

### **Información Importante**

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

**Bibliotecas Bucaramanga**  
**Universidad Santo Tomás**

**Dinámica de la Internacionalización de la Mora en Santander para su Exportación a  
Mercados Potenciales**

**María Fernanda Jaimes Flórez  
Jonathan Fabricio Sanabria Vanegas**

**Trabajo de grado presentado como requisito para el optar el título de profesional en  
Negocios Internacionales**

**Director de Proyecto:  
Edgar Javier Gómez Parada**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga  
División de Ciencias Económicas y Administrativas  
Facultad de Negocios Internacionales**

**2015**

## Tabla de Contenido

	pág.
1. Dinámica de la Internacionalización de la Mora en Santander para su Exportación a Mercados Potenciales	9
1.1 Problema	9
1.2 Justificación	10
1.3 Objetivos	11
1.3.1 Objetivo General	11
1.3.2 Objetivos Específicos	11
2. Marco Teórico, Referencial, Breve Estado del Arte	12
2.1 Marco Referencial	12
2.2 Marco Teórico	13
2.3 Estado del Arte	15
3. Aspectos Metodológicos	17
4. Identificar las Características de la Producción de Mora y su Comercialización en el Departamento de Santander	18
4.1 Características de la Producción de la Mora	18
4.1.1 Ciclo Vegetativo del Cultivo de la Mora	18
4.1.2 Etapas de Desarrollo del Fruto	19
4.1.3 Clasificación de la Mora Según su Calidad	20
4.2 Comercialización de la Mora en Santander	30
5. Análisis de la Situación Actual de la Mora en el Departamento de Santander	33
6. Dinámica Mundial de la Importación de la Mora	36
7. Dinámica Mundial de la Exportación de la Mora	41
8. Determinar las Exigencias del Mercado Internacional para la Mora y sus Subproductos	46
8.1 Exigencias del Mercado Internacional para la Mora	46
9. Requerimientos de Acceso de la Mora a Mercados Potenciales- Unión Europea y Estados Unidos	51

9.1 Accesibilidad al Mercado Europeo	51
9.2 Accesibilidad Al Mercado Estadounidense	59
10. Importaciones y Exportaciones Colombianas de la Mora	62
10.1 Exportaciones Colombianas	62
10.2 Importaciones Colombianas	67
11. Análisis del Mercado Específico	73
12. Diseño del Plan de Negocios para el Mercado de Estados Unidos (Mercado Seleccionado)	86
13. Conclusiones y Recomendaciones	115
13.1 Conclusiones	115
13.2 Recomendaciones	116
Referencias Bibliográficas	118

### Lista de Tablas

	pág.
Tabla 1. Etapas de Desarrollo de la Mora de Castilla	19
Tabla 2. Clasificación de la mora según la calidad	21
Tabla 3. Relación de años Área, producción y rendimiento de la mora en Colombia	24
Tabla 4. Área y producción por departamentos entre los años 2007 – 2012	27
Tabla 5. Área y producción rendimiento por departamentos entre los años 2011 – 2012	28
Tabla 6. Proyección de crecimiento para Colombia durante los próximos años	29
Tabla 7. Aporte actual de los principales Municipios del Departamento Santander	29
Tabla 8. Climas a lo largo del año en los principales departamentos del país	30
Tabla 9. Lista de los importadores del Producto. Código arancelario 081020	36
Tabla 10. Lista de los importadores para el producto 081120	38
Tabla 11. Lista de los importadores para el producto 08.12.90	39
Tabla 12. Lista de los exportadores para el producto 081020	41
Tabla 13. Lista de los exportadores para el producto 081120	43
Tabla 14. Lista de los exportadores para el producto 08.12.90	44
Tabla 15. Listado de países a los que Colombia exporto mora Cód. Arancelario: 081020	63
Tabla 16. Listado de países a los que Colombia exporto mora Cód. Arancelario: 081120	64
Tabla 17. Lista de empresas importadoras en Estados Unidos	65
Tabla 18. Lista de empresas importadoras en España	65
Tabla 19. Listado de países a los que Colombia exporto mora Cód. Arancelario: Cód. Arancelario: 081290	66
Tabla 20. Listado de países a los que Colombia exporto mora Cód. Arancelario: 081120	68
Tabla 21. Lista de empresas exportadoras en Chile	68
Tabla 22. Lista de empresas exportadoras en Estados Unidos de América	69
Tabla 23. Países a los que Colombia exporto Cód. Arancelario: 081120	70

