



LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

**PLAN DE EXPORTACION DE PITAYA PARA LA EMPRESA UNIÓN
AGRÍCOLA EXOTICS FRUITS DIRIGIDO AL MERCADO
COLOMBIANO**

para obtener la “Doble Titulación” BUAP/USTA

Presenta: María Isabella Torres Cely

Director (a) del Plan de exportación: Mrta. Elisa Perroni Reyes

Puebla, México a 16 de Junio de 2023.

**PLAN DE EXPORTACION DE PITAYA PARA LA EMPRESA UNIÓN
AGRÍCOLA EXOTICS FRUITS DIRIGIDO AL MERCADO COLOMBIANO
(PLANEX)**

PROGRAMA DE DOBLE TITULACIÓN BUAP/USTA

PRESENTADO POR: MARÍA ISABELLA TORRES CELY
DIRECTORA PLANEX: MTRA. ELISA PERRONI REYES

BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL
PUEBLA

2023

**PLAN DE EXPORTACION DE PITAYA PARA LA EMPRESA UNIÓN
AGRÍCOLA EXOTICS FRUITS DIRIGIDO AL MERCADO COLOMBIANO
(PLANEX)**

Resumen:

El presente trabajo desarrolla un proyecto de exportación para la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits ubicada en Dolores Hidalgo Huitziltepec, Puebla, México, el cual tiene como objetivo principal identificar oportunidades de mercado para la pitaya roja (*stenocereus spp*), específicamente en el departamento de Boyacá y Cundinamarca en Colombia. A partir del análisis de la capacidad exportadora de la empresa y de las características del mercado objetivo se determinan las adaptaciones del producto a internacionalizar, los posibles compradores, el plan logístico y su viabilidad para que finalmente sea evaluado por los empresarios.

Se destaca la larga trayectoria de la empresa en la producción de esta fruta, además de su experiencia de 2 años exportando a los Estados Unidos, lo cual ha certificado la calidad e inocuidad de sus productos.

Palabras clave: plan exportador, exportación de frutas frescas, nuevos mercados, frutas exóticas.

**PLAN DE EXPORTACION DE PITAYA PARA LA EMPRESA UNIÓN
AGRÍCOLA EXOTICS FRUITS DIRIGIDO AL MERCADO COLOMBIANO
(PLANEX)**

Abstract:

The present work develops an export project for the company Unión Agrícola Exotics Fruits located in Dolores Hidalgo Huitziltepec, Puebla, Mexico, the main objective is to identify market opportunities for red pitaya (*stenocereus spp*), specifically in the state of Boyacá and Cundinamarca in Colombia. Based on the analysis of the export capacity of the company, the characteristics of the target market, the adaptations of the product to be internationalized, the possible buyers, the logistics plan and its viability, the businessmen will evaluate this proposal.

The long history of the company in the production of this fruit stands out, in addition to its 2-year experience exporting to the United States, which has certified the quality and safety of its products.

Keywords: export plan, export of fresh fruits, new markets, exotic fruits.

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN	8
1. Estado de la Empresa	9
1.1 Información General	9
1.2 Objetivos de Internacionalización	10
1.2.1 Objetivo general	10
1.2.2 Objetivos específicos	10
1.3 Misión	10
1.4 Visión	10
1.5 Organigrama	11
1.6 Antecedentes	12
1.7 Matriz FODA	12
2. Producto a internacionalizar	14
2.1 Ficha Técnica	15
2.2 Valor Agregado	18
3. Aspecto Técnico	19
3.1 Capacidad de Producción	19
3.2 Oferta Exportable	19
3.3 Control de Calidad	20
3.4 Diseño	23
3.4.1 Logo	23
3.4.2 Etiquetas	23
3.4.3 Embalaje	25
3.5 Proveedores	27
4. Mercado	28
4.1 Información general del país: Colombia	28
4.2 Análisis PESTEL - Colombia	29
4.3 Competencia del producto	49

PLANEX UNIÓN AGRÍCOLA EXOTICS FRUITS	5
4.4 Nicho de mercado	53
5. Estrategias de Comercialización	60
5.1 Producto	60
5.1.1 Adaptación del producto en base al mercado	60
5.1.1.1 Etiquetado.	62
5.2 Plaza	62
5.2.1 Plan logístico	62
5.2.1.1 Etiquetado y embalaje.	63
5.2.1.2 Cubicaje.	63
5.2.1.3 Incoterm.	64
5.2.1.4 Transporte.	65
5.3 Precio	66
5.3.1 Costos logísticos	66
5.3.2 Precio de venta	67
5.4 Promoción	72
5.4.1 Estrategia de publicidad	73
5.4.2 Fuerza de venta	75
5.5 Acceso al mercado	75
5.6 Financiero	77
5.6.1 Oportunidades de financiamiento	77
CONCLUSIONES	79
REFERENCIAS	82

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Información General Unión Agrícola Exotics Fruits</i>	9
Tabla 2. <i>Matriz FODA Unión Agrícola Exotics Fruits</i>	13
Tabla 3. <i>Ficha Técnica: Pitaya</i>	15
Tabla 4. <i>Proveedores Unión Agrícola Exotics Fruits</i>	27
Tabla 5. <i>Información general - Colombia</i>	28
Tabla 6. <i>Análisis PESTEL mercado Colombiano - Pitaya</i>	29
Tabla 7. <i>Competencia en el mercado Colombiano Pitaya</i>	51
Tabla 8. <i>Segmentación de mercado en Colombia para la empresa</i>	53
Tabla 9. <i>Lista posibles compradores de pitaya fresca</i>	55
Tabla 10. <i>Lista posibles compradores de pitaya como materia prima</i>	57
Tabla 11. <i>Costos de Transporte desde Huitziltepec, Puebla hasta Chía, Cundinamarca</i>	66
Tabla 12. <i>Costos Fijos Anuales de la empresa</i>	68
Tabla 13. <i>Costos Variables Anuales de la empresa</i>	69
Tabla 14. <i>Costos Fijos de embalaje, etiquetado e irradiación de 720 cajas de Pitaya</i>	69
Tabla 15. <i>Cuadro comparativo comportamiento de precios mayoristas</i>	71
Tabla 16. <i>Valor total exportación de Pitaya</i>	72
Tabla 17. <i>Ferias Comerciales México - Colombia</i>	73

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Organigrama Unión Agrícola Exotics Fruits</i>	11
Figura 2. <i>Pitaya fresca “Exotics Fruits”</i>	18
Figura 3. <i>Flujograma Control de Calidad Pitaya</i>	22
Figura 4. <i>Logo Unión Agrícola Exotics Fruits</i>	23
Figura 5. <i>Etiqueta Pitaya Unión Agrícola Exotics Fruits</i>	24
Figura 6. <i>Etiqueta embalaje Pitaya Unión Agrícola Exotics Fruits</i>	24
Figura 7. <i>Embalaje Pitayas Unión Agrícola Exotics Fruits</i>	25
Figura 8. <i>Embalaje: Ubicación del producto Unión Agrícola Exotics Fruits</i>	25
Figura 9. <i>Mercancía embalada Unión Agrícola Exotics Fruits</i>	26
Figura 10. <i>Mercancía paletizada Unión Agrícola Exotics Fruits</i>	26
Figura 11. <i>Cultivos y producción de pitaya por departamento - Colombia</i>	50
Figura 12. <i>Cubicaje en un palet estándar mercancía</i>	63
Figura 13. <i>Cubicaje en un contenedor refrigerado de 20 pies mercancía</i>	64
Figura 14. <i>Ruta terrestre desde Huitziltepec, Puebla hasta el Puerto de Veracruz</i>	65
Figura 15. <i>Ruta marítima desde el puerto de Veracruz hasta el puerto de Cartagena</i>	65
Figura 16. <i>Ruta terrestre desde el puerto de Cartagena hasta Chía, Cundinamarca</i>	66
Figura 17. <i>Cotización Costo de Flete</i>	67

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo comprende un plan exportador formulado específicamente para la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits, ubicada en la ciudad Dolores Hidalgo Huitziltepec, Puebla, México como proyecto de fomento de la Secretaría de Economía de Puebla y el apoyo consultor de futuros profesionales del programa de doble titulación de la Licenciatura en Comercio Internacional de la Benemerita Universidad Autonoma de Puebla.

Este proyecto busca diseñar una estrategia de internacionalización, identificando oportunidades nuevas de mercado en el departamento de Boyacá y Cundinamarca en Colombia para la pitaya roja (*stenocereus spp*). Lo anterior, fundamentado en un análisis previo del estado actual de la empresa, brindando un diagnóstico de la capacidad de producción y oferta exportable de ésta, además de identificar su experiencia en el mercado internacional. Por otra parte, analizar el producto a internacionalizar y su adaptación a las características de consumo del nicho de mercado para determinar posibles compradores y cantidades de venta, proponiendo un plan logístico y estrategias de mercadeo que fidelicen clientes, todo esto aplicado en la normatividad colombiana. De esta manera, el empresario podrá analizar y evaluar la viabilidad de exportar sus productos a Colombia mejorando sus procesos y expandiendo su mercado.

1. Estado de la Empresa

1.1 Información General

“Exotics Fruits” es una empresa mexicana dedicada a la producción y comercialización nacional e internacional de frutos de temporada de la región de Puebla, México, como la pitaya y pitahaya. En la **tabla 1** se resume la información general de la empresa, su actividad económica, ubicación y trayectoria.

Tabla 1

Información General Unión Agrícola Exotics Fruits

Razón Social	Unión Agrícola Exotics Fruits
Régimen capital	Sociedad de producción rural de responsabilidad limitada de capital variable
RFC	UAE220317P50
Logo	
Fecha inicio operaciones	17 de marzo de 2022
Dirección	C. Mariano Abasolo #18
Ciudad	Dolores Hidalgo Huitziltepec. Puebla
Teléfono	+522241002121, +522224736159
Correo Electrónico	exotics.fruits.mx@gmail.com , exoticsfruits1.mx@gmail.com
Nombre Representante Legal	Rodrigo Cortés Melchor
Producto	Pitaya

Nota. Autoría propia basada en la entrevista del representante de la empresa Juan Cortés Melchor (2023).

1.2 Objetivos de Internacionalización

1.2.1 Objetivo general

Desarrollar y plantear un plan exportador que le permita a la empresa expandir su mercado internacionalmente, estudiando específicamente el mercado colombiano y como se puede desenvolver la empresa en este.

1.2.2 Objetivos específicos

- Analizar la situación actual de la empresa frente a las exportaciones y actual producción, determinando su capacidad para cubrir tanto la demanda nacional como la internacional.
- Definir la ciudad y posibles compradores colombianos con base al estudio de mercado, análisis de la empresa y las condiciones del producto, adaptando un precio, plaza, promoción y presentación del producto que se ajuste al nuevo mercado.
- Determinar todo el proceso logístico y los requisitos que este conlleva, investigando la normatividad, procesos obligatorios en el producto, especificaciones de la demanda, transporte, envase, embalaje de la mercancía y viabilidad financiera de este proceso.

1.3 Misión

Unión Agrícola Exotics Fruits una empresa dedicada a la producción de pitahaya (*Hylocereus* sp.) y pitaya (*Stenocereus* sp.) con calidad de exportación comprometida a ofrecer productos frescos y seguros; con la colaboración estrecha de nuestro personal para optimizar el uso de los recursos y minimizar el impacto al ambiente, siempre enfocados en mantener los más altos estándares de calidad e inocuidad, comprometidos con la eficiencia de procesos, generación de empleos y cuidado del medio ambiente. (Cortés Melchor, 2023)

1.4 Visión

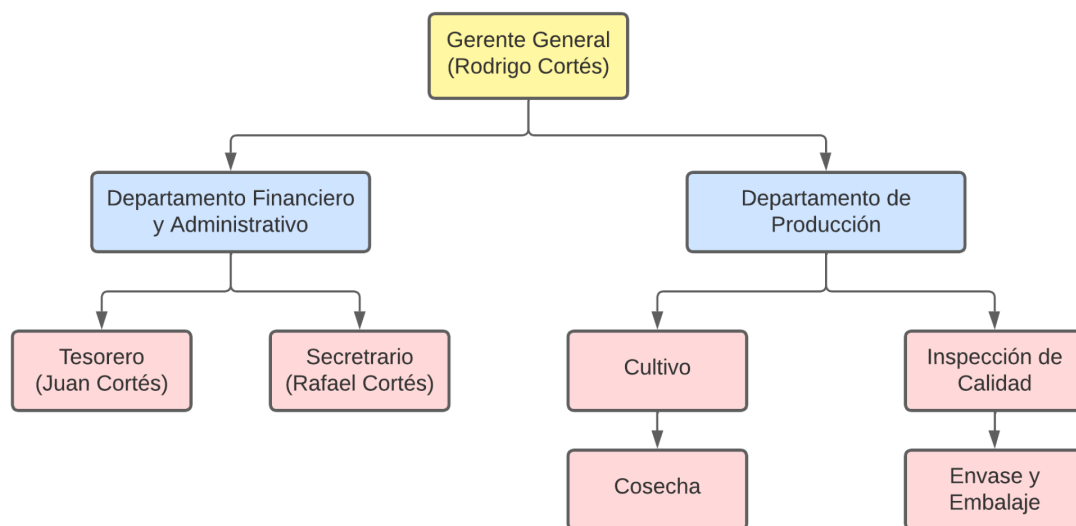
Para 2028, ser una empresa líder en la producción y exportación de pitahaya (*Hylocereus* sp.) y pitaya (*Stenocereus* ps.) en la zona, destacando nuestra calidad, inocuidad e implementación de nuevas tecnologías y prácticas agrícolas sustentables, obteniendo así la certificación GLOBAL GAP, logrando expandir nuestro mercado. (Cortés Melchor, 2023)

1.5 Organigrama

Actualmente la empresa no cuenta con un organigrama definido pues sus tres representantes principales, los hermanos Cortés, realizan en conjunto las labores tanto de administración, control y dirección de operaciones, gestión en la cosecha, contacto de clientes, compras y ventas, tercerizando de esta manera algunas actividades como la cosecha, empaquetado, control de calidad e incluso la exportación, pues estas actividades sólo se realizan por temporadas en función de las necesidades o requerimientos de la demanda. En la **figura 1** se observa un resumen breve de cómo se han organizado en algunas labores los empresarios, observando que no tienen funciones específicas sino en conjunto.

Figura 1

Organigrama Unión Agrícola Exotics Fruits



Nota. Autoría propia basada en la información suministrada por el representante de la empresa Juan Cortés Melchor (2023).

Como se mencionó anteriormente, algunas actividades son tercerizadas de acuerdo a las temporadas o requerimientos, según la entrevista a Cortés Melchor, J (2023) se distribuyen de esta manera: trabajadores en la etapa de cultivo entre 6 a 8 personas, en la etapa de cosecha entre 6 a 8 personas y de 4 a 6 personas para el envasado, para la función de “maquila”, función del empaque entre 10 a 15 personas, en unidad de inspección de calidad 2 personas.

1.6 Antecedentes

“Unión Agrícola Exotics Fruits” es una empresa mexicana constituida legalmente en 2022 pero con larga trayectoria como productora de pitaya y pitahaya desde 2014. En sus inicios Rodrigo Cortés Melchor, actual gerente general, con apoyo de un grupo de productores locales deciden intentar la exportación, logrando celebrar un convenio con una empresa exportadora de fruta a los Estados Unidos, enviando ese mismo año 3 embarques a dicho país, consiguiendo más convenios con grandes comercializadoras, sin embargo, no frecuentaba a gran escala el envío de sus productos. En 2019, Rodrigo junto a otros comercializadores realizaron algunos envíos pero no funcionó pues los requisitos estipulados en el país destino eran muy altos para su pequeña empresa.

En 2020, se incorporan Rafael Cortés Melchor y Juan Cortés Melchor con el fin de impulsar su crecimiento y seguir con la comercialización de la fruta internacionalmente, enviando por primera vez directamente a un cliente en Estados Unidos, sin embargo, la mercancía llegó en mal estado. Dadas las circunstancias y altos estándares solicitados en Estados Unidos, deciden tercerizar los envíos con empaquetadoras que tuvieran las certificaciones necesarias.

Es por esto que en 2022 dieron el paso de conformarse legalmente como empresa para emprender y reducir los intermediarios con la empresa que vende sus productos en dicho país. En el ejercicio de ese año, realizaron 4 envíos tercerizados a su cliente en Estados Unidos, mientras certificaban su propio empaque, posterior a su certificación realizaron 5 envíos, logrando ampliar su infraestructura con una cámara de frío y área de empaque. (Cortés Melchor, 2023)

1.7 Matriz FODA

El análisis FODA constituye una herramienta de planificación estratégica dentro de las organizaciones que proporciona un direccionamiento a través de la identificación de la misma, en donde se establecen las fortalezas y debilidades que constituyen factores internos y que su cambio únicamente es responsabilidad de la organización, así también las oportunidades y amenazas que componen aquellos factores externos a la organización, mismos que dependen de las tendencias del entorno para su cambio (Oña Chiguano & Vega Alquina, 2018, 437-438 p). Por lo anterior, es importante realizar un análisis de la situación actual de la empresa “Unión Agrícola Exotics Fruits”, identificando sus aspectos positivos y

negativos, definiendo su posible comportamiento en el nuevo mercado y planteando nuevas estrategias que le permitan crecer y aumentar sus ventas.

En la **tabla 2** se define la matriz FODA de la empresa, tomando en cuenta aspectos importantes mencionados en la entrevista realizada a su representante Juan Cortés Melchor (2023).

Tabla 2

Matriz FODA Unión Agrícola Exotics Fruits

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Ubicación estratégica, la empresa se encuentra en la zona productora de pitaya y pitahaya. • La empresa cuenta con cámara de frío, mejorando la conservación del producto. • Experiencia en adaptación del producto a requisitos internacionales (empaquetado, conservación, normas sanitarias, controles de calidad, proceso de irradiación). • Experiencia aproximada de 2 años exportando a Estados Unidos.	• Al ser una empresa nueva no cuenta con un flujo constante de efectivo, afectando su capacidad de compra en tiempos cortos tanto de cosechas como de máquinas para optimizar procesos. • Baja capacitación tanto del personal como en la optimización de procesos. • Falta de infraestructura y lugares delimitados para cada proceso. • Tercerización de algunos de sus procesos por falta de conocimientos o documentos requeridos en el extranjero.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• La pitaya y pitahaya se consideran frutas exóticas en diferentes países pues no se producen comúnmente, lo que genera oportunidades de penetrar nuevos mercados. • La empresa cuenta con convenios	• Variaciones de clima como las granizadas que dañen el cultivo, afectando la producción para exportación, o lluvias que aumentan la humedad en el producto afectando su conservación pues se invade con

con productores locales, de esta manera pueden satisfacer la demanda del producto. ● Creación de su propia marca con un amplio catálogo de productos a base de la fruta producida, es decir, valor agregado a la fruta para ampliar sus mercados. ● Adquisición de nueva maquinaria avanzada para optimizar procesos o para generar valor a la fruta como el caso de la máquina liofilizadora (deshidratación mediante frío).	un hongo, con riesgo de invasión en todo el embarque. ● Aumento exagerado de precios en los insumos agrícolas como fertilizantes. ● Grandes empaquetadoras de la zona con permisos y certificaciones también exportan estas frutas. ● Al manejar un producto perecedero se exponen a la incertidumbre tanto en la cosecha, daños en las cámaras de frío que afecten la calidad del producto, así como afectaciones de la fruta en el transporte. ● Restricciones y regulaciones no arancelarias de los diferentes países, pues puede generar trabas o aumento de gastos en la exportación del producto.
---	---

Nota. Autoría propia basada en el análisis de la entrevista al representante de la empresa Juan Cortés Melchor (2023).

2. Producto a internacionalizar

El producto seleccionado por la empresa para internacionalizar es la pitaya fresca (*Stenocereus queretaroensis*), fruta silvestre con amplias propiedades nutricionales, destacando la infinidad de productos y preparaciones que se pueden derivar de esta. En la **tabla 3** se presentará toda la información necesaria para conocer la ficha técnica del producto, algunos de sus cuidados y requerimientos para su buena conservación, de esta manera los compradores interesados podrán evaluar las características del producto.

2.1 Ficha Técnica

Tabla 3

Ficha Técnica: Pitaya

Nombre	Pitaya
Nombre científico	Stenocereus spp
Foto	
Fracción Arancelaria	0810909090
Descripción	Fruta silvestre con cáscara lisa de color verde con tonalidades rojas (indicador del grado de maduración), cubierta de aréolas y de espinas caedizas. Posee una pulpa suave y jugosa, es esta se encuentran las semillas, que son negras, pequeñas y comestibles.
Origen	Región productora: Dolores Hidalgo Huitziltepec, Puebla, México.
Características Organolépticas	● Color: morado, rojo y amarillo. ● Forma: ovalada. ● Aroma: fresco entre ácido y dulce. ● Sabor: dulce / agridulce. ● Textura pulpa: suave, firme y jugosa. ● Diámetro: 5 a 7 cm. ● Peso: 49 a 100 gr.

