qué estrategia de internacionalización ha usado para la exportación de la uchuva de Cacota?
- ¿En cuanto ha aumentado el número de hectáreas de uchuva sembrada y con cuántas hectáreas cuentan actualmente?
- ¿Hasta qué punto se ha visto afectada la asociación con la problemática del COVID-19?
- ¿Qué precio cotiza actualmente en el mercado nacional e internacional?

- En la situación actual del país, ¿cuánto se ha visto afectado el transporte de la uchuva que saca la asociación?

- ¿Qué amenazas ha enfrentado la asociación en este último año?

- ¿Qué oportunidades han visualizado para la asociación en este último año?

- ¿Qué fortalezas ha obtenido la asociación en este último año?

- ¿Cuáles son los problemas más grandes a los que se enfrenta actualmente la asociación ha enfrentado la asociación en este último año?