Tabla 24. Balanza comercial entre 2009 – 2013. Cód. Arancelario 081020	70
Tabla 25. Balanza comercial entre 2009 – 2013. Cód. Arancelario 081120	71
Tabla 26. Balanza comercial entre 2009 – 2013. Cód. Arancelario 081290	72
Tabla 27. Rango de edades	78
Tabla 28. Descripción del producto o servicio: Ficha Técnica pulpa de mora	87
Tabla 29. Proyección de crecimiento para Colombia durante los próximos años	96
Tabla 30. Aporte actual de los principales Municipios del Departamento Santander	96
Tabla 31. Empresas importadoras en EEUU	100
Tabla 32. Empresas exportadoras con la partida arancelaria 08.90.12.00	101
Tabla 33. Empresas exportadoras en México con la partida arancelaria 08.90.12.00	102
Tabla 34. Empresas exportadoras en Chile con la partida arancelaria 08.90.12.00	103
Tabla 35. Aspectos de Logistics Performance Index	104
Tabla 36. Tipos de contenedores, transporte aéreo	105
Tabla 37. Aerolíneas que prestan servicio en EEUU	107
Tabla 38. Aerolíneas Bogotá – New York	108
Tabla 39. Aerolíneas Bogotá – Miami	109
Tabla 40. Aerolíneas Bogotá – Houston	110
Tabla 41. Aerolíneas Bogotá – Atlanta	111
Tabla 42. Tipos de categoría, características y tolerancia de la mora	112
Tabla 43. Características del empaque de la mora	112

## Lista de Figuras

	pág.
Figura 1. Área, producción, rendimientos de la mora en Colombia a 2012	24
Figura 2. Área, producción, y rendimientos de la mora por departamentos en 2012. (Cosechada)	25
Figura 3. Área, producción de la mora en Colombia por departamentos 2012 (Sembrada)	26
Figura 4. Producción de Mora en Colombia por Departamentos en el año 2012	27
Figura 5. Canales de comercialización de la mora	31
Figura 6. Principales países importadores de la partida arancelaria 081020	37
Figura 7. Principales países importadores de mora congelada	38
Figura 8. Principales países importadores de frutas y otros frutos	39
Figura 9. Países exportadores de mora fresca	42
Figura 10. Países exportadores de mora congelada	43
Figura 11. Países exportadores de frutos conservados provisionalmente	44
Figura 12. Exportaciones colombianas de mora Cód. Arancelario: 081020	62
Figura 13. Exportaciones colombianas de mora congelada Cód. Arancelario 08.11.20	63
Figura 14. Exportaciones colombianas Cód. Arancelario: 081290	66
Figura 15. Importaciones colombianas Cód. Arancelario: 081120	67
Figura 16. Importaciones colombianas Partida Arancelaria 08.12.90.00	69
Figura 17. Población de EEUU	77
Figura 18. Tasa de crecimiento	77
Figura 19. Distribución por edad	78
Figura 20. Tasa de mortalidad (muertes/100.000 habitantes)	79
Figura 21. Tasa de Mortalidad Infantil	79
Figura 22. PIB de Estados Unidos	80
Figura 23. Crecimiento del PIB	81
Figura 24. PIB per cápita	81
Figura 25. PIB por sectores	82

Figura 26. Tasa de inflación	82
Figura 27. Exportaciones de EEUU	83
Figura 28. Importaciones de EEUU.	84
Figura 29. Estados potenciales para exportar la fruta en EEUU	93
Figura 30. Conexión de Aeropuertos en EEUU	106

## **1. Dinámica de la Internacionalización de la Mora en Santander para su Exportación a Mercados Potenciales**

### **1.1 Problema**

La producción de mora en Colombia es jalonada principalmente por los departamentos de Huila, Santander, Cundinamarca y Antioquia, que gracias a su posición geográfica y mano de obra logran aportar a este sector el 73% de su oferta, evidenciando en mayor proporción un consumo masivo nacional y poca internacionalización de la fruta, consiguiendo con esto un desajuste en la balanza comercial y notando algunas falencias que ya por más de varios años están presentes en los productores regionales.