Propiedades nutricionales	Composición nutricional de la pitaya <table><thead><tr><th colspan="2">Pitaya amarilla</th><th colspan="2">Pitaya roja</th></tr><tr><th>Factor Nutricional*</th><th>Contenido</th><th>Factor Nutricional*</th><th>Contenido</th></tr></thead><tbody><tr><td>Acido Ascórbico</td><td>4.0 mg</td><td>Acido Ascórbico</td><td>25.0 mg</td></tr><tr><td>Agua</td><td>85.4 g</td><td>Agua</td><td>89.4 g</td></tr><tr><td>Calcio</td><td>10.0 mg</td><td>Calcio</td><td>6.0 mg</td></tr><tr><td>Calorías</td><td>50.0</td><td>Calorías</td><td>36.0</td></tr><tr><td>Carbohidratos</td><td>13.2 g</td><td>Carbohidratos</td><td>9.2 g</td></tr><tr><td>Cenizas</td><td>0.4 g</td><td>Cenizas</td><td>0.5 g</td></tr><tr><td>Fibra</td><td>0.5 g</td><td>Fibra</td><td>0.3 g</td></tr><tr><td>Fósforo</td><td>16.0 mg</td><td>Fósforo</td><td>19.0 mg</td></tr><tr><td>Grasa</td><td>0.1 g</td><td>Grasa</td><td>0.1 g</td></tr><tr><td>Hierro</td><td>0.3 mg</td><td>Hierro</td><td>0.4 mg</td></tr><tr><td>Niacina</td><td>0.2 mg</td><td>Niacina</td><td>0.2 mg</td></tr><tr><td>Proteínas</td><td>0.4 g</td><td>Proteínas</td><td>0.5 g</td></tr><tr><td>Riboflavina</td><td>0.0 mg</td><td>Riboflavina</td><td>0.0 mg</td></tr><tr><td>Tiamina</td><td>0.0 mg</td><td>Tiamina</td><td>0.0 mg</td></tr><tr><td>Vitamina A</td><td>-U.I.</td><td>Vitamina A</td><td>- U.I.</td></tr></tbody></table> * Por 100 gr. de fruta (55 gr. de parte comestible) Fuente: Tabla de composición de alimentos. ICBF, Sexta edición, 1992. INCAP y FAO	Pitaya amarilla		Pitaya roja		Factor Nutricional*	Contenido	Factor Nutricional*	Contenido	Acido Ascórbico	4.0 mg	Acido Ascórbico	25.0 mg	Agua	85.4 g	Agua	89.4 g	Calcio	10.0 mg	Calcio	6.0 mg	Calorías	50.0	Calorías	36.0	Carbohidratos	13.2 g	Carbohidratos	9.2 g	Cenizas	0.4 g	Cenizas	0.5 g	Fibra	0.5 g	Fibra	0.3 g	Fósforo	16.0 mg	Fósforo	19.0 mg	Grasa	0.1 g	Grasa	0.1 g	Hierro	0.3 mg	Hierro	0.4 mg	Niacina	0.2 mg	Niacina	0.2 mg	Proteínas	0.4 g	Proteínas	0.5 g	Riboflavina	0.0 mg	Riboflavina	0.0 mg	Tiamina	0.0 mg	Tiamina	0.0 mg	Vitamina A	-U.I.	Vitamina A	- U.I.
Pitaya amarilla		Pitaya roja																																																																			
Factor Nutricional*	Contenido	Factor Nutricional*	Contenido																																																																		
Acido Ascórbico	4.0 mg	Acido Ascórbico	25.0 mg																																																																		
Agua	85.4 g	Agua	89.4 g																																																																		
Calcio	10.0 mg	Calcio	6.0 mg																																																																		
Calorías	50.0	Calorías	36.0																																																																		
Carbohidratos	13.2 g	Carbohidratos	9.2 g																																																																		
Cenizas	0.4 g	Cenizas	0.5 g																																																																		
Fibra	0.5 g	Fibra	0.3 g																																																																		
Fósforo	16.0 mg	Fósforo	19.0 mg																																																																		
Grasa	0.1 g	Grasa	0.1 g																																																																		
Hierro	0.3 mg	Hierro	0.4 mg																																																																		
Niacina	0.2 mg	Niacina	0.2 mg																																																																		
Proteínas	0.4 g	Proteínas	0.5 g																																																																		
Riboflavina	0.0 mg	Riboflavina	0.0 mg																																																																		
Tiamina	0.0 mg	Tiamina	0.0 mg																																																																		
Vitamina A	-U.I.	Vitamina A	- U.I.																																																																		
Beneficios	● Gastritis: posee fibras solubles con un efecto emoliente de la piel que protege las mucosas del estómago de los jugos gástricos de la acidez. ● Laxante: sus semillas son ricas en aceites esenciales y propiedades laxantes. ● Hígado: sus componentes protegen al hígado de la peroxidación de las grasas, mejorando el colesterol. ● Diabetes: el consumo regular de la pitaya mejora los niveles de azúcar sanguíneos debido a sus componentes antidiabéticos. ● Problemas de pulmón: en México se ha usado como jarabe natural para curar la tuberculosis y otros problemas pulmonares. ● Cicatrizante: la savia de la planta se utiliza localmente para tratar heridas, llagas y forúnculos. En algunos lugares se prepara un champú casero para tratar los dolores de cabeza y para el control de la caspa.																																																																				
Usos / Consumo	Puede ser consumida como producto fresco o procesado de																																																																				

	diferentes formas como aguas frescas, nieve, jugos, helados, atole, yogurt, ate, pasteles, gelatinas, licores, vinos espumosos, almíbar y mermeladas, entre otros. Además, de su actual uso de tendencia en productos para el cuidado personal como jabones, cremas, perfumes, shampoos y mascarillas.
Tipo de conservación	La fruta al ser recolectada y escogida según los controles de calidad pasa a reservarse en las cámaras de frío de la empresa, en este caso una cámara de conservación (conserva las frutas frescas, manteniendo la humedad necesaria), con temperaturas entre 7°C y 9°C. Posteriormente, tanto en el transporte como en su lugar destino antes de consumir se debe mantener refrigerado.
Vida útil	Si el producto se conserva como lo sugiere la empresa, en un lugar seco y refrigerado entre temperaturas de 7°C y 9°C desde que es empacada hasta el consumidor final puede preservarse entre 20 y 25 días, de lo contrario acorta su vida útil.
Cultivo / Temporadas producción	Estas frutas se producen en zonas semidesérticas y desérticas. Temporada 1: inicia en marzo y termina en junio.
Fase del producto	La fruta será recolectada con espigas en $\frac{1}{4}$ de madurez, se conservará de esta manera en su empaquetado pues las espigas protegen a la fruta de maltratar durante el transporte, además de permitir la ventilación entre frutas. Posteriormente, llegará a su destino en $\frac{3}{4}$ de madurez, de esta forma la espiga ya se desprende con facilidad llevando a la madurez total de la pitaya.
Empaque y etiquetado	● A granel en canastilla negra de plástico con capacidad de 9 a 9,7 kg. ● Etiqueta por fruta y por empaque.
Certificaciones y normas	Cada país maneja diferentes certificaciones de acuerdo a sus normas agrícolas y sanitarias, en el caso de Estados Unidos, la

	empresa tiene certificación oficial de empacadoras aprobadas por el USDA para enviar fruta a cualquiera de las plantas de Irradiación ya certificadas para dicho tratamiento, como lo solicita el país.
--	---

Nota. Ficha técnica producto a internacionalizar por Unión Agrícola Exotics Fruits. Tomado de: Balderas et al., (2016). Cortés Melchor, (2023). Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias, Universidad de Guadalajara, (2015). Flores Valdez, (2002). Friopacking, (2021). Gobierno de México, (2017). Pitanorte, (2018). Archivo Fotográfico Pitaya, Unión Agrícola Exotics Fruits, (2023).

2.2 Valor Agregado

La empresa Unión Agrícola Exotics Fruits comercializa la pitaya fresca para consumo natural sin ningún proceso industrial, es decir, a granel, como se observa en la **figura 2**. Su valor agregado en el mercado internacional es la irradiación de sus productos, como lo define la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) (2022), se refiere a la aplicación de radiación ionizante a los alimentos, una tecnología que mejora la seguridad y la vida útil de los alimentos, mediante la disminución y eliminación de los microorganismos e insectos. Asegurando de esta manera la inocuidad de la fruta, aumentando su vida útil. Actualmente, la empresa intermedia este proceso en la planta de irradiación ubicada en el parque industrial de Matehuala BENEBIÓN by Phytosan S.A. de C.V, (2022), empresa mexicana líder en procesos fitosanitarios, desbacterización y esterilización a partir de la irradiación de los productos.

Figura 2

Pitaya fresca “Exotics Fruits”



Nota. Tomada de Archivo Fotográfico Pitaya, Unión Agrícola Exotics Fruits, (2023).

3. Aspecto Técnico

Para la construcción de un plan exportador es indispensable realizar una introspección técnica en cuanto a la actual capacidad de oferta de la empresa que desea internacionalizar sus productos, pues al expandir su mercado debe determinar la cantidad de producto disponible para exportar sin desatender su mercado nacional o local. De esta manera, se expone el actual control de calidad, diseño y empaques de la pitaya, estableciendo el proceso anticipado de la empresa antes de la comercialización del producto.

3.1 Capacidad de Producción

Durante el año existe una temporada de cosecha de pitaya roja, es decir, temporada en la que se recogen frutos para la comercialización. Esta inicia en marzo y termina en junio, desde marzo las plantas presentan frutos pequeños indicando el inicio de esta, durante abril y mayo se presenta la mayor producción y en junio disminuye hasta culminar. En 2022 la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits presentó una producción propia aproximada de 120 toneladas, se estima que el 90% de las frutas alcanzaron un peso mayor o igual a 80 gr, la cuales fueron comercializadas en el mercado estadounidense al cumplir los requisitos de peso, el 10% restante como alcanzaron un peso de 50 a 80 gr fueron comercializadas en el mercado local. El precio de esta fruta va fluctuando conforme la oferta local y la etapa de la temporada de producción, además de la calidad y peso de la fruta, el precio local por kilo varía entre los \$25 y \$100 pesos mexicanos, un rango de \$2 a \$6 dólares estadounidenses, en el mercado internacional en este caso Estados Unidos, destino de las actuales exportaciones de la empresa el precio del kilo varía entre \$3 a \$9 dólares. (Cortés Melchor, 2023)

3.2 Oferta Exportable

En el año 2022, la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits exportó 105.840 kg distribuidos en 9 envíos a los Estados Unidos, los primeros 4 envíos pagaron servicio de maquila a la empacadora Agrícola exportadora de Bc con número de empaque EMP-011 ya que aún no tenían la certificación del empaque propio, los siguientes 5 envíos se realizaron con el propio empaque certificado EMP-112 generando un nuevo reconocimiento a la empresa, cabe mencionar que la cantidad exportada estuvo apoyado con la mercancía a granel de otros dos comercializadores de la zona.

La propuesta actual del representante de la empresa Juan Cortés Melchor (2023) teniendo en cuenta que continuará con envíos a sus clientes en los Estados Unidos, es exportar en un

inicio fruta mediana de 60 a 80 gr con un precio más asequible mientras el mercado conoce el producto y muestra aceptación, con base en esto se puede mantener la calidad de la fruta de esta manera o mejorarla con fruta de mayor tamaño si se muestran buenos resultados, dando una oferta exportable de 7 a 15 toneladas inicialmente.

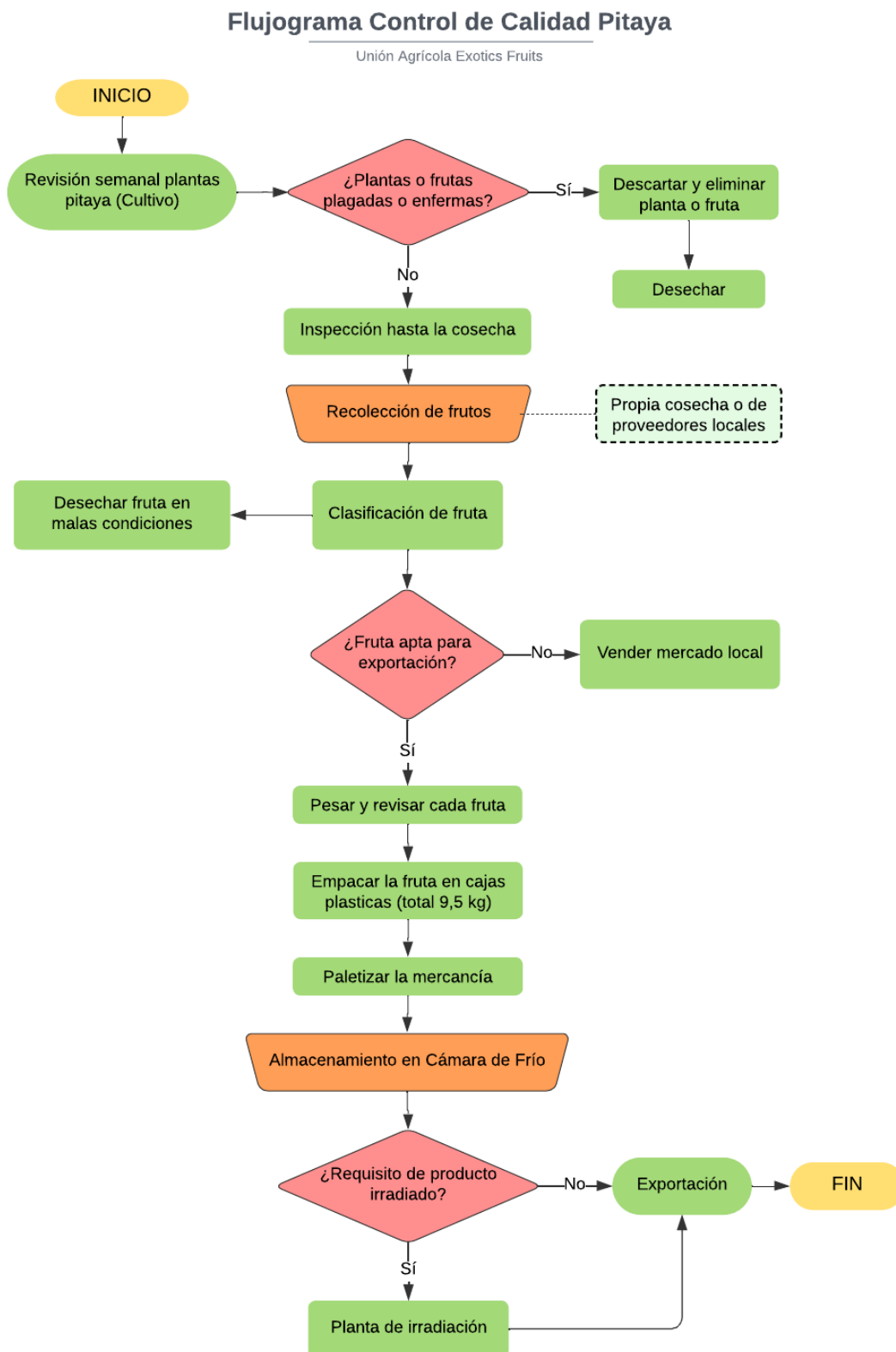
3.3 Control de Calidad

La empresa Unión Agrícola Exotics Fruits realiza una serie de procesos para el control de calidad de sus productos para exportación, como se observa de manera resumida en la **figura 3**, brindando al comprador productos de calidad. Este control se desarrolla en los siguientes pasos:

1. **Monitoreo:** constante monitoreo en sus cultivos, al iniciar las temporadas de cosecha revisan planta por planta una vez a la semana con el fin de controlar la posible propagación de plagas o enfermedades, en el caso de que encuentren alguna planta o frutos infestados con plagas u hongos, inmediatamente son dadas de baja y desechadas, de esta manera no se afectará el resto del cultivo; teniendo en cuenta que proporcionan los cuidados necesarios en todo el proceso del cultivo (riego, fertilización, etc) para cosechar frutas saludables.
2. **Recolección:** cuando las frutas presentan una leve coloración roja en su cáscara, es decir, aproximadamente $\frac{1}{4}$ de maduración proceden a recolectar por parejo la cosecha, este proceso lo realizan manualmente por medio de herramientas como tenazas o garrochas para cortar las frutas manteniendo sus espinas, al mismo tiempo van clasificando las pitayas en diferentes cajas de campo (capacidad de 15 a 30 kg) según sus características, en este caso tamaño pequeño, tamaño adecuado para la exportación, fruta picada o abierta, de esta manera no tienen el riesgo de afectar la buena fruta. La fruta en malas condiciones es desechada.
3. **Clasificación:** al llevar el producto recolectado a la planta, se pesa la fruta clasificada para exportación para confirmar de que cumplan con el mínimo solicitado, debe ser fruta de buen tamaño, con un peso mínimo, sin fisuras ni magullaciones, en el caso de que esté sucia por polvo se limpia con un trapo, nunca se lava pues la humedad del agua puede dañar la fruta. Cabe aclarar que la fruta que es comprada a los productores

locales pasa por este mismo proceso, pues algunos de los proveedores llevan la fruta a granel, viendo la necesidad de clasificarla. La fruta que no cumpla con las condiciones para exportación es comercializada en el mercado local.

4. **Empaque y etiquetado:** la fruta es etiquetada y empacada en canastillas de plástico con peso bruto aproximado de 9,5 kg a 9,7 kg, con el fin de manejar un margen de disminución de peso por la deshidratación de la fruta. Se aclara que las pitayas se empacan con espigas para alargar su vida útil y brindar ventilación entre frutas. Luego de obtener varias canastillas se procede a paletizar la mercancía.
5. **Almacenamiento:** se van almacenando los pallets en la cámara de frío de la empresa a una temperatura entre 7°C y 9°C, mientras se completa el cargamento.
6. **Irradiación:** en el caso de que el país importador exija la irradiación de la fruta, el cargamento es llevado a una de estas plantas para cumplir con este requisito.
7. **Transporte:** para mantener en buenas condiciones a la mercancía y prolongar su vida útil se maneja una temperatura de refrigeración constante entre los 7°C y 9°C durante todo el transporte.

Figura 3*Flujograma Control de Calidad Pitaya*

Nota. Autoría propia basado en el análisis de la entrevista al representante de la empresa Juan Cortés Melchor (2023)

3.4 Diseño

La empresa al tener experiencia con la exportación ya tiene definido el diseño de sus empaques y etiquetas, al comercializar un producto natural sin procesos manejan diseños estándares que cumplen la función de brindar información básica del producto, información del cumplimiento de requisitos para el país destino e información necesaria en su embalaje.

3.4.1 Logo

La empresa Unión Agrícola Exotics Fruits tiene definido su logo (**Figura 4**) como identidad de marca destacando sus elementos tipográficos en colores llamativos que representan las frutas que producen (pitaya y pitahaya), además de un elemento gráfico que representa al campo. Un elemento visual fácil de asociar con su producto.

Figura 4

Logo Unión Agrícola Exotics Fruits



Nota. Tomada de Archivo Fotográfico Pitaya, Unión Agrícola Exotics Fruits, (2023).

3.4.2 Etiquetas

Como se observa en la **figura 5** cada fruta posee una etiqueta la cuál señala: el nombre del producto (Pitaya), la empresa comercializadora (en este caso Unión Agrícola Exotics Fruits), el lugar de procedencia (México), el tratamiento con irradiación que tiene el producto y el número de registro de la empresa como empacadora certificada (EMP-112) para exportación con tratamiento a base de irradiación, en constancia del USDA (Departamento de Agricultura de los Estados Unidos) y SENASICA (Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad, y Calidad Agroalimentaria), esta certificación puede verificarse en el documento anual que publica el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria - México (2023) en su

página web, así como en los documentos compartidos por el representante de la empresa Juan Cortés Melchor (2023). Su diseño está adaptado al logo e identidad de marca.

Figura 5

Etiqueta Pitaya Unión Agrícola Exotics Fruits

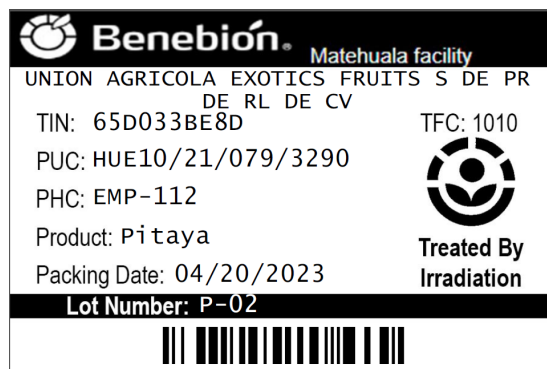


Nota. Tomada de Archivo Fotográfico Pitaya, Unión Agrícola Exotics Fruits, (2023).

Por otra parte, usan etiquetas en las cajas de embalaje estampadas con un diseño más neutro y de la empresa en la que irradian las frutas como se observa en la **figura 6**. Esta etiqueta contiene información esencial para la exportación: el nombre de la empresa que produce (Unión Agrícola Exotics Fruits), el números de identificación del contribuyente (TIN), el plan único de cuentas (PUC), el phc en este caso el número oficial como empacadora (EMP-112), el producto (pitaya), el día de empaque, el número de lote (P-02), el código de barras y el sello de tratamiento por irradiación.

Figura 6

Etiqueta embalaje Pitaya Unión Agrícola Exotics Fruits



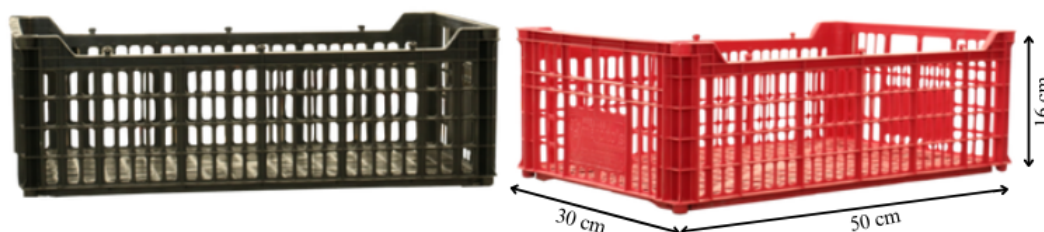
Nota. Tomada de Archivo Fotográfico Pitaya, Unión Agrícola Exotics Fruits, (2023).

3.4.3 Embalaje

Como se mencionó en la **tabla 5** la pitaya al ser un producto para consumo natural sin procesos industriales y en este caso comercializada a granel no es envasada sino embalada directamente en cajas plásticas desechables de polietileno, con capacidad de 5 a 10 kg, como se observa en la **figura 7**, estas con medidas de 30 cm de ancho, 50 cm de largo y 16 cm de alto, destacando sus pequeñas aberturas que permiten el flujo constante de aire, además de su gran resistencia al peso, al impacto, a la humedad y a la refrigeración. (Plastimega, 2023)

Figura 7

Embalaje Pitayas Unión Agrícola Exotics Fruits



Nota. Tomada de Plastimega, (2023).

De este modo la fruta es empacada de manera conjunta conservando sus espinas, ubicadas de forma ordenada con el fin de que no se maltraten o aplasten como se observa en la **figura 8**. Cada canastilla con peso bruto aproximado entre 9,5 kg a 9,7 kg, pues con el proceso de deshidratación de la fruta llegará a su lugar destino pesando aproximadamente entre 9 kg a 9,2 kg.

Figura 8

Embalaje: Ubicación del producto Unión Agrícola Exotics Fruits



Nota. Tomada de Archivo Fotográfico Pitaya, Unión Agrícola Exotics Fruits, (2023).

Posteriormente, cada canastilla es embalada en malla antiáfidos constituida por polietileno de alta densidad como se observa en la **figura 9**, esta cumple la función de protección como barrera física ante la posible entrada de insectos o microorganismos que puedan afectar la mercancía, además de que controla la humedad. (DM Tecnologías, 2023)

Figura 9

Mercancía embalada Unión Agrícola Exotics Fruits



Nota. Tomada de Archivo Fotográfico Pitaya, Unión Agrícola Exotics Fruits, (2023).

Finalmente, las canastillas son ubicadas de manera ordenada en los palets americanos de la siguiente manera: 4x2 cajas a lo ancho y largo, apilando a lo alto las cajas en 10 filas para un total de 80 cajas por palet como se observa en la **figura 10**, cabe mencionar que estas son aseguradas con una ligera capa de malla antiáfidos y una cinta de amarre plástica que mantiene las cajas inmovilizadas en el palet.

Figura 10

Mercancía paletizada Unión Agrícola Exotics Fruits



Nota. Tomada de Archivo Fotográfico Pitaya, Unión Agrícola Exotics Fruits, (2023).

3.5 Proveedores

Actualmente, la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits posee un reducido número de proveedores pues sus procesos no requieren de una larga lista de productos, los cuales se enuncian a continuación en la **tabla 4**, se aclara que las cantidades de los productos se adquieren por temporadas.

Tabla 4

Proveedores Unión Agrícola Exotics Fruits

Categoría	Nombre del Proveedor	Producto que provee	Cantidad aprox. del producto
Productos Agrícolas	El Tomate de Oro	Línea “Itrakam” Foliares	15 a 10 cajas de diferentes productos
	Agrocam	Harina de rocas	3 a 5 toneladas
Fruta	Proveedores de la comunidad	Pitaya a granel	Según cantidad demandada que no logra ser solventada por la producción propia
Etiquetas	Fraks	Etiquetas “PLU” Pitaya	+70.000 piezas
Embalaje	Plastimega	Canastillas Plásticas capacidad de 5 a 10 kg	+10.000 cajas
	Ruben Martinez Diaz	Rollos Malla Antiáfido x 100 mts	1 rollo

Nota. Autoría propia basada en la entrevista del representante de la empresa Juan Cortés Melchor (2023).

4. Mercado

En la actualidad, la competencia empresarial ha aumentado exponencialmente, pues la oferta de nuevos productos es cada vez mayor, frenando de esta manera el rápido crecimiento de pequeñas empresas. Por lo anterior, es importante que los nuevos empresarios busquen la manera de diversificar tanto sus productos y servicios, como sus estrategias de fidelización de clientes, implementando nuevas tendencias de mercado. Es por esto, que se hace indispensable analizar desde diferentes puntos a los diversos mercados, lo que permite analizar la oferta, la demanda, los precios, la comercialización y los tipos de consumidores, definiendo el posible mercado objetivo. En este caso, el estudio del mercado se enfoca en el sector colombiano, objetivo principal del presente plan exportador. (Instituto Nacional de la Economía Social (INAES), 2016)

4.1 Información general del país: Colombia

En la **tabla 5** se recopila información general sobre Colombia, país al cual se dirige la mercancía a exportar de la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits.

Tabla 5

Información general - Colombia

FICHA PAÍS - COLOMBIA	
Geografía	● Se ubica en el extremo noroccidental de América del Sur. ● Tiene costas en el océano Pacífico y Atlántico. ● Está atravesada de Sur a Norte por la cordillera de los Andes.
Superficie	1.141.748 km².
Capital	Bogotá D.C.
Idioma	Español (oficial) y numerosas lenguas indígenas.
Moneda	Peso Colombiano (COP).
Población	51.050.000 habitantes (estimaciones 2021).
Religión	● Catolicismo (87,3%).

	● Protestantismo o Evangélicos (11,5%).
Forma de Estado	República presidencialista.
Economía	Es la tercera economía de América Latina y la 57ª a escala mundial.
Imagen de Referencia	

Nota. Autoría propia basado en información recolectada de la ficha país: Colombia tomada de: Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2023).

4.2 Análisis PESTEL - Colombia

Como se mencionó anteriormente es indispensable un estudio de mercado detallado para determinar los nuevos clientes potenciales. De esta manera se analizará el mercado colombiano a través del análisis PESTEL, herramienta que permitirá evaluar diversos factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales del país destino, examinando las oportunidades y amenazas que este contiene, brindando a la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits pautas para penetrar este nuevo mercado y prosperar en el intento (Amador, 2022). A continuación se presenta la **tabla 6** con la información pertinente del análisis.

Tabla 6

Análisis PESTEL mercado Colombiano - Pitaya

MERCADO INVESTIGADO: COLOMBIA

Factor	Descripción	Impacto	Oport unidad	Amen aza
Político	TLC entre México y Colombia (G-2): México y Colombia están vinculados por un tratado de libre comercio vigente desde 1995. El TLC-G3, del cual era parte Venezuela hasta 2006. Este tratado ha logrado una importante apertura de mercados para bienes y servicios, estableciendo reglas claras en materia de comercio e inversión, según Legiscomex (2022) desde su entrada en vigor, las exportaciones de México a Colombia han crecido en un 1.100%, al pasar de USD 306 millones a USD 3.757 millones. Entre sus programas más relevantes se encuentra la desgravación para la mayoría de productos de los sectores agrícola y automotor. (Secretaría de Economía México, 2022) A pesar de lo anteriormente mencionado, actualmente permanece el arancel en algunos productos pertenecientes al sector agropecuario, como es el caso de la Pitaya, según las listas de desgravación de Colombia proporcionada por la Secretaría de Relaciones Exteriores (2011), este producto con fracción arancelaria 0810909090 mantiene un arancel del 13,2%, es decir, este tratado no beneficia a la empresa en impuestos a la exportación, contemplando este tratado. Cabe mencionar que si hay ciertas normas impuestas frente al sector, una de estas es la eliminación de las subvenciones a la exportación de mercancías agrícolas.	Alto		X
	Alianza del Pacífico: Este acuerdo comercial nace como una iniciativa de	Alto	X	

	integración profunda regional formada por Chile, Colombia, México y Perú desde 2011. Su objetivo es establecer progresivamente una zona de libre comercio que impulse a un mayor crecimiento, competitividad y desarrollo mediante la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas, disminuyendo las políticas proteccionistas y creando nuevos organismos que impulsen las economías de los países miembros. Cabe destacar que mantienen una proyección hacia la región Asia-Pacífico. (Sistema de Información sobre Comercio Exterior, 2011) En el caso particular de la pitaya, como se evidencia en la lista de desgravación arancelaria de Colombia para los países de la Alianza del Pacífico publicado por el Sistema de Información sobre Comercio Exterior (2011) se ve favorecida pues hace parte de las mercancías categoría A, aquellas en las cuales sus líneas arancelarias de desgravación, quedan completamente eliminados a partir del año 2014. Su tarifa pasó de 15% a 0%.			
Económico	Colombia se ha convertido en uno de los países más importantes a nivel latinoamérica como pilar del desarrollo de la economía regional. Según el Fondo Monetario Internacional, en 2021 ocupó el 5° lugar de acuerdo al PIB nominal, detrás de Brasil, México, Argentina y Chile. (Secretaría de Economía México, 2022)	Alto	X	
	PIB (Producto Interno Bruto): De acuerdo con el Banco Mundial (2023) en 2022 el PIB colombiano creció sólidamente a una tasa de	Medio	X	

	7,5%, sin embargo, la economía se sobrecargó pues trabajó por encima de su potencial tratando de restablecer el consumo limitado de la pandemia. Según cifras del DANE (2023) la única variación negativa del PIB con una cifra de -1,9% se registró en el sector agropecuario, esto indica que hubo una disminución en la actividad comercial por diversos factores como la inflación, pérdida de cultivos por las fuertes lluvias, depreciación del peso colombiano, altos costes en los insumos y aumento en las importaciones. Se estima que mientras se estabilizan algunas variables económicas en 2023 el PIB sólo crecerá 1,1% y en 2024 un 2,8%. Inflación: Según datos recopilados por el Banco Mundial (2023) la inflación cerró en 2022 en 13,1%, la cifra más alta respecto a los 20 años anteriores, afectando a gran escala el consumo de productos básicos de la canasta familiar como frutas, verduras, carnes y legumbres, pues arrojó una alta inflación del 27,81% en los alimentos y las bebidas no alcohólicas. Sin embargo, luego de 10 meses consecutivos de carestías la inflación a abril de 2023 conforme a cifras del DANE bajó a 12,82 %, enfatizando una caída del -0,07 % en la variación mensual del Índice de Precios al Consumidor de alimentos y bebidas no alcohólicas, entre estos uno de los alimentos que cae con fuerza a la variación anual son las frutas frescas las cuales desciende al 20,84 % luego de llegar a un pico del 25 %, beneficiando al producto a exportar, esto se debe a la disminución en los precios de suministros e insumos para la producción agraria, una	Alto		X
--	--	------	--	---

	leve mejora en el comportamiento de la tasa de cambio y aumento de la oferta agrícola. (Valora Analitik, 2023) Tasa de Cambio: El peso colombiano se ha caracterizado por tener una alta volatilidad frente al dólar estadounidense, en el ejercicio del año 2022 teniendo en cuenta los datos del Banco de la República este presentó una devaluación del 20,8%, causada por diversos factores internos como la llegada de un nuevo presidente de izquierda e incertidumbre con su plan de gobierno, las diferentes reformas (tributaria, salud, laboral) e inflación, así como factores externos como la guerra entre Rusia y Ucrania, guerras comerciales (China-EEUU) y tasas de interés internacionales. (Cambio, 2023) Sin embargo, en lo corrido del 2023 se ha observado un comportamiento diferente, en los dos primeros meses del año seguía presentando saldos negativos, pero logró estabilizarse y generar una mínima apreciación del 5%, esto gracias al aumento en el precio de los barriles de petróleo, mejora en las políticas internas del país, nuevos inversionistas y la inflación del 5% que presenta Estados Unidos. (Bitso, 2023) Por el contrario, según el diario El Economista (2023) mundialmente la divisa con mayor valoración frente al dólar en 2023 es el peso mexicano con una apreciación del 10.35%, seguido del real brasileño, rupia india y dólar taiwanes. Esta disposición relacionada a causas internas y externas como la entrada de remesas, exportaciones, turismo, inversión	Alto	X	
--	---	------	---	--

	extranjera como el caso de Tesla en el sector automotriz en Monterrey, así como la reducción de la inflación en la eurozona, depreciación del dólar, inflación en los Estados Unidos, tasas de interés mundiales y recuperación de grandes economías respecto a la pandemia como el caso de China. Es por esto, que México se beneficia en términos de cambios de divisas gracias a la estabilidad y apreciación de su moneda frente al dólar, los costos para la exportación serán menores y recibirán mayor ganancia. Importaciones: Se estima que Colombia importa el 30% de los alimentos que consume, el equivalente a 12 millones de toneladas siendo el maíz, trigo y soya (cereales) los de mayor participación, sin embargo, en los últimos años este alto porcentaje ha influido en el aumento de inflación encendiendo las alarmas del gobierno, el cuál ha puesto algunas trabas a las importaciones, pues Colombia se está viendo afectada por las crisis mundiales. (Salazar, 2022) Respecto a las frutas tropicales, teniendo en cuenta las estadísticas proporcionadas por la OEC (2022), en 2021 Colombia importó (valores en dólares USD) \$1,23M, principalmente de Ecuador (\$515k), Estados Unidos (\$423k), Perú (\$67,9k), Kenia (\$43,7k), y Túnez (\$41,9k). Aunque este sector no es muy fuerte en las importaciones ya que Colombia es productor de diversas frutas, el aumento en los insumos ha afectado la producción interna, aumentando las importaciones.	Bajo		X
--	---	------	--	---

	Comercio México - Colombia: En 2021 Colombia presentó una balanza deficitaria por -\$2,033 mdd frente a las exportaciones mexicanas, las cuales registraron \$3,434 mdd destacando la mercancía del sector automotriz, mientras que Colombia exportó \$1,401 mdd destacando los coques y semicoques de hulla, insecticidas, preparaciones de belleza, y aceite de palma. (Secretaría de Economía México, 2022) Producción local: Colombia es un país con amplia diversidad en frutas y verduras, sus pisos térmicos y diversos ecosistemas permiten encontrar variedad en sus alimentos. Se estima que existen cerca de 350 hectáreas cultivadas de pitahaya amarilla, anualmente logra alcanzar una producción de más de 2.200 toneladas entre los departamentos de Boyacá, Quindío, Santander y Valle del Cauca. En la actualidad Colombia exporta esta fruta a países como Japón, Corea del Sur, China, Emiratos Árabes, Indonesia, Singapur, Brasil, Canadá, Estados Unidos y la Unión Europea. (Instituto Colombiano Agropecuario - ICA, 2019)	Alto	X	
		Alto		X
Socio - cultural	Indicadores demográficos: Información obtenida del Ministerio de Salud y Protección Social, (2022) y Datosmacro.com, (2020): ● Población: 51.050.000 habitantes (estimaciones 2021). Datos al 2022: ● Mujeres: 51,24% . ● Hombres: 48,76% ● Esperanza de vida : 73,6 hombres, 80	Medio	X	

	mujeres. • Población menor de 15 años: 22,94% . • Población entre 15 y 19 años: 7,87% • Población entre 20 y 64 años: 59,3% • Población de 65 años y más: 9,89% . • Población urbana: 76,32% (2022). • Población rural: 23,68% (2022). Poder adquisitivo: Según el Ministerio de Trabajo (2023) el salario mínimo mensual actualmente en Colombia incluyendo el subsidio de transporte es de \$1.300.000 COP (\$312 USD). De acuerdo con un estudio realizado en el año 2023, el costo de la canasta básica en Colombia para enero de este año se estima en \$292.650 pesos, lo cual representa un aumento del 28,61% en comparación con el mismo mes del año anterior. (Moreno, 2023) Los ocho productos esenciales de la canasta básica de un trabajador promedio con salario mínimo, está compuesta por pan, leche, huevos, arroz, queso, carne, frutas y verduras. En particular, el costo de las frutas, en una cantidad de 6 kg, se estima un costo que asciende a \$32.530 COP. Ante la difícil situación y el aumento de los precios en los alimentos, la ciudadanía hizo un llamado al gobierno de Gustavo Petro para reducir los precios de los alimentos y combatir la inflación, gracias a esto algunas cadenas de supermercados como Éxito, Ara y Olímpica anunciaron disminución de costos de productos esenciales de la canasta familiar, en particular, Olímpica informó la reducción en aproximadamente 400 productos incluyendo víveres, carne, fruta,	Alto	X
--	--	------	---

	verduras, granos, artículos de aseo personal y limpieza del hogar, brindando un alivio económico para los consumidores. (Ordóñez, 2023) Gastronomía Colombiana: Colombia se ha caracterizado mundialmente por su amplia variedad y producción de frutas, su gran diversidad permite a lo largo del año incluirlas en sus preparaciones y comidas. Según las costumbres de cada hogar, el poder adquisitivo y gastronomía de cada región se incluyen en la dieta diaria de los colombianos, de manera general, son consumidas frescas en el desayuno, frescas como snack saludable a lo largo del día, de ley como jugo o bebida artesanal que acompaña el almuerzo, en bebidas calientes como aguas aromáticas, en diversas ocasiones en postres, en “comida callejera” o incluso en licores artesanales como el sabajón (licor de feijoa). Entre algunas preparaciones que sobresalen está el salpicón, las ensaladas de frutas, el mango biche, el guanabano, las fresas con crema, el cholao, la lulada, los raspados, el champús, las cocadas, el bocadillo de guayaba u otros sabores, las jaleas y mermeladas, los jugos en leche, el guarapo de piña, entre otras. Hábitos de consumo de fruta: La Encuesta Nacional de Situación Nutricional (ENSIN) en 2005 expuso dos situaciones con respecto al consumo de frutas: la primera, que siendo Colombia un país con gran diversidad, la variedad en el consumo es muy limitada, pues entre las frutas más consumidas están el mango, el banano, la	Medio	X	
		Alto	X	

	guayaba, el tomate de árbol, la naranja y la mora; y la segunda, de las personas encuestadas sólo el 72,9% consumen frutas, la variable de consumo registrada en apunta a una mediana nacional de 88 g al día, cifras un tanto preocupantes en comparación a la gran producción de estos alimentos en el país. Entre los departamentos que lideran el consumo se encuentran el Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Sucre, Bolívar, Quindío, Risaralda, Bogotá y Boyacá, los cuales presentaron un promedio de consumo de 120 gr al día. (Combariza, 2013, p.48) Sin embargo, un estudio de Kantar empresa de análisis de datos señala que en 2021 a causa de la difícil situación económica y el aumento en los contagios de covid-19, el 60% de las familias incrementaron el consumo de alimentos preparados en casa, reflejando el incremento del consumo de frutas y verduras en un 45%, es decir, la pandemia impulsó el cambio de los malos hábitos alimenticios de algunos hogares colombianos, sustituyéndolo por el consumo de alimentos más saludables que aportaran nutrientes necesarios para sobrellevar la crisis mundial. (Marketers by Adlatina, 2021) Nuevas tendencias de consumo: Según un informe de la empresa Ingredion (proveedor de ingredientes) y la consultora Opinaia, la pandemia del covid-19 sensibilizó mundialmente a las personas sobre la atención a la salud y el cuidado personal, replanteando a su vez las prácticas culturales vinculadas al medio ambiente y la sustentabilidad. Actualmente, los consumidores exigen a las marcas calidad, confiabilidad, productos	Medio	X	
--	--	-------	---	--

	saludables y responsabilidad con el medio ambiente. En el caso de los colombianos, el 65% están interesados en consumir alimentos y bebidas que beneficien a la salud, el estudio evidencia una alta predisposición (93%) de consumir alimentos hechos a base de plantas y vegetales implementando así una alimentación más consciente. (Portafolio, 2020) Inseguridad alimentaria: Alrededor de 15,5 millones de colombianos viven en inseguridad alimentaria, es decir, el 30% de la población no tienen fácil accesibilidad y presentan dificultades para cubrir sus necesidades básicas. Actualmente, el 67% de los hogares acude a estrategias de supervivencia, como vender sus bienes o endeudarse, para cubrir los gastos de alimentación. (DeJusticia, 2023) Algunas de las causas de este fenómeno son la pobreza monetaria, el desempleo e informalidad, el conflicto armado, los efectos de guerras externas como la de Ucrania, la inflación, desastres naturales y efectos económicos tras la pandemia del covid-19. Los departamentos que han tenido mayor afectación son Córdoba, Sucre, Cesar, Bolívar, La Guajira, Putumayo, Chocó y Norte de Santander, en donde algunas minorías de sus habitantes son víctimas del conflicto armado, población étnica o trabajadores informales. (DeJusticia, 2023)	Medio		X
Tecnológico	Nuevas tecnologías en el sector agrícola: Según AEVAE (2021) la continua evolución tecnológica ha facilitado mantener una agricultura precisa, rentable y sostenible. En la actualidad	Medio	X	

	gracias a nuevos los avances han surgido diversas herramientas útiles que mejoran el sector como: ● Software SIG (Sistema de Información Geográfica): Capaz de recopilar y analizar diferentes datos como temperatura, rendimiento de cultivos, condiciones del suelo, clima y la salud de las plantas. ● Drones y aviones teledirigidos: Actualmente han ganado protagonismo porque los drones incluyen información detallada y precisa como la saturación del agua en determinadas zonas del terreno, la presencia de malas hierbas, la altura de las plantas y biomasa de los cultivos. Además, los aviones teledirigidos son excelentes aliados en la lucha contra la exposición de insectos, impidiendo la directa y la intoxicación química. ● Software agrícola: Permite la automatización de tareas agrícolas y administrativas, allí mejora la eficiencia en los procesos de producción. Este software ofrece diversas funciones como medir el GPS para calcular el área del terreno y la cantidad de insumos necesarios. ● Semillas inteligentes y resilientes: Se han diseñado especialmente para mejorar la resistencia al calor, la sequía y otros factores climáticos extremos que sufren los cultivos. Gracias a la alta calidad estas semillas son capaces de adaptarse y sobrevivir a condiciones adversas, donde se generan cosechas más productivas y seguras.			
--	--	--	--	--