Santander un departamento con claras oportunidades de producción de mora cuenta principalmente con el municipio de Piedecuesta donde gracias a su ubicación en la cordillera oriental presenta ventajas absolutas frente a los diferentes municipios del departamento, logrando así generar empleos formales e informales que impulsan al desarrollo de su región.

La producción de mora es un cultivo que da cosechas durante los 12 meses del año, por consiguiente es continua tanto en sus grandes producciones como en sus famosas pérdidas postcosechas que alcanzan el 30% de su producción nacional y junto a este fenómeno se encuentran también la baja tecnificación de sus cultivos, el bajo excedente de producción con destino a mercados internacionales, desconocimiento por parte de los productores en los procesos de comercialización y rutas de internacionalización, y principalmente la dependencia en su relación comercial junto con el alto nivel de intermediación existente.

En Colombia, según Economic Research Service (Principal fuente de información económica y de investigación del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, y el principal organismo del Sistema Estadístico Federal de Estados Unidos), el 55% se su producción se ofrece en fresco en supermercados y plazas, el 10% se vende a la agroindustria para preparación de jugos, pulpas, mermeladas, confites y colorantes, y una mínima porción se exporta procesada o Congelada.

Por otra parte es importante tener en cuenta que la mora es una fruta que durante su cosecha y comercialización resulta altamente rentable, aunque su producción tiende a ser subestimada por los mismo agricultores quienes no poseen conocimientos claros y suficientes acerca de la dinámica nacional de este producto que en un plano internacional multiplicaría su oferta considerablemente, pero que adicional a este factor determinante, también existe el temor de incursionar en nuevos eslabones de la cadena de comercialización en la cual ni se conoce ni se ha intentado pertenecer, y es así como los intermediarios se quedan con mayores ingresos que los mismos agricultores.

En conversación con algunos agricultores notamos que sus preocupaciones como en cualquier caso es al famoso fracaso, pues son conscientes de que sin estudios previos y conocimiento de esta dinámica el porcentaje de error aumenta notoriamente frente a empresarios que son prácticamente dueños de las cadenas de internacionalización.

Por otra parte y para concluir, es necesario tener en cuenta que existen empresarios que como han sido exitosos durante tantos años y de hecho aún lo siguen siendo, consideran no viable mirar otros mercados ajenos a su mercado natural, pues el solo término internacionalización logra causar en ellos un paralelo entre “o ganan o pierden”, es así como evitan ingresar a un nuevo mercado, dejando grandes oportunidades sin explorar.

## **1.2 Justificación**

Los tratados de libre comercio recientemente firmados por Colombia con diferentes países han impulsado la competitividad en los diversos sectores de la economía nacional, así mismo representa grandes desafíos para los productores agrícolas que ha venido incursionando en la búsqueda de información útil y práctica, para facilitar sus procesos productivos y comerciales, lo anterior con el fin de ingresar y acceder a mercados internacionales a través de la exportación de productos agrícolas, de manera particular en países como Estados Unidos, en los cuales se ha identificado un alto potencial de oportunidades de negocios para el sector agropecuario.

Este proyecto muestra la problemática del sector durante los últimos años y genera la dinámica de internacionalización de la mora, revisando uno a uno los eslabones de la cadena de internacionalización y su mejor aprovechamiento, consiguiendo con esto el

análisis oportuno en cada uno de los roles que intervienen en el proceso, llámense empresarios, agricultores o gobierno.

Dirigimos este análisis para Pymes, Agricultores, entidades gubernamentales y personas con espíritu emprendedor que deseen involucrarse en el sector y llevar esfuerzos productivos al exterior, con el ánimo de generar ventajas competitivas en el medio; y adicional esperamos que los resultados y análisis sean aplicados a planes de mejoramiento continuo que aporten de manera directa, dando solución a las problemáticas existente y con esto un acompañamiento a cada uno de los roles que intervienen en la dinámica de internacionalización de la mora.

### **1.3 Objetivos**

**1.3.1 Objetivo General.** Evaluar las potencialidades de mora en Santander para proyectarla a mercados externos dentro de la dinámica internacional.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

1. Identificar las características de la producción de mora y su comercialización en el departamento de Santander.

2. Determinar las exigencias del mercado internacional para la mora y sus subproductos.

3. Identificar los requisitos existentes para el ingreso de la mora y sus subproductos a mercados potenciales.

4. Determinar características de comercio internacional de la mora y sus subproductos, diseñando un plan de negocios para el mercado objetivo.