	Estos avances tecnológicos están en constante evolución y tienen potencial para continuar mejorando la calidad de vida de las personas para proporcionar alimentos de alta calidad y reducir el impacto ambiental. (AgroPinos, 2021) Nuevas tecnologías en la industria alimentaria: La tecnología de los alimentos se dedica a la aplicación de conocimientos científicos en áreas como la física, biología y la química, mejorando de esta manera los productos alimenticios. Su principal objetivo es garantizar la calidad y prolongar la vida útil de cada uno de los productos. (Ávila, n.d.) Según Granados (2020), InternovaMarket-Food (2022) y la FDA (2022) los avances científicos han impulsado el desarrollo de algunas tecnologías en el campo de los alimentos que incluyen: ● Películas biodegradables: Es una capa delgada de material biodegradable y comestible que se aplica sobre los alimentos como una cobertura proporcionando beneficios como la protección contra la humedad, la prolongación de la vida útil y mejorar su apariencia. ● Envases activos: Es un sistema de envasado donde se incorporan componentes capaces de absorber o liberar sustancias en los alimentos que se encuentran envasados. Permite extender y mejorar las condiciones en el tema de almacenamiento. ● Plasma frío: Tecnología de procesamiento no térmico de los alimentos con un enfoque innovador que usa gases energéticos y	Alto	X	
--	---	------	---	--

	reactivos para inactivar microorganismos contaminantes presentes en la superficie de alimentos, como carnes, frutas y verduras. ● Irradiación a través de electrones: Es una tecnología con enfoque innovador basada en mejorar la seguridad y prolongar la vida útil de los alimentos en los supermercados y establecimientos donde se vendan, mediante la aplicación de diversos métodos y procesos para evitar los microorganismos e insectos que se presentan en los alimentos. Plataformas tecnológicas y Comercio electrónico: En los últimos años se ha observado la dificultad que tienen pequeños y grandes productores para hacer llegar sus productos a las grandes ciudades en tiempo oportuno, y con un mínimo de ganancia teniendo en cuenta la constante fluctuación de precios. Así mismo, tras la pandemia, muchas tiendas, supermercados o plazas de abastos se vieron afectadas por el cierre total físico de sus establecimientos, es por esto que se vieron en la necesidad de implementar nuevas formas de venta a través del comercio electrónico, manteniendo de esta manera la comunicación con sus clientes. Por lo anterior, nuevas plataformas han surgido en Colombia, muchas de estas no sólo buscan una venta sostenible y más rápida, sino también reducir la incertidumbre entre productores por precios y desperdicios de su mercancía. Una de estas plataformas es Frubana, software que predice la oferta y demanda de cada fruta y verdura en las ciudades en las que operan, estos datos que genera	Medio	X	
--	---	-------	---	--

	los comparte con los productores, para que conozcan con anterioridad las necesidades de los mercados urbanos, de esta manera reducen la cantidad de productos desperdiciados por alta oferta y poca demanda. Otras plataformas son: Mucho, app de venta, conecta habitantes urbanos con pequeños productores de alimentos frescos; Koshcampo, app especializada en la comercialización de alimentos con certificación kosher; ComproAgro, app que elimina intermediarios entre agricultores y consumidores finales; Waruwa, app que distribuye frutas y hortalizas para restaurantes, tiendas de barrio y supermercados. Como estas apps cada día surgen más y más plataformas virtuales que facilitan los procesos de comercialización y producción, al estar en un mundo globalizado, tanto los pequeños como grandes empresarios deben de adaptarse a estas nuevas tendencias para no dejar atrás su negocio o verse afectado por la competencia. (Mesa, 2020)			
Ecológico	Manejo de Residuos: La producción de pitahaya de manera orgánica es una práctica que se basa en procedimientos enfocados en el cultivo de la fruta sin el uso de productos químicos o fertilizantes artificiales, donde en lugar de estos se utilicen métodos naturales y sostenibles para fortalecer la salud de los cultivos y plantas. La pitahaya de acuerdo a sus requerimientos muestra una preferencia por climas cálidos subhúmedos, sin embargo es una planta que se adapta a diversos climas y puede desarrollarse adecuadamente en climas secos. La temperatura óptima para su crecimiento está en un rango de 16° a 25°C. Es de	Alto		X

	vital importancia implementar gestión adecuada en residuos durante el procedimiento de sacar al mercado la pitahaya, especialmente en la eliminación de materia orgánica y frutos descartados. Porque estos residuos al no manejarse de la mejor forma pueden convertirse en fuentes de contaminación y promover el crecimiento de patógenos que afectan el cultivo. (Procomer, n.d.) Es fundamental asegurar que los empaques que se utilicen para la distribución del producto estén totalmente limpios y en óptimas condiciones para evitar la contaminación cruzada y almacenarlos en un lugar adecuado. Se debe tener en cuenta que para disminuir los residuos que se generan en la producción, se deben implementar envases ecológicos. En Colombia existen empresas que pueden encargarse de este problema, como Monplast SAS es una empresa de empaques biodegradables que se ubica en Funza, Cundinamarca. (Castillo Martínez et al., 2016) Políticas Medioambientales: El Ministerio del Medio Ambiente y la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC) promueven la gestión ambiental en las actividades agrícolas mediante cooperación en busca de desarrollar guías ambientales para diferentes subsectores agropecuarios con la “Política Ambiental Nacional de Producción Más Limpia”, estas sirven como herramienta para mejorar la planificación y fortalecer la gestión ambiental en el sector, de esta manera garantizan la participación activa de los productores. A su vez mejoran los procesos de planeación,	Bajo	X	
--	--	------	---	--

	facilitan la elaboración de investigaciones ambientales y unifican criterios de evaluación, mejorando la gestión ambiental y optimizando recursos. (Justicia Ambiental Colombia, 2012) Leyes de Protección del Medio Ambiente: De acuerdo con la Unidad de Planeación Minero-Energética, la constitución Política de Colombia de 1991 establece como norma constitucional considerar, manejar y conservar los recursos naturales y del medio ambiente. Allí se establecen los principios fundamentales donde garantizan los derechos de todas las personas que puedan disfrutar de un ambiente sano. Según el artículo 79 de la Constitución se reconoce el deber del Estado de proteger la diversidad y la integridad del ambiente, para ver la importancia de conservar la ecología. LEY 2232 DE 2022 - Prohibición plásticos de un sólo uso: El objetivo principal de esta ley es proteger los derechos de la vida, la salud y el ambiente sano, por esto, se fortalecieron medidas para reducir la producción y el consumo de plástico de un solo uso en el país, donde incluyen la promoción de alternativas sostenibles y que ayuden al medio ambiente. Se implementaron estrategias para cerrar los ciclos de uso del plástico para fomentar el reciclaje y reutilizar los materiales para ayuda del medio ambiente. (Congreso de Colombia, 2022) En el caso de los empaques de plástico de los productos frescos que en su estado natural tienen	Bajo	X	
	LEY 2232 DE 2022 - Prohibición plásticos de un sólo uso: El objetivo principal de esta ley es proteger los derechos de la vida, la salud y el ambiente sano, por esto, se fortalecieron medidas para reducir la producción y el consumo de plástico de un solo uso en el país, donde incluyen la promoción de alternativas sostenibles y que ayuden al medio ambiente. Se implementaron estrategias para cerrar los ciclos de uso del plástico para fomentar el reciclaje y reutilizar los materiales para ayuda del medio ambiente. (Congreso de Colombia, 2022) En el caso de los empaques de plástico de los productos frescos que en su estado natural tienen	Alto		X

	cáscara si pueden ser usados para facilitar su transporte y almacenamiento, además de que brindan protección y garantizan la inocuidad, se debe tener en cuenta que no debe exceder los 20 Kg de producto por caja y debe contar con metas de reincorporación en un modelo de economía circular. Por otra parte, cualquier adhesivo, etiqueta o cualquier distintivo que se fije a los vegetales queda prohibido si está compuesto por plástico que no se puede reciclar o que no es biodegradable. (Congreso de Colombia, 2022)			
Legal	Resolución 3929 de 2013 - Requisitos Sanitarios: De acuerdo con el Ministerio de Salud y Protección Social (2013) esta resolución: establece el reglamento técnico y los requisitos sanitarios que deben cumplir las frutas y las bebidas con adición de jugo (zumo) o pulpa de fruta o concentrados de fruta, clarificados o no o la mezcla de estos que se procesen, empaquen, transporten, importen y comercialicen en el territorio nacional, con el fin de proteger la salud humana y prevenir posibles daños a la misma, así como las prácticas que puedan inducir a error a los consumidores. En lo relacionado al producto de la empresa estudiada, en la presente resolución se establecen distintos puntos relacionados a la fruta fresca como el rotulado, envasado y los procedimientos administrativos sanitarios. Reglas Sanitarias: En Colombia, se establecen reglas sanitarias para la fruta fresca con el objetivo de proteger la salud y la seguridad de las personas, dichas reglas se	Alto		X
		Alto		X

	fundamenta en acuerdos internacionales y en la legislación nacional. (Ministerio de Salud y Protección Social, 2013) • Ley 170 de 1994, Colombia aprueba el Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio, que incluye “Acuerdo sobre Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias” (MSF) y el “Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio” (OTC). Estos acuerdos reconocen la importancia de que en los países se adopten las medidas necesarias para proteger los intereses esenciales en materia de seguridad de los productos, donde prima la vida de las personas. • Artículo 564 de la Ley 09 de 1979 establece que corresponde al Estado regular las condiciones de salud, donde se brinde una adecuada higiene y seguridad en las actividades. Certificaciones y Licencias fruta fresca: • Instituto Colombiano Agropecuario (ICA): Entidad pública de nivel nacional con autonomía administrativa y patrimonio propio, adscrito al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Su principal función es diseñar y ejecutar estrategias para prevenir, controlar y reducir los riesgos sanitarios, biológicos y químicos, que pueden afectar la producción de diferentes agentes. Con el propósito de garantizar el cumplimiento de los requisitos de los	Alto	X	
--	---	------	---	--

	mercados y promover la expansión de la oferta exportadora, el ICA ha modernizado su normatividad, este expide el certificado de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), mediante la Resolución ICA 082394 de 2020, allí incorpora elementos de calidad basados en estándares internacionales de la producción, procesamiento y transporte de alimentos. Así mismo esta entidad es la encargada de expedir los certificados fitosanitarios para productos de importación, el cual es indispensable para entrar al país, pues respalda que la mercancía no está contaminada por ningún microorganismo, garantizando su higiene y salubridad. (ICA, 2021) ● Registro Sanitario Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA): .en este caso no aplica, pues según el Art. 41 del Decreto 3075 de 1997, los alimentos naturales que no sean sometidos a ningún proceso de transformación, tales como granos, frutas, hortalizas, verduras frescas, miel de abejas, y los otros productos apícolas, están exentos de cumplir este requisito para la importación. (Ministerio de Salud Pública, 1997) ● Global Gap: Norma internacional reconocida para la producción agropecuaria, se ha desarrollado a lo largo del tiempo investigación y colaboración con expertos del sector en todo el mundo. El objetivo principal es promover la producción segura y sostenible que beneficie a dichos agentes. Cuando se			
--	---	--	--	--

	cumplen los estándares los productores pueden demostrar su compromiso con la calidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad en sus prácticas agrícolas, dando confianza a los consumidores y les permite acceder a mercados nacionales e internacionales exigentes. Dicha certificación abarca diversas áreas como lo son la inocuidad alimentaria y trazabilidad, medio ambiente, salud, seguridad y bienestar, y bienestar animal. (Global Gap, n.d.) ● Certificación ISO 22000: Certificación enfocada en la gestión de la seguridad alimentaria y establece requisitos para la seguridad en la cadena de alimentos. La norma ISO 22000 abarca aspectos como la gestión de riesgos, control del proceso y mejoras en la calidad. (Contreras, 2021) Estas certificaciones generan confianza en los consumidores pues demuestran las buenas prácticas y salubridad con las que fueron producidos los alimentos, de esta manera se beneficia el nombre de la empresa pues genera reconocimiento relacionado a la responsabilidad y garantía de la producción segura y sostenible.			
--	--	--	--	--

Nota. Autoría propia basada en diferentes fuentes ya citadas, además se evalúa cada factor como oportunidad o amenaza para la empresa, de esta manera se determina el impacto que puede generar el mercado colombiano en la empresa.

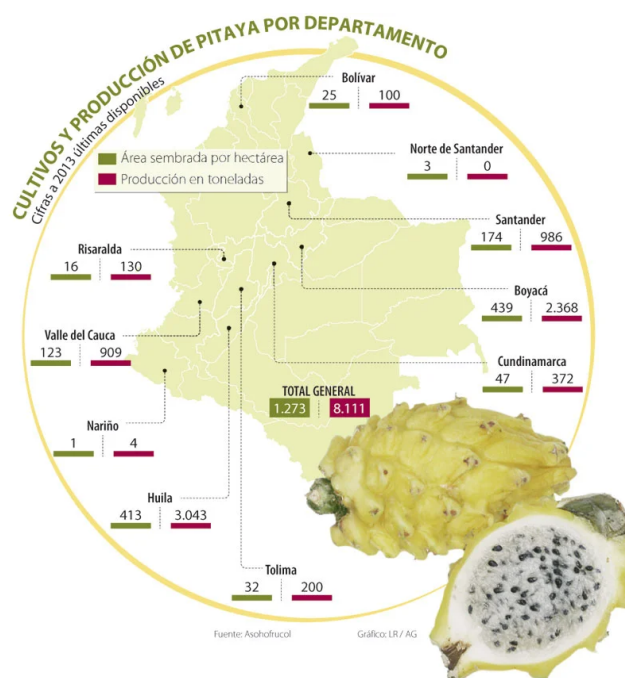
4.3 Competencia del producto

La pitaya roja objeto de exportación de la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits es poco común en Colombia, no es producida allí, ni normalmente comercializada. Sin embargo, el fruto que más se asemeja es la pitaya amarilla (*selenicereus megalanthus*), cifras señalan que

Colombia es el mayor productor y exportador de esta fruta a nivel mundial, destacando a Boyacá con cerca de 439 hectáreas sembradas, seguido de otros departamentos como el Valle del Cauca, Huila, Cundinamarca y Santander como se observa en la **figura 11**. (Agronegocios, 2015)

Figura 11

Cultivos y producción de pitaya por departamento - Colombia



Nota. Esta gráfica señala las hectáreas de cultivos de pitaya y producción en toneladas por departamento. Tomada de Agronegocios, (2015).

Como lo plantea Senior (2018) a pesar de que el mercado nacional no sea el objetivo final de la comercialización de la pitaya amarilla en Colombia, esta fruta cuenta con alta demanda local pues es suministrada en casi todas las épocas del año en supermercados pequeños y de cadena, así como en centrales mayoristas. Su sabor característico y altas propiedades nutricionales ha llevado a los colombianos a consumirla de diversas maneras como producto fresco, en jugos, smoothies, cocteles, helados, mermeladas, yogur, snacks deshidratados, granolas, incluso su flor es usada en infusiones o como decoración de cócteles y arreglos florales. Actualmente, Colombia ha experimentado un gran desarrollo en la industria de cosméticos y medicina natural, aunque no se encuentren de forma sencilla, esta fruta se ha ido incorporando levemente a algunos productos como aceites, suplementos y cremas. En la **tabla 7** se puede comparar la competencia que puede experimentar la pitaya roja de la

empresa mexicana en el mercado colombiano, particularmente en el departamento de Boyacá y ciudad capital Bogotá.

Tabla 7

Competencia en el mercado Colombiano Pitaya

COMPETENCIA		
Empresa	Forma de Comercialización	Producto Competencia
Novacampo SAS Tunja, Boyacá	Empresa productora y comercializadora internacional de frutas frescas exóticas, fundada en 2003. A lo largo de su trayectoria ha logrado llegar a diferentes mercados en la Unión Europea, Medio Oriente y Estados Unidos, adquiriendo diferentes certificaciones internacionales como Global Gap, Global Grasp, y Rainforest Alliance. Actualmente comercializa y exporta pitahaya amarilla producida en Boyacá, Huila y Valle del Cauca. (Novacampo SAS, 2020)	Pitahaya Amarilla Fresca 
Fresh Fruit Marketing SAS Tunja, Boyacá	Empresa dedicada a la comercialización de frutas frescas al por mayor y al detal vía electrónica, no cuentan con punto físico pues funcionan como distribuidora. (Fresh Fruit Marketing SAS, 2023)	Pitahaya Amarilla Fresca 
LaYerbabuena Tunja, Boyacá	Tienda naturista tradicional establecida desde 1986, por su larga trayectoria y ubicación central es muy reconocida en la ciudad de Tunja, se caracterizan por tener una amplia variedad en productos naturistas de productores colombianos, así como algunos productos de su propia marca, actualmente	Colon Cleanser Bolsa x 450 Grs Mezcla en polvo para preparar bebida a base de salvado de trigo y harina de linaza variedad con: Noni, linaza, pitaya, flor de Jamaica,

	comercializan en tiendas físicas, en domicilios locales o envíos nacionales y en su tienda virtual.	alcachofa, semillas de chía, espirulina y estevia. (La Yerbabuena, 2023)
Plaza de Mercado Paloquemao Bogotá, Cundinamarca	Plaza de mercado establecida en 1972 en la capital colombiana, es un lugar emblemático para el abastecimiento de familias y negocios en su mayoría del área metropolitana de Bogotá y ciudades cercanas como el caso de Tunja, ofrecen productos de calidad y gran variedad de flores, frutas, verduras, cárnicos, abarrotes, lácteos, hierbas, etc, de esta manera se han convertido en una de las mejores y más completas plazas de mercado del país. Actualmente, posee más de 38 locales que comercializan la pitaya y pitahaya a lo largo del año, convirtiéndose en uno de los más grandes competidores de frutas frescas.(Plaza de Paloquemao, 2020)	Pitahaya Amarilla Fresca  Local: 81517 Pitallas el diamante
PITAFCOL Asociación productores de pitahaya Miraflores, Boyacá	Asociación de productores del municipio de Miraflores y sus alrededores, caracterizado por ser de los mayores productores de pitahaya amarilla en Colombia. Ha trabajado de la mano con investigadores de la UPTC, logrando mejorar sus procesos productivos, mejorando su producto y la manera de comercialización. (Romero, 2022)	Pitahaya Amarilla Fresca 

Nota. Autoría propia basada en diferentes fuentes ya citadas, las empresas y productos nombrados son la posible competencia en el mercado boyacense.

Con base en la tabla anterior, se puede concluir que aunque se esté realizando la comparación con la pitahaya amarilla la cual es común en Colombia, existe un amplio

mercado a ser aprovechado. Más adelante se identificarán empresas (como posibles compradores de fruta fresca) que utilizan la pitaya como materia prima para la elaboración de otros productos como mermeladas o granolas agregando valor a la tradicional fruta fresca. En cuanto a la competencia directa se encuentran varias empresas y microempresas que por las facilidades de producción en Colombia debido a sus campos y climas, comercializan esta fruta casi que todo el año en Boyacá, destacando las plazas de mercado que ofrecen este producto y otras grandes empresas que por la diversidad en frutas de Colombia se dedican a la comercialización a gran escala de estas tanto nacional como internacionalmente.

4.4 Nicho de mercado

Para determinar el nicho de mercado se debe segmentar el mercado de manera anticipada, en este caso enfocado a los posibles consumidores según las características anteriormente mencionadas del producto, todo esto plasmado en la **tabla 8**.

Tabla 8

Segmentación de mercado en Colombia para la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits

SEGMENTACIÓN DE MERCADO	
Variable	Información
Geográfica	• Departamento: Boyacá. • Ciudad: Tunja. • Población: 172.548 habitantes (2018). • Clima: templado y frío de alta montaña.
Demográfica	• Edades: si bien la pitaya puede ser disfrutada por personas de todas las edades, es más común encontrar consumidores jóvenes adultos y adultos que buscan nuevas experiencias gastronómicas y están dispuestos a probar alimentos exóticos. • Género: masculino, femenino ya que cualquier persona sin distinción de género puede consumir la fruta. • Ingresos: la pitaya, al ser un producto exótico y que a menudo se importa de otros países, suele tener un precio más alto en comparación con otras frutas locales. Esto puede atraer a

	consumidores con un mayor poder adquisitivo dispuestos a pagar por productos únicos y de calidad. ● Religión: cualquiera, no hay distinción de religión pues la fruta, no van contra alguna creencia religiosa, ni afecta ideales religiosos. ● Ocupación: no hay distinción en ocupación, todos pueden consumirla.
Psicográfica	● Estilo de vida: consumidores con estilo de vida saludable, los cuales optan por alimentos que sean beneficiosos para su bienestar. La pitaya es conocida por ser una fruta rica en antioxidantes y vitaminas, lo que la hace atractiva para este tipo de consumidores, consumidores interesados en nuevas experiencias culinarias, los cuales están abiertos a probar recetas innovadoras y consumidores con conciencia ambiental, interesados en productos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. ● Clase social: personas con medio-alto poder adquisitivo, pues la pitaya, al ser un producto exótico y que a menudo se importa de otros países, suele tener un precio más alto en comparación con otras frutas locales. Estos consumidores con un mayor poder adquisitivo están dispuestos a pagar por productos únicos y de calidad.
Conductual	● Ocasión: la pitaya roja está destinada a consumirse cualquier día y en cualquier momento del día, son perfectas en las mañanas para acompañar el desayuno, en el día como snack o para acompañar nuevas preparaciones culinarias. ● Beneficio: además del alto valor de antioxidantes y nutrientes que aporta la fruta, existen sinfín de beneficios como laxante, tónico cardíaco, protección al hígado, regulador de azúcar y cicatrizante. ● Estatus del usuario: nuestros consumidores potenciales son personas interesadas en llevar un estilo de vida saludable, los cuales consumen regularmente diferentes sabores que benefician su alimentación. ● Tasa de utilización: los consumidores pueden obtener el producto

	diariamente, debido a que satisface el hambre y es una opción saludable. Comúnmente, se consume fresca o en jugos, esta se utiliza con frecuencia en batidos, smoothies y otras bebidas refrescantes debido a su agradable sabor y textura. • Lealtad: consumidores acostumbrados a comprar en supermercados o almacenes de cadena que ofrecen productos de alta calidad con certificaciones y listos para consumir.
--	---

Nota. Autoría propia determinando el segmento de mercado de la pitaya roja en Boyacá.

Como se ha evidenciado en este apartado y teniendo en cuenta la actual producción y producto fresco de la empresa Union Agrícola Exotics Fruits, se establece que el cliente ideal es una comercializadora que compre grandes cantidades ya sea como materia prima (para procesar el producto) o como producto fresco intermediando la comercialización hasta el consumidor final (descrito en la **tabla 8**), pues aún no se tiene la capacidad de vender directamente debido a las características y vida útil del producto. Es por esto que después de un análisis y búsqueda se determinan cuatro posibles clientes potenciales con experiencia de venta al detal y por mayor de fruta fresca expuestos en la **tabla 9** y dos clientes potenciales que usan la pitaya como materia prima para procesar y fabricar sus productos con un valor agregado expuestos en la **tabla 10**.

Tabla 9

Lista posibles compradores de pitaya fresca - Unión Agrícola Exotics Fruits

LISTA POSIBLES CLIENTES FRUTA FRESCA			
Empresa	Actividad	Dirección	Teléfono / Email
Frutcol Solutions	Empresa dedicada a la importación, comercialización y exportación de frutas tropicales y exóticas desde Colombia y América. Además de los productos frescos, fabrica productos liofilizados en snacks	Calle 26 #69-76 Torre 3 OF 1501, Bogotá D.C	Cel: +573218389738 Email: comex@frutcolsolutions.com

	y a granel. (Frutcol Solutions, 2021)		
Isashii SAS	Empresa joven con experiencia en la producción, comercialización y distribución de frutas exóticas colombianas tanto frescas como deshidratadas, se han asociado con pequeños agricultores para potenciar y mejorar su capacidad productora. (Isashii SAS, 2023)	Km 1 5 Vía Bogotá Mosquera Parque Ind De Occidente Bg 60, Funza, Cundinamarca	Cel: +573185106024 Email: gerencia@isashii.co
La Placita Campesina Tunja	Supermercado muy conocido en la ciudad de Tunja especializado en la comercialización de frutas y verduras de diferentes regiones, actualmente tiene varias sedes en la ciudad de Tunja e incluso se ha expandido a otras ciudades de Colombia. Es un supermercado de precios medios a altos lo que beneficia al producto pues la gente que lo concurre tiene un poder adquisitivo medio-alto.	Varias sedes: Avenida Nte. #50-59, Tunja, Boyacá Carrera 6 #50-53 Brr. La Granja Tunja, Boyacá Carrera 3E 26A 14 Tunja, Boyacá	Cel: +573204951058 Email: vilma0422@hotmail.com
Ocati SA	Empresa ubicada en Cota, Cundinamarca muy cerca de la capital colombiana, desde 1998 produce, empaca y comercializa frutas y verduras frescas en	Km 2, Cota - Chía, Cundinamarca	Cel: +576018844433 Email: info@ocati.com

	Colombia. Se han caracterizado por impulsar el crecimiento y comercialización de frutas exóticas de Colombia como la uchuva, gulupa y pitaya, incursionando en una línea de fruta deshidratada. Han logrado exportar a Estados Unidos, Asia y Medio Oriente para un total de 27 países. Actualmente, tienen 2 tiendas físicas en Corabastos Bogotá y en Chia, además de comercializar mediante su tienda virtual con domicilios a zona norte de Bogotá, Cajica, Chia, Cota, Zipaquirá y La Calera. Para el resto del país ya es bajo grandes pedidos y como proveedor directo. (Ocati SA, 2022)		
--	--	--	--

Nota. Autoría propia basada en información ya citada de dos empresas enlistadas como posibles clientes de pitahaya fresca en el departamento de Boyacá y Cundinamarca.

Tabla 10

Lista posibles compradores de pitaya como materia prima - Unión Agrícola Exotics Fruits

LISTA POSIBLES CLIENTES FRUTA COMO MATERIA PRIMA			
Empresa	Actividad	Producto	Teléfono / Email
Colombian Seeds and Fruit	Representante de la marca Sensafuit®, incluye nuevas tendencias para el consumo de	Granola Sabor Frutos Tropicales (maní, avena, uvas	Cel: +573105766269

(CS&F)	frutas, fabrican un amplio catálogo de productos a base de fruta y frutos deshidratados (fresa, arándano azul, banano, kiwi, mango, manzana, mora, naranja, papaya, piña, uchuva y pitaya) como infusiones, granolas, snacks saludables y productos keto. Su actividad busca alargar la vida de los productos cosechados por campesinos y agricultores colombianos generando menos incertidumbre a la hora de vender sus productos perecederos. Actualmente, comercializan sus productos mediante su tienda virtual realizando envíos nacionales, el costo varía de acuerdo a la zona a la que se envíe, por otra parte, ofrecen sus productos a empresas o emprendimientos como proveedores directos, es decir no cuentan con tiendas físicas; internacionalmente venden sus productos mediante Amazon USA. (SensaFruit, 2023)	pasas, piña, mango, pitahaya, coco y arándano) x 340 gr  Mix sensafruit, fruta deshidratada (fresa, pitahaya, mango, piña, manzana, banano, uchuva y papaya) x 40 gr, 500 gr o 1000 gr 	Email: sensafruitcolombia@gmail.com Dirección: Calle 19 #4-55, Duitama, Boyacá
C.I American Latin Group SAS	Representante de la marca “FruitBe” para Colombia y el mundo, desarrolla, produce y comercializa productos como pulpas, mermeladas, paletas y	Mermelada Libre de Azúcar de Guanábana, Pitahaya y Manzana x 260 gr	Cel: +573228687504 Email: gerencia@ameri

	frutas congeladas a base de fruta 100% natural. Tiene diferentes plantas de producción en Bogotá, Bucaramanga y Villavicencio, comercializando sus productos a grandes empresas en Colombia como grupo éxito, colsubsidio, el corral gourmet y hoteles estelar ubicados en diferentes ciudades de Colombia, entre estas Tunja y sus alrededores. Han exportado a China, Rusia y México, actualmente tienen representantes de ventas en estos países, en el caso de México en Mérida Yucatán. (CI American Latin Group SAS, 2023)		canlatingroup.com Dirección: 1ra de Mayo, Bodega 13 y 14, Villavicencio, Meta, Colombia y bodega en Bogotá
--	---	--	---

Nota. Autoría propia basada en información ya citada de dos empresas enlistadas como posibles clientes de pitaya como materia prima en el departamento de Boyacá y Cundinamarca.

Teniendo en cuenta las empresas descritas en la **tabla 10**, se destaca el valor agregado que estas quisieron darle a sus productos, creando nuevos artículos no comunes en el mercado, de esta manera han ampliado y facilitado la comercialización de esta fruta la cual requiere de diversos cuidados para su conservación desde su cultivo, su transportación, manipulación, etc, hasta llegar al cliente final. Así mismo, estas empresas comparten el mismo nicho de mercado analizado para la pitaya roja de nuestra empresa estudiada, al ya tener un proceso la fruta y al estar acompañada de otros alimentos procesados pero saludables, apunta a un mercado con poder adquisitivo medio-alto interesado en los nuevos sabores pero cuidando su salud y alimentación.

5. Estrategias de Comercialización

Para lograr una exitosa comercialización al expandirse a nuevos mercados se deben dimensionar diferentes variables no sólo entorno al producto sino también a la manera en la que será presentado a los nuevos consumidores, esto se realiza bajo distintas estrategias según lo que se requiera para adaptarse a los nuevos clientes y su ambiente. En este caso, será evaluada bajo la estrategia de marketing mix de las 4p's la cual engloba diferentes aspectos sobre el producto, la plaza o distribución, el precio y promoción. Refiriéndonos al diseño, la tecnología, las utilidades que tiene, los valores simbólicos (prestigio, estatus, exclusividad), la marca, las garantías como variables indispensables en el producto; a los costos, el valor diferenciador con la competencia, el valor que tiene el producto para el cliente, la relación con la calidad y durabilidad, la fidelidad del cliente frente al pago como aspectos del precio; a los canales para adquirir el producto, costes de distribución, almacenamiento y llegada del producto hasta el consumidor como plaza y la publicidad, incentivos con ofertas o descuentos, la motivación visual o sensitiva y difusión comercial como promoción. (Burin, 2017) Además, se evaluarán aspectos financieros y de acceso al mercado, definiendo finalmente el plan exportador.

5.1 Producto

5.1.1 Adaptación del producto en base al mercado

Actualmente, las empresas mencionadas en la **tabla 9**, al ser intermediarias entre productor y consumidor compran las frutas a granel frescas, aclarando que exigen ciertos requisitos y características en la fruta para cumplir con la demanda del cliente final. La mayoría de estas establecen ciertos contratos con otros minoristas como supermercados de barrio, locales en las plazas de mercado, restaurantes o empresas que lo ocupan como materia prima, de esta manera demandando cada cierto tiempo una cantidad de cada fruta. Otras de estas han evolucionado como comercializadoras internacionales, al poseer un amplio catálogo de frutas exóticas venden grandes cantidades que luego serán empacadas o usadas para transformarlas en algún producto que simplifique su consumo, un ejemplo, lavan las frutas, las empacan y las adaptan a las normas internacionales para que en mercados exigentes como el de la unión europea o el de estados unidos llegue listo para consumir, teniendo en cuenta que no se producen ciertos alimentos en estos países, además, que su poder adquisitivo es

más alto y que el consumismo es muy alto, lo que permite incluir varios costos en el precio final del producto sin ver afectada la ganancia.

La empresa Unión Agrícola Exotic Fruits, en este momento comercializa el producto como fruta fresca, esto implica cuidar la fruta en cadena en frío y supervisar su manipulación durante todo el proceso de exportación para que llegue a los clientes en buen estado, considerando también que el nicho de mercado es un estrato medio-alto que exige una calidad al pagar altos precios por un producto exótico. Con base en lo anterior, se le propone a la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits comercializar sus productos directamente con estas grandes comercializadoras y distribuidoras como primera estrategia de internacionalización, ya que conocen el mercado y tienen oportunidad de vender la pitaya fresca a clientes fijos a pesar de ser un nuevo producto, en caso dado también lo pueden ocupar directamente para procesar y generar sus nuevos productos saludables, encargándose de toda la cadena necesaria para llegar al consumidor final, con la calidad y características que éste exige. Cabe mencionar que la empresa mexicana aún es pequeña, no tienen alta capacidad de producción ya que están sujetos a diferentes variables climáticas de cosecha de las plantas y variables en torno a los cultivos, además de su poca experiencia en la comercialización internacional directa. Asimismo, los cuidados que requiere la fruta al empacarse y el sometimiento obligatorio a la refrigeración constante para alargar un poco su vida útil genera costes muy altos, incrementando el precio al consumidor final.

En última instancia y luego de adquirir más experiencia en el mercado a través de la estrategia anterior, como propuesta a futuro para expandir su mercado y facilitar la comercialización directa se les presenta una alternativa de generar valor agregado a la fruta para luego sí ser exportada. Se sugiere inicialmente producir pulpas o deshidratar la fruta para disminuir los cuidados durante el transporte y asegurar la llegada óptima y en buenas condiciones del producto. Aprovechando que las nuevas tendencias alimenticias en la mayoría de países ha cambiado por una concientización de cuidar la salud y mantenerse saludable, pueden incursionar mediante la creación de su propia marca de alimentos saludables de pitaya, aprovechando la exclusividad de la fruta mexicana y de sus altas propiedades. Con esto se sumará valor al producto y facilitará su comercialización a éste y otros mercados más lejanos, considerando también que el margen de utilidades puede ser mayor si el producto brinda un valor agregado al mercado.

5.1.1.1 Etiquetado.

En lo referente a la adaptación del producto al nuevo mercado según la normativa colombiana, se deben realizar unos mínimos cambios en el etiquetado, como se describió en el apartado de etiquetado, se manejan dos etiquetas, la primera (**figura 6**) va en la caja plástica de embalaje, esta indica la información general de la mercancía, como nombre del producto, empresa que lo produce, lugar de origen, número de empacadora, certificado de irradiación, sólo faltaría indicar el peso neto; la otra etiqueta (**figura 5**) va pegada directamente en la fruta, en este caso tiene la información adecuada pero al estar pegada directamente en el producto que se consumirá, según la Resolución 557 de 2022 la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits debe tener estudios técnicos que demuestren la seguridad sanitaria de las tintas y debe cumplir con la reglamentación expedida por el Ministerio de Salud y Protección Social (2022) sobre los materiales destinados a entrar en contacto con los alimentos para consumo humano. Por otra parte, como la fruta no tiene un envase o es un producto manufacturado no necesita cambios en la imagen de marca o cambios visuales para los consumidores finales, con las etiquetas es más que suficiente. Por otra parte, la etiqueta o adhesivo fijado en las frutas no deben estar constituidos por plásticos reutilizables o biodegradables, pues la LEY 2232 DE 2022 prohíbe los plásticos de un sólo uso.

5.2 Plaza

Para la distribución de la mercancía pueden existir dos tipos de canales de distribución, en el caso de la venta directa a las comercializadoras o distribuidoras será un canal largo, pues estas se encargarán de vender a minoristas quienes finalmente harán que la fruta llegue al consumidor final, y en el caso de las empresas que requieran la fruta como materia prima será un canal corto, pues ellas transformaran las frutas directamente para luego vender directamente a los consumidores finales. Sin embargo, el cliente directo en el caso de la empresa mexicana que internacionalizará sus productos serán las empresas mayoristas colombianas, de esta manera se establece el siguiente plan logístico.

5.2.1 Plan logístico

De acuerdo con la oferta exportable de la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits y con base al estudio realizado del mercado Colombiano, específicamente la zona de Boyacá y alrededores de Bogotá D.C, se define como venta inicial **6,480 kg** de pitaya roja con el fin de evaluar el comportamiento y aceptación de ésta como fruta exótica.

5.2.1.1 Etiquetado y embalaje.

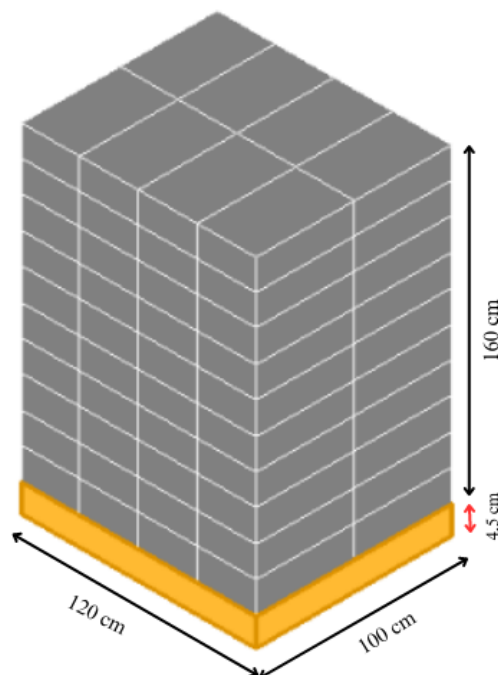
Así como se describió anteriormente el actual empaque y etiquetado de la mercancía, y teniendo en cuenta que no se le harán modificaciones ni adaptaciones, este se mantendrá pues cumple con los requerimientos necesarios para transportar y conservar la fruta. Resumidamente, cada fruta tendrá una etiqueta (**figura 5**), al igual que cada caja plástica (**figura 6**), en estas cajas irán de 9 a 9,2 kg de pitayas agrupadas cuidadosamente, esta caja con medidas de 30 cm de ancho, 50 cm de largo y 16 cm de alto (**figura 7**), cada una de estas cajas serán embaladas con malla antiafidos (**figura 9**), finalmente, cuando se realice el cubicaje se asegurarán todas las cajas en cada palet con el mismo tipo de malla y cintas de agarre alrededor (**figura 10**).

5.2.1.2 Cubicaje.

Como se observa en la **figura 12** la mercancía será paletizada en una tarima estándar de 120 cm x 100 cm, ubicando 4x2 cajas a lo ancho y largo, apilando a lo alto las cajas en 10 filas para un total de 80 cajas por palet, alcanzando una altura de 160 cm + 4,5 cm de la altura de la tarima, organizada de esta manera la mercancía tendrá un peso neto de 720 kg por palet.

Figura 12

Cubicaje en un palet estándar mercancía Unión Agrícola Exotics Fruits

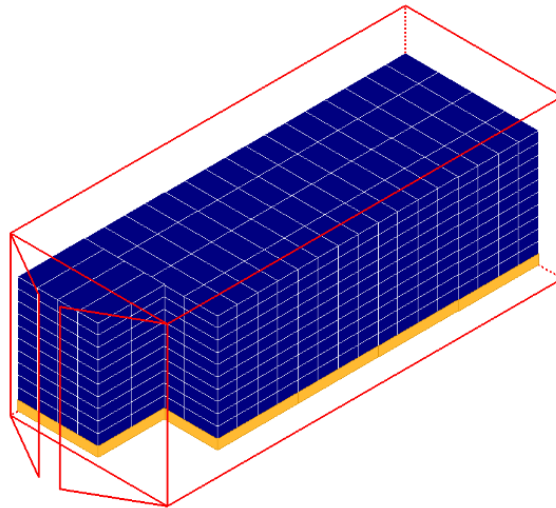


Nota. Gráfica construida mediante la calculadora de cargas de Transiter.com (2023).

La fruta para conservar y alargar su vida útil necesita estar refrigerada a una temperatura constante de 6°C, de esta manera se define el uso de un contenedor refrigerado de 20 pies, ubicando 9 palets para un total de 720 cajas como se observa en la **figura 13**, resultando como peso neto de la mercancía 6.480 kg.

Figura 13

Cubicaje en un contenedor refrigerado de 20 pies mercancía Unión Agrícola Exotics Fruits



Nota. Gráfica construida mediante la calculadora de cargas de Transitrainer.com (2023).

5.2.1.3 Incoterm.

Se sugiere a la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits negociar con su futuro cliente bajo el incoterm Ex-Works (EXW, también conocido como “en fábrica”), el cual establece que el vendedor entrega las mercancías debidamente empacadas y embaladas para la exportación en su establecimiento (bodega, almacén, etc.) o en otro lugar convenido, al no tener muchos conocimientos sobre exportación, el comprador se encargaría de todos los trámites, pagos y la logística hasta el destino final, transmitiendo todos los demás riesgos desde que se entrega la mercancía al transportista. Cabe mencionar que como exportador debe igualmente cumplir con todos los requisitos, licencias y documentos necesarios para la comercialización de la fruta, así como la responsabilidad de colaborar con la información y formalidades que requiera el comprador para exportar satisfactoriamente la mercancía. Este incoterm puede ser usado en cualquier tipo de transporte lo cual es indispensable en este tipo de productos. (Ceballos, 2021)

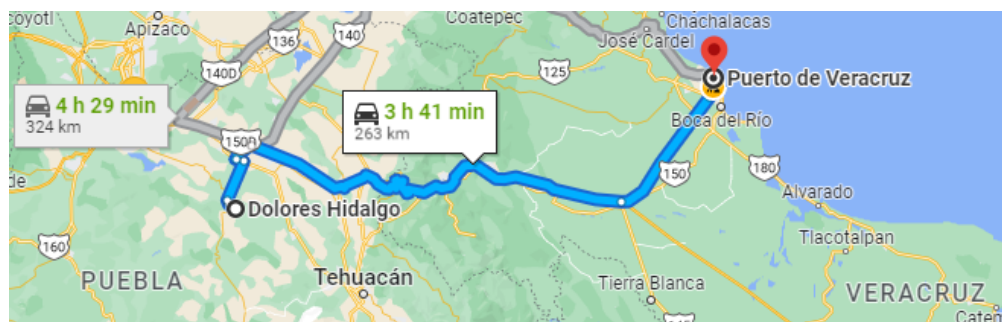
5.2.1.4 Transporte.