## **2. Marco Teórico, Referencial, Breve Estado del Arte**

### **2.1 Marco Referencial**

En el proceso de recolección de información de la presente temática se realizó una revisión de las publicaciones en artículos, libros y páginas de internet con el fin de establecer bases teóricas y orientar el desarrollo del proyecto de investigación.

La mora es un producto rentable y fácil de cultivar, pero el desconocimiento en ocasiones por parte de los agricultores sobre las ventajas y la demanda que posee el fruto en sus diferentes presentaciones en los mercados extranjeros limita su proyección. Un fruto de excelente calidad se conoce desde sus condiciones edafoclimáticas, es por ello que “el mejor desarrollo de la planta está entre los 1800 y 2400 metros de altura sobre el nivel del mar; el cultivo se desarrolla mejor con una humedad ambiental entre 70 y 80 por ciento; y el mejor desempeño del cultivo se logra con temperaturas entre los 11 y 18 grados centígrados” (Franco G. y C. Giraldo. 1998. El cultivo de la mora. Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria, CORPOICA) la zona rural del municipio de Piedecuesta cumple con las óptimas condiciones para la producción de la planta ya que tiene una altura que oscila entre los 2000 y 2200 metros sobre el nivel del mar, una temperatura promedio de 15 C° y una humedad relativa del 80%. De esta forma se reafirma el gran potencial que tiene el fruto que se produce en esta zona tanto para abastecer el mercado local, (que puede tornarse saturado y competitivo al limitar su oferta) como a nivel nacional e internacional. En cuanto al cultivo de mora, la variedad sembrada es la de Castilla, y el municipio de Piedecuesta es el de mayor área sembrada, con más del 60% de las plantaciones, seguido de Charta, Santa Bárbara y Matanza. (Desarrollo de la Fruticultura en Santander, Asociación Hortofrutícola de Colombia – Asohofrucol).

El comportamiento de la producción de mora ha incrementado en Colombia, considerándose así como una fruta de grandes oportunidades de cultivo en el país, tanto para abastecimiento del mercado interno como externos. Según el Plan Frutícola Nacional - PFN (2006-2026)-, se proyecta para Colombia un incremento del 94,1% en el área cultivada para el año 2026, pasando así de 10.743 ha en el 2008, a 20.631, lo que generaría aproximadamente un estimado 6917 empleos directos. Pero estas proyecciones se deben

visualizar desde una perspectiva internacional ya que la mora es un producto con perfil exportador en sus diferentes formas como fruta congelada, fresca o en pulpa toda vez que los productores puedan superar uno de los mayores problemas a los que se enfrentan: el transporte, ya que por su alta perecibilidad, el fruto requiere de especiales cuidados en cosecha y transporte hasta el consumidor final. Y mantener las condiciones propias del producto es un reto cuando se habla de mantener la cadena de valor en negocios internacionales que implica generar confianza y comunicación entre todas las partes que intervienen logrando resultados recíprocamente favorables. Siendo así la cadena de valor es “Es una red estratégica de organizaciones/empresas independientes - productores, procesadores, distribuidor mayorista y minorista – quienes reconocen la necesidad mutua de trabajar juntos para identificar objetivos estratégicos, están dispuesto a compartir los riesgos y los beneficios que esto conlleva, e invertir tiempo, energía y recursos para realizar el trabajo articulado” (Amanor - Boadu, 1999).

## **2.2 Marco Teórico**

La presente investigación toma como referencia la teoría sobre la competitividad planteada por Michel Porter en su libro *The Competitive Advantage of Nations*, Michel Porter (1990) y el enfoque Gradualista que se desarrolla partir de dos artículos centrales de Johanson y Wiedersheim (1975) y Johanson y Vahlne (1977), para ser completada con otros dos de Johanson y Vahlne (1990) y Vahlne y Nordström (1993).

La teoría de sobre la competitividad planteada por Michel Porter es un modelo que plantea la existencia de cuatro factores que determinan la ventaja competitiva de una nación; razón por la cual se analiza la combinación de estos factores, que se complementan unos a otros y sirve para tomar decisiones fundadas sobre el porqué, cómo y dónde internacionalizar las operaciones de las empresas o un sector de la economía.