Precisando la dirección de origen de la mercancía en la Calle Mariano Abasolo #18 en Dolores Hidalgo Huitziltepec, Puebla, México 75645 (Unión Agrícola Exotics Fruits) y la dirección destino en Km 2 Cota - Chía, Cundinamarca, Colombia 250001 (Ocati SA). Se requieren dos tipos de transporte, marítimo y terrestre.

Colombia cuenta con acceso directo a dos costas marítimas, el mar caribe y el océano pacífico, encontrando en estas 10 zonas portuarias, en La Guajira, Santa Marta, Ciénaga, Barranquilla, Cartagena, Golfo de Morrosquillo, Urabá y San Andrés, Buenaventura y Tumaco. Destacando el mayor tráfico de contenedores en el puerto de Cartagena, en el Caribe, y el de Buenaventura, en el Pacífico. (Juárez, 2022) Considerando los puertos más cercanos a Puebla y el más conveniente para luego transportar por vía terrestre hasta el destino final en Chía, Colombia se definen las siguientes rutas:

Figura 14

Ruta terrestre desde Dolores Hidalgo Huitziltepec, Puebla hasta el Puerto de Veracruz



Nota. Gráfica tomada de Google Maps.

Figura 15

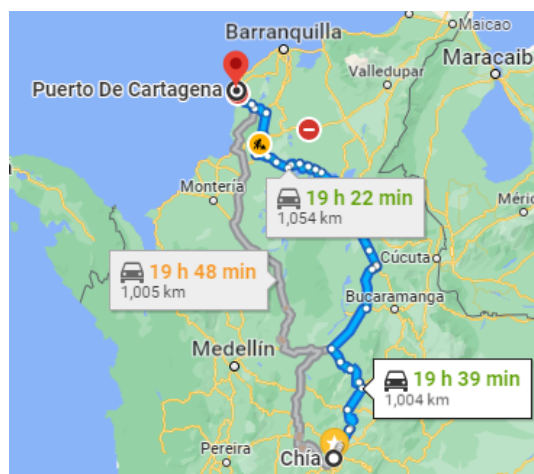
Ruta marítima desde el puerto de Veracruz hasta el puerto de Cartagena



Nota. Gráfica tomada de Google Maps.

Figura 16

Ruta terrestre desde el puerto de Cartagena hasta Chía, Cundinamarca



Nota. Gráfica tomada de Google Maps.

5.3 Precio

5.3.1 Costos logísticos

A pesar de que el incoterm negociado es EXW, en donde el comprador se encarga de recoger la mercancía y llevarla hasta su lugar destino, contratando su propio transporte, se hizo la estimación del costo logístico mediante la siguiente cotización (**figura 17**) expedida por la plataforma online de la empresa de transporte Hapag-Lloyd, (2023), según la ruta estipulada anteriormente la cual indica una duración de 19 días desde la dirección de origen en Huitziltepec (75645) hasta la dirección final en Chía (250001), pasando por el puerto de Veracruz y Cartagena, en un contenedor refrigerado a una temperatura constante de 6°C por un costo de \$2.484 USD flete marítimo, además de unos costos adicionales desglosados en la **tabla 11**.

Tabla 11

Costos de Transporte desde Huitziltepec, Puebla hasta Chía, Cundinamarca

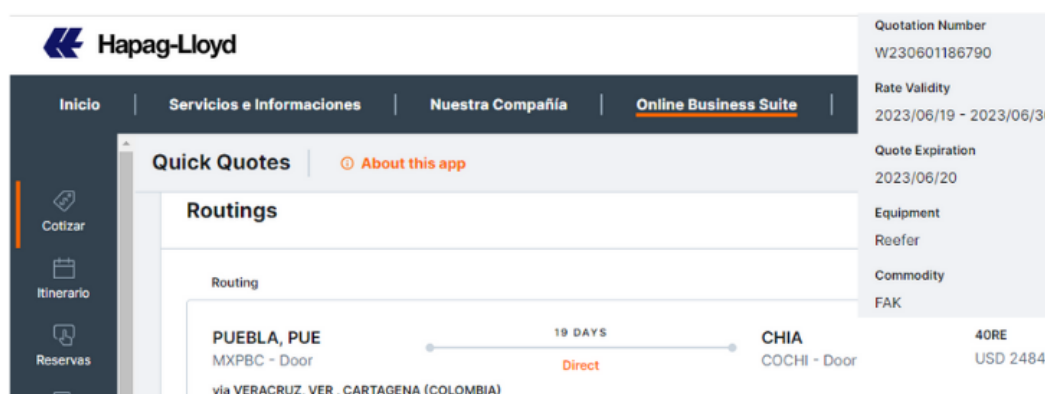
COSTO FLETE DE TRANSPORTE CONTENEDOR REFRIGERADO 20 PIES			
Cargo	Valor en USD	Valor en MXN	Valor en COP
Flete Marítimo	\$2.484 USD	\$42.585 MXN	\$10.353.500 COP

Flete Terrestre	\$2.100 USD	\$36.000 MXN	\$8.752.950 COP
Recuperación de combustible marino	\$498 USD	\$8.540 MXN	\$2.075.700 COP
Tarifa de mantenimiento del equipo	\$35 USD	\$600 MXN	\$145.900 COP
Tarifa documentación de origen	\$180 USD	\$3.085 MXN	\$750.255 COP
Costo de Aduana	\$450 USD	\$7.715 MXN	\$1.875.650 COP
Tarifa Broker	\$350 USD	\$6.000 MXN	\$1.458.850 COP
TOTAL	\$6.097 USD	\$104.550 MXN	\$25.372.150 COP

Nota. Tabla construida por cotización de pagina web Hapag-Lloyd (2023)

Figura 17

Cotización Costo de Flete



Nota. Gráfica obtenida de la plataforma virtual Hapag-Lloyd (2023).

5.3.2 Precio de venta

El precio de venta óptimo se define como el valor monetario que está dispuesto a pagar el consumidor final por el producto o servicio dado, éste se determina luego de haber definido las especificaciones del producto o servicio a exportar teniendo en cuenta las modificaciones necesarias en relación al nuevo mercado, los canales de distribución en el que se comercializaran, los costos de transporte y demás factores monetarios que generan gasto o costo durante la adaptación del producto. En este apartado es importante contar con la información relacionada a la operatividad de la empresa, sus costos de producción, gastos

fijos y variables, volúmenes de producción, precios actuales del mercado y de la competencia y definir un rango de ganancia razonable. (ConnectAmericas, 2015)

Sin embargo, se debe mencionar que la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits al ser una empresa pequeña, conformada legalmente hace aproximadamente un año, con manejo administrativo empírico y manual no lleva un reporte constante de todos sus gastos, costos, flujo de efectivo, no conocen sus costos de producción, entre otras variables. Al trabajar con el campo se conoce que diariamente es muy cambiante, pues influyen en los cultivos variables inciertas como la climatología, plagas, producción de las plantas, tiempos de cosecha, entre otros, en el caso de los agricultores se conoce que los precios de sus productos no se fijan por cuentas y precios que ellos mismos fijan sino por el comportamiento del mercado teniendo en cuenta la oferta y demanda de los productos, además de los lugares en los que comercialicen.

Por lo anterior, en este apartado se justificará la fijación de un precio de venta óptimo basándose en un desglose muy general de gastos y costos que obtiene la empresa anualmente como se observa en la **tabla 12 y 13**, el comportamiento de los precios en el mercado mexicano, los precios de la competencia en Colombia comparándolo con la Pitahaya Amarilla, fruta que más se asemeja y el conocimiento general del representante de la empresa Juan Cortes Melchor.

Tabla 12

Costos Fijos Anuales de la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits

COSTOS FIJOS ANUALES EMPRESA				
Producto	Cantidad	Total en MXN	Total en USD	Total en COP
Certificación Empaque	1 por año	\$665 MXN	\$39 USD	\$161.000 COP
Inspección SERFIMEX	2 visitas por año	\$30.000 MXN	\$1.736 USD	\$7.242.000 COP
Servicio de luz	Bimestral	\$72.000 MXN	\$4.165 USD	\$17.382.000 COP
TOTAL		\$102.665 MXN	\$24.785 USD	\$2.480.000 COP

Nota. Autoría propia basada en la información suministrada por el representante de la empresa Juan Cortés Melchor (2023).

Tabla 13

Costos Variables Anuales de la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits

COSTOS VARIABLES ANUALES				
Producto	Cantidad	Totales en MXN	Totales en USD	Totales en COP
Transporte	Por envío	\$540.000 MXN	\$31.300 USD	\$130.354.000 COP
Mantenimiento del cultivo	1 por temporada	\$60.000 MXN	\$3.472 USD	\$14.485.000 COP
Riegos	3 riegos por temporada	\$30.000 MXN	\$1.736 USD	\$7.242.000 COP
Fertilizantes	2 compras por temporada	\$28.000 MXN	\$1.620 USD	\$6.760.000 COP
Aplicaciones por hectárea	2 por temporada	\$40.000 MXN	\$2.314 USD	\$9.666.000 COP
TOTALES		\$698.000 MXN	\$40.370 USD	\$168.500.000 COP

Nota. Autoría propia basada en la información suministrada por el representante de la empresa Juan Cortés Melchor (2023).

De este modo, teniendo un conocimiento general de los costos fijos y variables de la empresa en un año, se determina según la mercancía sugerida en el presente proyecto los costos fijos de embalaje, etiquetado e irradiación, como se observa en la **tabla 14**, considerando los 9 pallets que contienen en total 720 cajas de fruta fresca.

Tabla 14

Costos Fijos de embalaje, etiquetado e irradiación de 720 cajas de Pitaya

COSTOS FIJOS MERCANCÍA EMBALAJE / ETIQUETADO / IRRADIACIÓN					
Producto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Costo Total	Costo Total

		MXN	MXN	USD	COP
Etiquetas Fruta PLU	14.400 unidades aprox	\$0,35 MXN	\$5.040 MXN	\$292 USD	\$1.217.000 COP
Etiquetas Cajas	720 unidades	\$0,35 MXN	\$252 MXN	\$15 USD	\$60.900 COP
Cajas Plásticas	720 unidades	\$18 MXN	\$12.960 MXN	\$750 USD	\$3.128.500 COP
Malla Antiafidos	1 Rollo de 1,80 x 100 metros	\$3.300 MXN	\$3.300 MXN	\$191 USD	\$797.000 COP
Grapas Embalaje	1 kilogramo	\$100 MXN	\$100 MXN	\$6 USD	\$24.200 COP
Flejes Plásticos Agarre	1 Rollo de ½ x 770 metros	\$370 MXN	\$370 MXN	\$22 USD	\$90.000 COP
Esquineras plásticas	36 unidades	\$15 MXN	\$540 MXN	\$32 USD	\$131.000 COP
Servicio Irradiación Benebion	9 palets	\$1.560 MXN	\$14.040 MXN	\$813 USD	\$3.390.000 COP
Programación para irradiación ASEFIMEX	6.480 kilogramos	\$0,38 MXN	\$2,463 MXN	\$289 USD	\$595.000 COP
Agencia Verificación	1 cargamento	\$4.988 MXN	\$4.988 MXN	\$289.000 USD	\$1.205.000 COP

GRUSEFI					
Derechos de aprovechamiento federales	1 por producto	\$687 MXN	\$687 MXN	\$40 USD	\$166.000 COP
Trampeo empaque	4 semanas	\$400 MXN	\$1.600 MXN	\$93 USD	\$387.000 COP
TOTAL			\$46.252 MXN	\$2.675 USD	\$11.166.000 COP

Nota. Autoría propia basada en la información suministrada por el representante de la empresa Juan Cortés Melchor (2023).

Por otra parte, se compararon los valores actuales negociados como mayoristas en el mercado mexicano y colombiano de esta fruta, en relación al coste por 1 kilogramo, aprovechando los recientes precios de la temporada de cosecha que está culminando, en la **tabla 15** se pueden distinguir los precios comprendidos entre abril, mayo y junio del presente año.

Tabla 15

Cuadro comparativo comportamiento de precios mayoristas por 1 kilogramo de pitaya y pitahaya México - Colombia

COMPARATIVO PRECIOS MAYORISTAS PITAYA Y PITAHAYA 2023						
Mes	Colombia			México		
Abril	\$35 MXN	\$8.500 COP	\$2 USD	\$90 MXN	\$21.800 COP	\$5,2 USD
Mayo	\$33 MXN	\$8.000 COP	\$1,9 USD	\$65 MXN	\$15.800 COP	\$3,8 USD
Junio	\$46 MXN	\$11.000 COP	\$2,7 USD	\$35 MXN	\$8.500 COP	\$2 USD

Nota. Autoría propia basada en la información suministrada por el representante de la empresa Juan Cortés Melchor (2023)según lo evaluado en el mercado mexicano de pitaya y según los informes mensuales del DANE (2023) sobre precios mayoristas de la pitahaya en la plaza de mercado de la ciudad de Tunja .

Ya definidos los costos tanto fijos como variables y estableciendo el comparativo con precios de la competencia en debate con el empresario Juan Cortes Melchor, quien realiza un análisis desde los costes y trabajo en la producción de esta fruta exótica, destacando que no se produce ni se comercializa en Colombia se define un **precio de venta óptimo de \$60 MXN + flete por 1 kilogramo**, el cuál presenta un margen de ganancia del 22%. Dada la poca información de costos y gastos que brinda la empresa, no se puede determinar el precio bajo la estrategia de costing, pues esta establece el precio final de acuerdo a los costos de producción y de exportación. Por el contrario, se determina el precio en función de las condiciones del mercado local y de la competencia, en este caso la empresa debe estar informando constantemente de cómo se comportan los precios en relación al producto tanto en el lugar de origen como en el lugar de destino. (Bancomext, n.d.)

De este modo, el valor total a pagar por el comprador bajo el incoterm EXW, después de definir el precio de venta óptimo se expone a continuación en la **tabla 16**.

Tabla 16

Valor total exportación de Pitaya desde Huitziltepec, Puebla hasta Chía, Cundinamarca

COSTO TOTAL FINAL IMPORTADOR			
Item	Valor en MXN	Valor en USD	Valor en COP
Factura Comercial (6.480 kg)	\$388.800 MXN	\$22.500 USD	\$94.077.300 COP
Costos Logísticos	\$104.550 MXN	\$6.097 USD	\$25.372.150 COP
TOTAL	\$493.350 MXN	\$28.597 USD	\$119.449.450 COP

Nota. Autoría propia basada en la información analizada en costos logísticos y precio de venta óptimo.

5.4 Promoción

La promoción dentro del plan de marketing engloba una serie de técnicas que buscan persuadir al nicho de mercado mediante estímulos e incentivos que incrementen las ventas y expandan el mercado. Como la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits sólo produce y empaca sus productos en su planta, distribuyendo directamente desde esta bodega a sus

clientes y consumidores, dada la naturaleza de su producto, no se establece una estrategia que se relacione al punto de venta, de hecho, disminuye costos al no tener un punto físico. Sin embargo, sí debe desarrollar una estrategia de promoción de venta la cual expanda mercado y fidelice clientes, se pueden implementar algunas tácticas como: el marketing por email, de esta manera puede contactar a nuevos clientes en cualquier parte del mundo enviando una propuesta ya concretada que llame la atención de los nuevos posibles clientes, generando desde un inicio un contacto directo y considerar contratar un representante de ventas nacional e internacional, el cual se dedique a contactar a los clientes posibles hablados anteriormente, esta persona deberá estar siempre comunicándose y generando propuestas según lo que requieran o según la actividad de los compradores, organizando todo lo relacionado a la exportación, facilitando de esta manera expandir el mercado, siendo el punto central de la fuerza de venta de la empresa. (Asana, 2022)

5.4.1 Estrategia de publicidad

Como productora de fruta fresca no se está muy relacionado a los canales tradicionales de publicidad como comerciales de televisión, pautas en redes sociales, creación de contenido, etc. Sin embargo, puede implementarse tácticas relacionadas al marketing de eventos, esto incluye la participación o la organización de eventos para promover la marca o el producto, de ser así lo más recomendado para esta empresa es la participación activa en ferias comerciales nacionales e internacionales, en programas públicos, eventos comunitarios conferencias que fomenten la conexión con nuevos clientes o con diferentes comunidades que se puedan interesar en el producto, incluso de esta manera se puede interactuar con los consumidores finales, observando sus patrones de consumo y posibles necesidades que con el tiempo la empresa pueda satisfacer creando nuevos productos o incluso servicios. Algunas de estas ferias comerciales tanto en México como en Colombia se presentan en la **tabla 17**.

Tabla 17

Ferias Comerciales México - Colombia relacionadas a las frutas frescas

País	Evento	Descripción
Méx	InfoAgro Exhibition, Mazatlán	Presenta como expositores empresas nacionales e internacionales relacionadas con los sectores de Alimentaria, Maquinaria agrícola, Agricultura,

		Horticultura, Semillas, Transporte y logística, Embalaje alimentos, Industria de celulosa y papel, Packaging para embarque, Industria de la alimentación, Tecnología alimentaria, Industria química, Indumentaria, PYME, Empresas, Agrícola. (Neventum, 2023)
	Expo AgroAlimentaria Guanajuato, Irapuato	Desde 1996 se ha desarrollado como una plataforma de agro negocios internacional, bajo el eslogan Negocio, Tecnología y Desarrollo, ha presentado más de 52 países de todos los continentes teniendo como vocación el sector agroalimentario. (Expo Agroalimentaria Guanajuato, 2023)
Col	Agroexpo Corferias, Bogotá D.C	Ha reunido por más de 40 años al sector agropecuario, abriendo sus puertas cada 2 años, logrando consolidarse como la más representativa en Centroamérica y el Caribe pues promueve la generación de negocios y contactos comerciales que fortalecen las redes de Networking del sector. En esta se puede acceder como expositor (caso ideal para la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits), como profesional visitante (asisten al evento en búsqueda de proveedores y nuevos contactos) y como familia (disfrutan de los amplios pabellones aprendiendo del campo). (Agroexpo, 2023)
	Expo Agrofuturo, Medellín	Una de las más importantes para el sector Agro en América Latina, en esta los agentes de la cadena productiva encuentran aliados estratégicos, distribuidores y representantes para sus productos, cuenta con una amplia oferta de valor, pues integra productores, comercializadores de productos y servicios agropecuarios. (Expoagrofuturo, 2023)

Nota. Autoría propia basada en diferentes fuentes ya citadas, estas ferias comerciales fomentan las relaciones públicas entre proveedores y clientes, estas específicamente en el campo de frutas y agricultura.

5.4.2 Fuerza de venta

Para mantener una buena relación con los clientes y garantizar el pago por parte del comprador se sugiere implementar en todas las compraventas el uso de las cartas de crédito de exportación. Este es un instrumento de pago muy usado en el comercio internacional pues la recibe el exportador por medio de un banco confirmador, asegurando el compromiso de honrar el pago a su favor, conforme a la venta de mercancías o prestación de servicios, los cuales deben de cumplir estrictamente los términos y condiciones estipulados en esta. (Gobierno de México, 2021) Sin embargo, como en todos los aspectos del comercio internacional no se deben cerrar a ideas o propuestas de los clientes, también se podría llegar a pactar pago mediante transferencia anticipada como 50% del pago y al llegar la mercancía el otro 50% en el caso de que ya sea un cliente fijo, y el uso de otros métodos de pago según se negocie.

Como la fuerza de venta será mediante un representante de ventas que esté en contacto directo con los clientes, este puede ofrecer algunas políticas de descuento luego de establecer una relación comercial estable con un comprador, al inicio como no se conoce el mercado se recomienda mantenerse en el precio estipulado para de esta manera evaluar el comportamiento del nuevo mercado. Con el tiempo, se pueden incluir algunos descuentos en casos de que se demanden grandes cantidades de fruta o incluso, si un cliente lo propone iniciar una alianza comercial en la cual la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits provea la materia prima a un costo bajo para incursionar en alguna marca colombiana con productos procesados de esta fruta.

5.5 Acceso al mercado

Para acceder a un mercado es indispensable conocer toda la normatividad, regulaciones y restricciones no arancelarias, además del conocimiento de todos los documentos requeridos para no caer en multas o pérdidas por incumplimientos. Además que el conocimiento de estas pueden fidelizar clientes que reconocen las buenas prácticas agrícolas y legales que tiene la empresa, generando confianza en el mercado destino. Según DSV (2021) para exportar a Colombia desde México se requiere:

1. Inscribirse ante las autoridades nacionales de comercio (Cámara de Comercio, DIAN, RUT (autorizado para ser exportador/importador) – mínimo con 6 meses de creación de la empresa.
2. Contar con registro ante la Agencia de Aduanas.
3. Revisar y cumplir las regulaciones y restricciones del producto.
4. Contar con registro en el VUCE.
5. Identificar la documentación requerida para exportar, generalmente conformada por:
 - Certificado de Origen.
 - Documentos de transporte y de cumplimiento de regulaciones y/o restricciones.
 - Manifiesto de la carga.
 - Factura comercial en origen.
 - Lista de empaque (packing list).
 - Aprobación de la oferta comercial.
 - Carga correctamente embalada y etiquetada en origen.
 - Note que la Aduana Colombiana no acepta Waybill, únicamente House Bill of Lading.

Se debe tener en cuenta que por la naturaleza de la pitaya fresca, tiene menos restricciones no arancelarias para ingresar, la simplicidad y previo conocimiento en el embalaje y etiquetado hacen más simple el proceso, sin embargo, se requieren los siguientes documentos para cumplir con la normatividad:

1. Certificado Fitosanitario ICA, el cuál demuestra que la mercancía no presenta contaminaciones de microorganismos, es indispensable demostrar bajo algún documento el sometimiento de la mercancía a la irradiación, soportando las condiciones saludables de la fruta, así mismo agiliza su expedición si se obtienen el Certificado Fitosanitario Internacional (CFI). (Manzano Mira, 2019)
2. Certificado de Buenas Prácticas Agrícolas, este es expedido por la Secretaría o por un organismo de certificación, este constata que el proceso de producción de frutas cumple con las especificaciones de la NOM-EM-034-FITO-2000. (Diario Oficial de la Federación, 2000)
3. En este caso el Registro Sanitario que expide la organización colombiana INVIMA en este caso no aplica, pues según el Art. 41 del Decreto 3075 de 1997, los alimentos

naturales que no sean sometidos a ningún proceso de transformación, tales como granos, frutas, hortalizas, verduras frescas, miel de abejas, y los otros productos apícolas, están exentos de cumplir este requisito. (Ministerio de Salud Pública, 1997)

4. Como se mencionó en la adaptación del etiquetado al nuevo mercado, es indispensable que la etiqueta que va pegada directamente en la fruta, esté compuesta de plástico reutilizable o biodegradable, pues la LEY 2232 DE 2022 prohíbe los plásticos de un sólo uso. Así mismo, la empresa debe tener estudios técnicos que demuestren la seguridad sanitaria de las tintas estas etiquetas para cumplir con la Resolución 557 de 2022.

5.6 Financiero

La empresa hasta el momento ha trabajado de manera empírica y manual, no tiene sistematizados ni contabilizados sus procesos, no tienen documentos que soporten su estado de resultados, su balance comercial, su flujo de efectivo, sus razones financieras y por ende nunca han evaluado mediante indicadores financieros el estado de la empresa. Se les sugiere trabajar en la construcción de estos documentos para conocer su estado administrativo y medir su rentabilidad. Se adjunta en los anexos los únicos documentos soporte que posee frente a este campo expedidos por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público de México.

Al no tener datos financieros que permitan justificar las inversiones totales requeridas para la exportación desde el cultivo, la recolección de frutos hasta el empaque y transporte del producto, se enuncian a continuación oportunidades y programas de financiamiento que la empresa Unión Agrícola Exotics Fruits puede aprovechar.

5.6.1 Oportunidades de financiamiento

- **Programa de Fomento a la Agricultura, Ganadería, Pesca y Acuicultura -**

México:

Este programa fomentado por la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (2023) tiene como objetivo principal contribuir a la seguridad alimentaria incrementando la productividad en la agricultura, ganadería, pesca y acuicultura local, mediante prácticas sustentables, mediante condiciones de igualdad que impulsen el desarrollo territorial con inclusión y justicia social. Específicamente va dirigido a productores agrícolas pequeños y medianos que poseen hasta cinco hectáreas para apoyos individuales o productores agrícolas más grandes que hasta un máximo de cincuenta hectáreas para apoyos de proyectos colectivos. Al ser

convocatorias nacionales se debe participar y cumplir minuciosamente con los requisitos pues sólo algunos productores podrán beneficiarse de este, en el caso del 2023 la convocatoria estuvo abierta del 17 hasta el 31 de marzo. Toda esta información se encuentra disponible en la página oficial del gobierno de México.

- **Programas de SAGARPA y otras Entidades operados por FIRA (Fideicomiso):**

El Fideicomiso Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA) (2022) coordina varios programas junto a entidades públicas como la secretaría de agricultura con la finalidad de complementar los recursos de los pequeños productores de los sectores agropecuario, rural, forestal y pesquero, brindándoles la posibilidad de asegurar sus proyectos productivos mediante subsidios, créditos y asesorías. Entre los programas que benefician a la empresa se encuentran los incentivos a los sistemas de riego, la inversión en infraestructura para productividad agroalimentaria, energías renovables, fortalecimiento en la cadena productiva y estímulos en la producción. Para conocer más estos programas se debe estar atento de las convocatorias y planes nacionales casi siempre anuales de la página web de la entidad.

- **Programas para el bienestar - Sembrando Vida:**

Plan impulsado por el Gobierno de México (2023) el cual otorga apoyos económicos y en especie a agricultores que habitan en localidades rurales con niveles de rezago social y que son propietarios de 2.5 hectáreas disponibles para ser trabajadas en un proyecto agroforestal. Los beneficiarios serán acreedores de un pago mensual de \$6,000 pesos, además de apoyos adicionales como semillas, herramientas, plantas u otros insumos, de esta manera generando un autoempleo, impulsando el crecimiento de estas zonas rurales.

CONCLUSIONES

Unión Agrícola Exotics Fruits es una pequeña empresa familiar productora de pitaya y pitahaya del estado de Puebla, México, su constante producción y trayectoria en el sector, les ha permitido generar un crecimiento local con enfoque de expansión al mercado internacional. A pesar de su administración no sistematizada y pocos conocimientos de exportación, han logrado enviar sus productos al mercado estadounidense desde 2021, de esta manera han mejorado internamente en temas de calidad, salubridad, envasado y etiquetado, adaptando sus mercancías a normas y requerimientos internacionales, lo que genera una ventaja comparativa frente a otros productores locales. Dado esto, a partir del presente planex el cual está orientado a la exportación al mercado colombiano y el cual evaluó la viabilidad de expansión a este mercado, se generaron las siguientes conclusiones:

La empresa a pesar de su trayectoria y altos conocimientos en la producción de estas frutas tiene muchos vacíos en su estructuración como organización, manejan todos los procesos administrativos de forma manual, sin sistematización, sin llevar control y contabilización de sus finanzas, lo que les ha generado un estancamiento por su poco flujo de efectivo y por el desconocimiento en el manejo del presupuesto, impidiendo la justificación monetaria real del actual plan exportador. Cabe aclarar que por su actividad agricultora están expuestos a situaciones de incertidumbre por clima, plagas, pérdidas de su producto por situaciones externas, aumento en los precios de insumos y alta competencia mundial, trabajando prácticamente de las situaciones que se presenten del día a día, lo que no permite mantener una oferta de producto estable o proyectada.

El producto a internacionalizar, en este caso, pitaya roja fresca no presenta algún valor agregado que le permita a la empresa mantener una ventaja competitiva frente a otras frutas, se conoce que Colombia es uno de los países con más altos índices de producción de frutas debido a su biodiversidad y terrenos fértiles, a pesar de que la pitaya roja no se produzca allí tiene una competencia directa con la pitahaya amarilla colombiana, la cual está presente casi en todas las temporadas del año, además, de que esta fruta ha incursionado en nuevas industrias como la de alimentos procesados, cosméticos y medicina natural.

Teniendo en cuenta las características físicas de la fruta, sus altos cuidados y costes para su conservación (refrigeración, irradiación) y transportación, se recomienda a la empresa

Unión Agrícola Exotics Fruits considerar transformar la fruta en algún producto que permita una larga conservación y facilitar su consumo, pues a largas distancias de transporte como en el caso de Colombia aproximando una duración de más de 15 días, la fruta puede que no llegue en óptimas condiciones o que llegue prácticamente en su etapa de consumo inmediato. Con esta propuesta se sumará valor al producto y se facilitará su comercialización en mercados lejanos, considerando también que el margen de utilidades aumentará y se disminuirán los intermediarios, generando un precio más asequible para los consumidores finales.

Sin embargo, basándose en el estudio de mercado realizado, considerando que es un producto muy versátil, el cual puede consumirse por cualquier persona diariamente en cualquier momento del día y definiendo un nicho de mercado con poder adquisitivo medio-alto, se plantea una comercialización directa con empresas colombianas distribuidoras de frutas, las cuales ya conocen el mercado y ya tienen clientes fijos o empresas grandes que transforman la fruta en nuevos productos como pulpas, jaleas, snacks saludables, granolas, cosméticos, medicinas, aceites, pues de esta manera se logrará enviar grandes cantidades de fruta disminuyendo un poco el riesgo de que la fruta se vea perjudicada por la cadena de distribución.

Tomando en cuenta que es un producto 100% natural no procesado se disminuyen las barreras no arancelarias, pues la empresa ya tiene pleno conocimiento y estructuración de un correcto etiquetado y embalaje internacional, destacando su certificación como empacadora autorizada y la garantía de la nula presencia de microorganismos por estar sometidos a la irradiación. En el caso de su adaptación a la legislación colombiana, deben de soportar mediante un documento de estudio técnico que la tinta de las etiquetas que van directamente pegadas a la fruta no afectan la salud de los consumidores, además de garantizar que estas etiquetas son reciclables o biodegradables y finalmente expedir el certificado fitosanitario frente al ICA.

Evaluando los compradores y la oferta exportable de la empresa se determinó el envío de un contenedor de 20 pies con 6.480 kg de producto bajo el incoterm EXW, ya que de esta manera no se generarán sobrecostos como el transporte y derechos aduaneros que afecten el precio del producto, pues la empresa no tiene actualmente la capacidad de correr con estos gastos. En este punto se debe destacar que debido a que la empresa no contabiliza sus costos,

gastos e ingresos, el precio se tuvo que determinar bajo el pricing, comparando los precios mayoristas de esta fruta en el mercado mexicano y el precio mayorista de la competencia directa en Colombia, evaluado bajo el criterio de Juan Cortés, representante de la empresa, quien establece el precio promediando el precio del mercado local que manejaron en la actual temporada de cosecha y el precio que han manejado en las exportaciones, adaptándolo al poder adquisitivo colombiano, determinando un precio de \$60 MXN por kilogramo. Lo que se hace un poco elevado pues la mercancía no llega directamente al consumidor final, además de que puede generar una alza los altos costos logísticos no incluidos en este precio, por esto mismo, se les recalca a los empresarios considerar la propuesta de transformar el producto para tener precios más competitivos.

Es así como este plan exportador, guía a la empresa no sólo en la evaluación, investigación, análisis, la ruta y pasos a seguir para una satisfactoria exportación de la pitaya roja al mercado colombiano, sino que también le permite evaluar una infinidad de variables que afectan su actividad y producción desde la administración general de todos sus procesos, así como en la innovación y versatilidad que los nuevos mercados demandan. Este proyecto con fines académicos y empresariales, beneficiará e impulsará el crecimiento de Unión Agrícola Exotics Fruits, la cual evaluará esta propuesta, y tomará la decisión final sobre su implementación.

REFERENCIAS

- Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA). (2022). *La Irradiación de alimentos: Lo que usted debe saber*.
[https://www.fda.gov/food/buy-store-serve-safe-food/la-irradiacion-de-alimentos-lo-que-usted-debe-saber#:~:text=La%20irradiaci%C3%B3n%20de%20alimentos%20\(la,de%20los%20microorganismos%20e%20insectos](https://www.fda.gov/food/buy-store-serve-safe-food/la-irradiacion-de-alimentos-lo-que-usted-debe-saber#:~:text=La%20irradiaci%C3%B3n%20de%20alimentos%20(la,de%20los%20microorganismos%20e%20insectos).
- AEVAE. (2021). *Avances tecnológicos en la agricultura*.
<https://www.aevae.net/avances-tecnologicos-en-la-agricultura/>
- Agroexpo. (2023). *Sobre la Feria*. <https://agroexpo.com/es/agroexpo/>
- Agronegocios. (2015). *PITAYA, CULTIVO RENTABLE PERO DE CUIDADO*. Agricultura.
<https://www.agronegocios.co/agricultura/pitaya-cultivo-rentable-pero-de-cuidado-2621498>
- AgroPinos. (2021). *5 avances tecnológicos que están cambiando la agricultura*.
<https://www.agropinos.com/blog/nuevas-herramienta-tecnologicas-para-la-agricultura>
- Amador, C. (2022). El análisis PESTEL. *UNO Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 1 - Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México, Vol.4(No.8)*, p.1-2.
<file:///C:/Users/USER/Downloads/8263-Manuscrito-45352-1-10-20211112.pdf>
- Asana. (2022). *Prueba estas 12 estrategias de promoción para aumentar la demanda de los clientes*. <https://asana.com/es/resources/promotion-strategy>
- Ávila, S. (n.d.). *¿En qué consiste la tecnología de los alimentos?* Euroinnova.
<https://www.euroinnova.mx/en-que-consiste-la-tecnologia-de-los-alimentos>
- Balderas, V., Palafox, L., Castro, A., & Saucedo, C. (2016). Evaluación de las propiedades físicas y calidad organoléptica y nutricional de frutos de pitaya (*Stenocereus pruinosus*). *Revista Iberoamericana de Ciencias, Vol.3(No.7)*, 88-92p.
<http://www.reibci.org/publicados/2016/dic/2000118.pdf>
- Bancomext. (n.d.). *Aprende cómo definir precios competitivos a tus exportaciones y logra tu objetivo financiero*.
<https://www.bancomext.com/blog-bancomext/pymex/aprende-como-definir-precios-competitivos-a-tus-exportaciones-y-logra-tu-objetivo-financiero/>
- Banco Mundial. (2023). *Colombia: panorama general*.
<https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview#1>
- BENEBIÓN - Phytosan S.A. de C.V. (2022). *¿Quiénes somos?*
<https://www.benebion.com/Nosotros>
- Bitso. (2023). *Comportamiento del dólar 2023 en Colombia*.
<https://blog.bitso.com/es-co/finanzas-co/comportamiento-del-dolar-2023-en-colombia>
- Burin, D. (2017). Estrategias de Comercialización. *Manual de Facilitadores de Procesos de Innovación Comercial*.
<http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/3153/BVE17089159e.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Cambio. (2023). *Peso colombiano, la tercera moneda emergente más devaluada de 2022*. Economía.
<https://cambiocolombia.com/articulo/economia/peso-colombiano-la-tercera-moneda-emergente-mas-devaluada-de-2022>
- Castillo Martínez, R., Ebel, R., Calix de Dios, H., Ferral, J., & Nava, R. (2016). *Guía para la producción sostenible de pitahaya en la Península de Yucatán, México*.
https://www.researchgate.net/profile/Roland-Ebel/publication/311426001_Handbook_for_the_Sustainable_Production_of_Pitahaya_in_the_Yucatan_Peninsula_Mexico/lin

- ks/584595d208aeda69681a5a11/Handbook-for-the-Sustainable-Production-of-Pitahay-a-in-the-Yucatan-Pen
- Ceballos, A. (2021). *Incoterms: ¿Qué es el Incoterm EXW?* Comercio y Aduanas.
<https://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/que-es-incoterm-exw/>
- CI American Latin Group SAS. (2023). *FruitBe 100% Pulps*. Compañía y productos.
<https://www.fruitbe.co/compania>
- Combariza, J. A. (2013). PERFIL NACIONAL DE CONSUMO DE FRUTAS Y VERDURAS. *Reportes Ministerio de Salud y Protección Social*, p.48-61.
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/SNA/perfil-nacional-consumo-frutas-y-verduras-colombia-2013.pdf>
- Congreso de Colombia. (2022). *Por la cual se establecen medidas tendientes a la reducción gradual de la producción y consumo de ciertos productos plásticos de un solo uso y se dictan otras disposiciones*. LEY 2232 DE 2022.
https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/ley_2232_2022.htm#:~:text=Ministerio%20de%20Relaciones%20Exteriores%20%2D%20Normograma,2232%20de%202022%20Congreso%20Nacional%5D&text=Por%20la%20cual%20se%20establecen,y%20se%20dictan%20otr
- ConnectAmericas. (2015). El desafío de determinar el “precio óptimo” de venta.
<https://connectamericas.com/es/content/el-desaf%C3%ADo-de-determinar-el-%E2%80%9Cprecio-%C3%B3ptimo%E2%80%9D-de-venta>
- Contreras, E. (2021). *¿Cuáles son y cómo se obtienen las certificaciones exigidas para empresas de alimentos?* Institucional Colombia.
<https://www.institucionalcolombia.com/gastromarketing/comunicacion/certificaciones-para-empresas-alimentos-colombia/>
- Cortés Melchor, J. (2023). *Documentos Certificación Empaque EMP-112*.
<https://drive.google.com/drive/folders/1vzymVEO2aLQoiQdFuzO4mF2I5m2NeelU?usp=sharing>
- Cortés Melchor, J. (2023). *Entrevista Representante Unión Agrícola Exotics Fruits*. Puebla, México.
- DANE. (2023). *Componente precios mayoristas 2023*.
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/agropecuaria/sistema-de-informacion-de-precios-sipsa/componente-precios-mayoristas>
- DANE. (2023). En el año 2022pr , el Producto Interno Bruto de Colombia crece 7,5%. *Comunicado de Prensa Producto Interno Bruto (PIB)*.
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim22.pdf
- Datosmacro.com. (2020). *Colombia - Inmigración 2020*.
<https://datosmacro.expansion.com/demografia/migracion/inmigracion/colombia>
- DeJusticia. (2023). *La radiografía del hambre en Colombia que reveló el Programa Mundial de Alimentos*.
<https://www.dejusticia.org/la-radiografia-del-hambre-en-colombia-que-revelo-el-programa-mundial-de-alimentos/>
- Departamento de Producción Agrícola, Centro Universitario de Ciencias Biológicas y Agropecuarias, Universidad de Guadalajara. (2015). *LA PITAYA SILVESTRE (Stenocereus queretaroensis) UNA ALTERNATIVA ALIMENTICIA, NUTRICIONAL, Y SOCIOECONOMICA*.
https://congresos.cio.mx/memorias_congreso_mujer/archivos/extensos/sesion1/S1-B CA07.pdf
- Diario Oficial de la Federación. (2000). *NORMA Oficial Mexicana (con carácter de emergencia) NOM-EM-034-FITO-2000, Requisitos y especificaciones para la aplicación y certificación de buenas prácticas agrícolas en los procesos de*

- producción de frutas y hortalizas frescas.*
https://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=2062881
- DM Tecnologías. (2023). *Características de la Malla-Antiáfidos ¡Utiliza esta malla para evitar el ingreso de insectos a tu invernadero!*
<https://www.dmttecnologias.com.mx/blog/cracteristicas-de-la-malla-antiafidos-utiliza-esta-malla-para-evitar-el-ingreso-de-insectos-a-tu-invernadero/>
- DSV. (2021). *¿Cómo exportar a Colombia?*
<https://www.dsv.com/es-mx/sobre-dsv/latam/dsv-colombia/como-exportar-a-colombia>
- El Economista. (2023). *Apreciación del peso genera “un buen momento” para el SIC.* Mercados - Divisas.
<https://www.eleconomista.com.mx/mercados/Apreciacion-del-peso-genera-un-buen-momento-para-el-SIC-20230516-0127.html>
- El Economista. (2023). *Peso mexicano es la moneda más valorada en el año.* Mercados - Divisas.
<https://www.eleconomista.com.mx/mercados/Peso-mexicano-la-moneda-mas-valorada-en-el-ano-20230305-0033.html>
- Expo Agroalimentaria Guanajuato. (2023). Expo AgroAlimentaria Guanajuato - Inicio.
<https://www.expoagroto.com/>
- Expoagrofuturo. (2023). *¿Qué es Expoagrofuturo?*
<https://expoagrofuturo.com/es/que-es-expoagrofuturo/>
- FAO. (1996). *Producción de alimentos e impacto ambiental.* Food and Agriculture Organization. <https://www.fao.org/3/w2612s/w2612s11.htm>
- FDA. (2022). *La Irradiación de alimentos: Lo que usted debe saber.*
<https://www.fda.gov/food/buy-store-serve-safe-food/la-irradiacion-de-alimentos-lo-que-usted-debe-saber>
- FIRA. (2022). *Resultados de Programas de SAGARPA y otras Entidades operados por FIRA al 2022.* FIRA. <https://www.fira.gob.mx/Nd/FIRA-MOVIL/programassagarpa.html>
- Flores Valdez, C. A. (2002). *Producción y comercialización de pitaya (Stenocereus sp.) en México* (1st ed.). Universidad Autónoma Chapingo, Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial.
https://ciestaam.edu.mx/reporte_investigacion/produccion-comercializacion-pitaya-stenocereus-sp-en-mexico/
- Fresh Fruit Marketing SAS. (2023). *Nosotros.* <https://www.freshfruitsas.com/#NOSOTROS>
- Friopacking. (2021). *Cámaras de refrigeración: ¿Qué Es Y Cómo Funciona?*
<https://friopacking.pe/que-son-camaras-refrigeracion/#:~:text=Estos%20equipos%20funcionan%20gracias%20a,condensaci%C3%B3n%20de%20alta%20presi%C3%B3n.>
- Frutcol Solutions. (2021). *¿Quiénes somos?* <https://frutcolsolutions.com/quienes-somos/>
- Global Gap. (n.d.). *Historia de GLOBAL G.A.P.*
<https://www.globalgap.org/es/who-we-are/about-us/history/>
- Gobierno de México. (2017). *Generalidades de la Red Pitaya.* Servicio Nacional de Inspección y Certificación de Semillas.
<https://www.gob.mx/snics/acciones-y-programas/pitaya-stenocereus-spp-119661>
- Gobierno de México. (2021). *Cartas de crédito de exportación.* Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.
<https://www.gob.mx/bancomext/acciones-y-programas/cartas-de-credito-de-exportacion>
- Gobierno de México. (2023). *Sembrando Vida – Programas para el Bienestar.*
<https://programasparaelbienestar.gob.mx/sembrando-vida/>

- Granados, A. (2020). *Envase Activo: ¿Qué es? + Tipos, Beneficios y Ventajas*. Soluciones de embalaje. <https://solucionesdeembalaje.com/envase-activo-que-es/>
- Hapag-Lloyd. (2023). *Our Company*. <https://www.hapag-lloyd.com/es/company.html>
- ICA. (2021). *La certificación ICA de fincas en Buenas Prácticas Agrícolas, BPA, tiene nueva norma*. <https://www.ica.gov.co/noticias/ica-moderniza-normatividad-en-bpa-cumplir-requisit>
- Instituto Colombiano Agropecuario - ICA. (2019). *Cultivadores de pitahaya en Boyacá se actualizan para el aprovechamiento de los mercados internacionales*. <https://www.ica.gov.co/noticias/ica-cultivadores-pitahaya-boyaca-mercados>
- Instituto Nacional de la Economía Social (INAES). (2016). *¿Por qué es importante realizar un estudio de mercado antes de emprender?* Gobierno de México. <https://www.gob.mx/inaes/articulos/por-que-es-importante-realizar-un-estudio-de-mercado-antes-de-emprender?idiom=es#:~:text=Los%20estudios%20de%20mercado%20te,dispuesto%20a%20pagar%20por%20%C3%A9l>
- InternovaMarket-Food. (2022). *Plasma frío*. <https://www.internovamarketfood.com/tecnologia/public-view?id=11&language=es>
- Isashii SAS. (2023). *Quienes Somos*. Isashii. <http://isashii.co/nosotros/>
- Juárez, C. (2022). *Estos son los principales puertos de Colombia*. THE LOGISTICS WORLD. <https://thelogisticsworld.com/comercio-internacional/principales-puertos-maritimos-de-colombia/>
- Justicia Ambiental Colombia. (2012). *Guía Ambiental para el Subsector Hortifrutícola*. <https://justiciaambientalcolombia.org/wp-content/uploads/2012/09/guc3ada-ambiental-para-el-subsector-hortifruticola.pdf>
- La Yerbabuena. (2023). *FIBRA COLON CLEANSER LINAZAMIX x 450 GRMS - NATURILINED*. Tienda Virtual. <https://layerbabuena.co/naturistas-alimentos/fibra-colon-cleanser-x-450-grms-naturilined/>
- Legiscomex. (2022). *TLC entre Colombia y México: más oportunidades para exportadores*. <https://www.legiscomex.com/Documentos/ACTUALIZACION-TLC-ENTRE-COLOMBIA-MEXICO#:~:text=El%20texto%20aprobado%20se%20B1ala%20que,pavo%20y%20tomates%2C%20entre%20otros>
- Manzano Mira, D. (2019). *Exportar hacia Colombia: Requisitos y factores del mercado*. DIARIO DEL EXPORTADOR. <https://www.diariodelexportador.com/2016/08/exportar-hacia-colombia-requisitos-y.html>
- Marketers by Adlatina. (2021). *Aumentó el consumo de productos frescos en Colombia*. <http://www.marketersbyadlatina.com/articulo/8884-aumento-el-consumo-de-productos-frescos-en-colombia>
- Más Colombia. (2023). *El 65% de la inflación se debe a las importaciones de alimentos: ministra de Agricultura*. Campo. <https://mascolombia.com/el-65-de-la-inflacion-se-debe-a-las-importaciones-de-alimentos-ministra-de-agricultura/>
- Mesa, L. V. (2020). *Las cinco plataformas que conectan al sector del agro con las grandes ciudades de Colombia*. Agronegocios. <https://www.agronegocios.co/tecnologia/cinco-plataformas-que-conectan-al-agro-con-las-grandes-ciudades-de-colombia-2967566>
- MINISTERIO DE SALUD PUBLICA. (1997). *DECRETO 3075 DE 1997*. ICBF. https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/decreto_3075_1997.htm#41

- Ministerio de Salud y Protección Social. (2013). *Reglamento técnico y requisitos sanitarios para las frutas*. Resolución 3929 de 2013.
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2155-de-2012.pdf>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2022). *Resolución número 557 de 2022 con relación al rotulado y etiquetado de alimentos*.
<file:///C:/Users/USER/Downloads/Resolucion-No.-557-de-2022.pdf>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2022). Tabla 1. Indicadores Demográficos – 2022. *Indicadores básicos de salud 2022 - Situación de Salud en Colombia*, p.12.
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/ED/GCFI/indicadores-basicos-salud-2022.pdf>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2022). Tabla 2. Estimaciones de población por sexo, área y departamentos – 2022. *Indicadores básicos de salud 2022 - Situación de Salud en Colombia*, p.13.
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/ED/GCFI/indicadores-basicos-salud-2022.pdf>
- Ministerio de Trabajo. (2023). *\$ 1.160.000 será el salario mínimo para 2023 y auxilio de transporte por \$ 140.606 - Ministerio del trabajo*.
<https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2022/diciembre/-1.160.000-ser%C3%A1-el-salario-minimo-para-2023-y-auxilio-de-transporte-por-140.606>
- Moreno, M. (2023). *Canasta básica: lo que un trabajador con salario mínimo invierte*. Portafolio.
<https://www.portafolio.co/economia/finanzas/canasta-basica-lo-que-un-trabajador-con-salario-minimo-invierte-577691>
- Neventum. (2023). *infoAgro Exhibition México 2023 - Ferias*.
<https://www.neventum.es/ferias/infoagro-exhibition-mexico>
- Novacampo SAS. (2020). *About Us*. Sociedad de Comercialización Internacional.
<https://novacampo.co/about-us/>
- Ocati SA. (2022). *¿Quiénes somos?* Empresa y productos.
<https://ocati.com/es/colombia/quienes-somos/>
- OECD. (2022). *Frutas Tropicales en Colombia*. Rankings Económicos.
<https://oec.world/es/profile/bilateral-product/tropical-fruits/reporter/col#:~:text=Importaciones%3A%20En%202021%2C%20Colombia%20import%C3%B3,877%20m%C3%A1s%20importado%20en%20Colombia>
- Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (2023). *Ficha país: República de Colombia*.
https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/colombia_ficha%20pais.pdf
- Oña Chiguano, A. P., & Vega Alquina, R. K. (2018). IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS FODA PARA LA ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS EN ORGANIZACIONES AMERICANAS, UNA REVISIÓN DE LA ÚLTIMA DÉCADA. *Revista Digital Tambara*, 3, 435 - 447 p.
https://tambara.org/wp-content/uploads/2018/12/1.Foda_O%C3%B1a_final.pdf
- Ordoñez, J. F. (2023). *Ara, Olímpica y Éxito bajan precios de algunos productos de la canasta familiar, ¿cuáles?* Caracol Radio.
<https://caracol.com.co/2023/05/16/exito-ara-y-olimpica-anuncian-rebaja-en-precios-de-la-canasta-familiar/>
- Pitanorte. (2018). *PROPIEDADES Y BENEFICIOS DE LA PITAYA*.
https://www.pitanorte.com/wp-content/uploads/woocommerce_uploads/2018/04/1.-Propiedades-y-beneficios-de-las-pitayas.pdf

- Plastimega. (2023). *Caja: Miguel negrete 5-10kg Desechable*.
http://plastimega.com.mx/Nuestrosp productos_puebla/producto6
- Plaza de Paloquemao. (2020). *Nosotros*. Plaza de Mercado.
<https://plazadepaloquemao.com/2020/11/05/nosotros/>
- Portafolio. (2020). *¿Qué tan importante es para los colombianos la alimentación saludable?*
<https://www.portafolio.co/tendencias/que-tan-importante-es-para-los-colombianos-la-alimentacion-saludable-545678>
- Procomer. (n.d.). *POSCOSECHA DE PITAHAYA*. Manual Técnico.
<https://www.procomer.com/wp-content/uploads/Manual-de-poscosecha-pitahaya.pdf>
- Romero, Y. C. (2022). *Investigadores upetecistas buscan fortalecer las condiciones de producción, comercialización y gestión de la cadena productiva de la pitahaya*. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
https://www.uptc.edu.co/sitio/portal/cal_not_eve/noticias/det/Investigadores-upetecistas-buscan-fortalecer-las-condiciones-de-produccion-comercializacion-y-gestion-de-la-cadena-productiva-de-la-pitahaya/
- Salazar, D. (2022). *Las millonarias cifras detrás de la importación de alimentos en Colombia*. Bloomberg Línea.
<https://www.bloomberglinea.com/2022/01/23/las-millonarias-cifras-detras-de-las-importaciones-de-alimentos-a-colombia/>
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (2023). Programa de Fomento a la Agricultura, Ganadería, Pesca y Acuicultura.
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/816199/CONVOCATORIA_FCA_2023.pdf
- Secretaría de Economía México. (2022). *Estudio comercial México-Colombia Televisores 8528.72*. Boletín de análisis económico y comercial.
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/728706/04-2022_-_Colombia._Televisores.pdf
- Secretaría de Relaciones Exteriores. (2011). *ANEXO 1 al artículo 3-04. Programa de Desgravación. Sección A - Lista de desgravación de Colombia*. Programa de Desgravación de Colombia.
<https://www.tlc.gov.co/getattachment/acuerdos/vigente/tratado-de-libre-comercio-entre-colombia-mexico/importante/listas-de-desgravacion-y-reglas-de-origen/lista-de-desgravacion-de-colombia/lista-de-desgravacion-de-colombia1.pdf.aspx>
- Senior, S. B. (2018). *La fruta escamosa: Pitahaya*. ANEIA – Universidad de Los Andes.
<https://agronegocios.uniandes.edu.co/2018/11/la-fruta-escamosa-pitahaya/>
- SensaFruit. (2023). *¿Quiénes Somos?* Preguntas Frecuentes.
<https://sensafruit.com.co/pages/quienes-somos>
- Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria - México. (2023). *Directorio de Empacadoras para Exportación con Tratamiento a base de Irradiación*.
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/816306/Empacadoras_p_exportacion_c_trat_de_Irradiacion_12-04-2023.pdf
- Sistema de Información sobre Comercio Exterior. (2011). *Alianza del Pacífico*. Política comercial: novedades.
http://www.sice.oas.org/tpd/pacific_alliance/pacific_alliance_s.asp
- Sistema de Información sobre Comercio Exterior. (2011). *LISTA DE DESGRAVACIÓN ARANCELARIA DE COLOMBIA PARA LOS PAÍSES DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO - Anexo 3.4-COL-77*.
http://www.sice.oas.org/Trade/PAC_ALL/Lista_Colombia_final.pdf
- Transitainer.com. (2023). *Calculadora de Cargas*.
<https://www.transitainer.com/calculadora-cargas/>

- Unidad de Planeación Minero-Energética. (n.d.). *NORMATIVIDAD AMBIENTAL Y SANITARIA*.
http://www.upme.gov.co/guia_ambiental/carbon/gestion/politica/normativ/normativ.htm#BM1__NORMATIVIDAD_GENERAL
- Unión Agrícola Exotics Fruits. (2023). *Archivo Fotográfico Pitaya*. Puebla, México.
<https://drive.google.com/drive/folders/1Kxes9q68QwC8dpJJ7ggLwrFwevjRASjm?usp=sharing>
- Valora Analitik. (2023). *¿Cuáles son los alimentos que más bajaron de precio en Colombia a abril de 2023?* Noticias Económicas Importantes.
<https://www.valoraanalitik.com/2023/05/05/inflacion-colombia-abril-2023-estos-alimentos-bajaron-de-precio/>

Servicio de Administración Tributaria

Opinión del cumplimiento de obligaciones fiscales

Folio

23NB9201357

Clave R.F.C.

UAE220317P50

Nombre, Denominación o Razón social

UNION AGRICOLA EXOTICS FRUITS SPR DE RL DE CV

Estimado contribuyente

Respuesta de opinión:

En atención a su consulta sobre el Cumplimiento de Obligaciones, se le informa lo siguiente:

En los controles electrónicos institucionales del Servicio de Administración Tributaria, se identifica que es un contribuyente registrado en el Registro Federal de Contribuyentes SIN OBLIGACIONES FISCALES para la presentación de declaraciones.

Por lo anterior, se precisa que al momento en que se realiza esta revisión, se encuentra al corriente en el cumplimiento de las obligaciones fiscales, de acuerdo a los puntos que revisa la opinión del cumplimiento de obligaciones fiscales, contenidos en la Resolución Miscelánea Fiscal vigente.

Revisión practicada el día 12 de junio de 2023, a las 00:16 horas

Notas

1.-Tratándose de estímulos o subsidios, tiene una vigencia de 3 meses contada a partir del día en que se emite según lo establecido en la regla 2.1.28. y 30 días naturales a partir de su emisión para trámites diferentes al señalado, de acuerdo a la regla 2.1.37. de la Resolución Miscelánea Fiscal para 2023.

2.-El procedimiento para obtener la opinión se realiza conforme a lo previsto en la regla 2.1.37. de la Resolución Miscelánea Fiscal para 2023 y de acuerdo a lo establecido en el artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación y no constituye respuesta favorable respecto a contribuyentes que se ubican en los supuestos del artículo 69 del Código Fiscal de la Federación.

3.-La opinión del cumplimiento, se genera atendiendo a la situación fiscal del contribuyente en los siguientes sentidos: POSITIVA. - Cuando el contribuyente esté inscrito y al corriente en el cumplimiento de las obligaciones que se consideran en los numerales 1 a 12 de la regla 2.1.37. de la Resolución Miscelánea Fiscal para 2023; NEGATIVA. - Cuando el contribuyente esté inscrito y no se encuentre al corriente en el cumplimiento de las obligaciones que se consideran en los numerales 1 a 12 de la regla 2.1.37. de la Resolución Miscelánea Fiscal para 2023; INSCRITO SIN OBLIGACIONES.- Cuando el contribuyente está inscrito en el RFC pero no tiene obligaciones fiscales.

4.-Para estímulos o subsidios, la opinión que se genere indicando que es Inscrito SIN OBLIGACIONES fiscales, se tomará como Positiva cuando el monto del subsidio no rebase de 40 UMAS elevado al año, en caso contrario se considera como resultado Negativo.

Cadena Original

||UAE220317P50|23NB9201357|12-06-2023|P||0000108888800000031||

Sello Digital

eMGRNY9ZehMcawtUfDWILeNuzeHaJNA8rV3Xo2XM4ry1AUh7tUqSG93yGT7Lug7NZ9CEgQa5BomHfmPOsYK+icRH
Xv8qXX1OtDK8Cb0yOOWFR64Aht62RJ6FPUCn8kuQALKAYV1zOpHzSIRUqfzw4Ivi+PiH1YQbtt1nS4TZ63WN8CBzM
nEst9gDhh1f1780EJj29XVzMjwHgbKjS922gEbSB3gU3oCrKsfBKsQuTy00oWYz6/+2FI0b2u0IGbP1U5bTvqP6IM
yPBDpdBnPOxg/3N/ymh7dAv+gAtwqW4X0g9yyOqXIUn9SKmrXbyyVRE9Okuglm61eWzzHLPQ==



GOBIERNO DE
MÉXICO

HACIENDA
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

SAT
SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

Contacto:

Av. Hidalgo 77, col. Guerrero, c.p. 06300,
Ciudad de México. Atención telefónica 01 55
627 22 728, desde Estados Unidos y Canadá
01 877 44 88 728.

Servicio de Administración Tributaria

Notas

5.-La opinión que se genere indicando que es INSCRITO SIN OBLIGACIONES fiscales, se considera Opinión Negativa para efectos de contratación de adquisiciones, arrendamientos, servicios u obra pública

6.-El procedimiento para obtener la opinión se realiza conforme a lo previsto en la regla 2.1.37. de la Resolución Miscelánea Fiscal para 2023 y de acuerdo a lo establecido en el artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación.

Este servicio es gratuito, en el SAT nuestra misión es servirle.

Sus datos personales son incorporados y protegidos en los sistemas del SAT, de conformidad con los lineamientos de protección de Datos Personales y con las diversas disposiciones fiscales y legales sobre confidencialidad y protección de datos, a fin de ejercer las facultades conferidas a la autoridad fiscal.

Si desea modificar o corregir sus datos personales, puede acudir a la Administración Desconcentrada de Servicios al Contribuyente de su preferencia y/o a través del Portal del SAT.

Cadena Original

||UAE220317P50|23NB9201357|12-06-2023|P||000010888880000031||

Sello Digital

eMGRNY9ZehMcawtUfDWILeNuzeHaIJNA8rV3Xo2XM4ry1AUh7tUqSG93yGT7Lug7NZ9CEgQa5BomHfmPOsYK+icRH
Xv8qXX1OtDK8Cb0yOOwFR64Aht62RJ6FPUCN8kuQALKAYV1zOpHzSIRUqfzw4lvi+PiH1YQbtt1nS4TZ63WN8CBzM
nEst9gDhh1fl780EJj29XVzMjwHgbKjS922gEbSB3gU3oCrKsfBKsQuTy00oWYz6/+2FI0b2u0IGbP1U5bTvqP6IM
yPBDpdBnPOxg/3N/ymh7dAv+gAtwqW4X0g9yyOqXIUn9SKmrXbyyVRE9Okuglm61eWzzHLPQ==



GOBIERNO DE
MÉXICO

HACIENDA
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO



Contacto:

Av. Hidalgo 77, col. Guerrero, c.p. 06300,
Ciudad de México. Atención telefónica 01 55
627 22 728, desde Estados Unidos y Canadá
01 877 44 88 728.

CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN FISCAL



HACIENDA
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO



SAT
SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA



UAE220317P50
Registro Federal de Contribuyentes

UNION AGRICOLA EXOTICS
FRUITS
Nombre, denominación o razón
social

idCIF: 22030608529
VALIDA TU INFORMACIÓN
FISCAL

CONSTANCIA DE SITUACIÓN FISCAL

Lugar y Fecha de Emisión
HUITZILTEPEC , PUEBLA A 12 DE JUNIO DE 2023



UAE220317P50

Datos de Identificación del Contribuyente:

RFC:	UAE220317P50
Denominación/Razón Social:	UNION AGRICOLA EXOTICS FRUITS
Régimen Capital:	SOCIEDAD DE PRODUCCION RURAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE CAPITAL VARIABLE
Nombre Comercial:	UNION AGRICOLA EXOTICS FRUITS
Fecha inicio de operaciones:	17 DE MARZO DE 2022
Estatus en el padrón:	ACTIVO
Fecha de último cambio de estado:	17 DE MARZO DE 2022

Datos del domicilio registrado

Código Postal: 75640	Tipo de Vialidad: CALLE
Nombre de Vialidad: MARIANO ABASOLO	Número Exterior: 18
Número Interior:	Nombre de la Colonia:
Nombre de la Localidad: DOLORES HIDALGO	Nombre del Municipio o Demarcación Territorial: HUITZILTEPEC
Nombre de la Entidad Federativa: PUEBLA	Entre Calle: CALLE FRANCISCO JAVIER MINA
Y Calle: CALLE PEDRO MORENO	

Actividades Económicas:



HACIENDA
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO



SAT
SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA

Contacto

Av. Hidalgo 77, col. Guerrero, C.P. 06300, Ciudad de México.
Atención telefónica desde cualquier parte del país:
MarcaSAT 55 627 22 728 y para el exterior del país
(+52) 55 627 22 728

Orden	Actividad Económica	Porcentaje	Fecha Inicio	Fecha Fin
1	Siembra, cultivo y cosecha de otros frutales no cítricos	100	17/03/2022	

Regímenes:

Régimen	Fecha Inicio	Fecha Fin
Régimen de Actividades Agrícolas, Ganaderas, Silvícolas y Pesqueras PM	17/03/2022	

Sus datos personales son incorporados y protegidos en los sistemas del SAT, de conformidad con los Lineamientos de Protección de Datos Personales y con diversas disposiciones fiscales y legales sobre confidencialidad y protección de datos, a fin de ejercer las facultades conferidas a la autoridad fiscal.

Si desea modificar o corregir sus datos personales, puede acudir a cualquier Módulo de Servicios Tributarios y/o a través de la dirección <http://sat.gob.mx>

"La corrupción tiene consecuencias ¡denúnciala! Si conoces algún posible acto de corrupción o delito presenta una queja o denuncia a través de: www.sat.gob.mx, denuncias@sat.gob.mx, desde México: (55) 8852 2222, desde el extranjero: + 55 8852 2222, SAT móvil o www.gob.mx/sfp".

Cadena Original Sello:

Sello Digital:

||2023/06/12|UAE220317P50|CONSTANCIA DE SITUACIÓN FISCAL|200001088888800000031||
SdbM7iJQY2V3aV9MrAXBbv/07Mq/rXox72DMSO8/eiKU13pMYmNpHnc+vKbAlXRa3QpuJiZE+5hD68lsFfRbTx
Of0ZqRdVcwfSCuez4jycAfdq+UoTpoNcp5jU5KO2wxMvx4Swo8xTD9ZG4l9aQvZ/Ut2UnZVw31NctlfpzNtc=



Contacto

Av. Hidalgo 77, col. Guerrero, C.P. 06300, Ciudad de México.
Atención telefónica desde cualquier parte del país:
MarcaSAT 55 627 22 728 y para el exterior del país
(+52) 55 627 22 728