A continuación, se presenta una descripción de los factores que Porter considera como fuentes de ventaja competitiva y que constituyen las componentes de su diamante:

1. Dotación de Factores: hace referencia a los recursos naturales, la demografía, la ubicación y el clima. Como también están la mano de obra calificada, comunicaciones y recursos para investigación y tecnología.

2. Condiciones de demanda: La existencia de una demanda nacional exigente, incentiva la ocurrencia de la ventaja competitiva nacional.
3. Industrias conexas y de apoyo: Las empresas que sobresalen internacionalmente tienden a agruparse con industrias conexas, lo que permite obtener así ventajas competitivas.
4. Estrategia, estructura y rivalidad de las firmas: La existencia de una fuerte rivalidad nacional, permite que las compañías sean más eficientes e innovadoras y desarrolla su capacidad para perfeccionar los factores que dieron la ventaja inicial, así como sus estrategias.

El enfoque gradualista como la plataforma teórica en la internacionalización del producto sujeto a estudio, por tanto se escoge el modelo de Uppsala que conceptúa el dinamismo y continuo compromiso internacional que le permite a las empresas lograr acumular conocimientos, experiencias e información internacional que comprometa cada vez más una mayor cantidad de recursos, alcanzando paulatinamente mayores niveles de internacionalización. Es así que “La escuela de Uppsala postula que la internacionalización empresarial se producirá, en sus primeras etapas, a través de la exportación a países cercanos, los cuales presentan relativamente un menor grado de diferenciación cultural o una menor “distancia psicológica”. Para Johanson y Vahlne, 1977 “el proceso de internacionalización transcurre en cuatro etapas, que se repetirán en los diferentes países a los que se dirija una empresa: exportaciones irregulares, exportaciones por vía de un agente independiente, establecimiento de filiales comerciales y, por último, el establecimiento de filiales de producción” por tanto a medida que la empresa va acumulando experiencia en su actividad, trascenderá poco a poco a mercados hasta ahora distantes logrando establecer en el exterior tal como lo menciona el autor filiales no sólo comerciales, sino incluso productivas.

El modelo no pretende exponer las razones por la cuales una empresa inicia su proceso exportador, ya que es la misma organización quien determina las fortalezas que posee sobre los distintos elementos que hacen parte de la dinámica exportadora; “los puntos fundamentales en los que se centra la teoría son la *distancia psicológica*, definida como el conjunto de factores que impiden o alteran los flujos de información entre la empresa y el

mercado. Ejemplos de aquéllos son las diferencias en el lenguaje, la cultura, los sistemas políticos, el nivel de capital humano, el nivel de desarrollo industrial o, incluso, las prácticas empresariales; la distancia geográfica, que contempla entre sus apartes el tamaño del mercado y el destino, posee una relevancia apreciable” (Vahlne y Nordström, 1993)

Con el fin de lograr el éxito en el planteamiento gradualista es necesario que “La adquisición de nuevos conocimientos en el proceso de la internacionalización paulatina de una empresa o sector pueda desarrollar las capacidades suficientes para adaptarse a las exigencias del crecimiento y la diversificación de mercados” (Martín, Rastrollo y González, 2009), “siendo necesario que las empresas desarrollen dos tipos de conocimiento: el *general* sobre los mecanismos de comercio internacional y los *específicos* sobre los países donde se va a operar” (Johanson y Vahlne, 1990; Jiménez, 2007).

De esta forma se busca trabajar de manera conjunta, con los productores, asociaciones, federaciones, alcaldía y academia con el fin de estructurar la dinámica de internacionalización de la mora en Santander proporcionando una ventaja competitiva y la oportunidad de mantener esa ventaja respondiendo a las necesidades del mercado.

### **2.3 Estado del Arte**

A continuación se mencionan algunos estudios realizados sobre el proceso productivo, comercialización y exportación de mora en diferentes presentaciones a mercados internacionales.

Tomado como referencia del documento: Desarrollo de la Fruticultura en Santander. Bucaramanga, noviembre de 2006. El departamento de Santander tiene una gran variedad de oferta frutícola ya que cuenta los municipios se encuentran ubicados en diferentes alturas, que lo hacen más atractivo, en la producción de frutas. Presenta alturas que van desde los 721 metros sobre el nivel del mar, hasta el más elevado con 2.170 m.s.n.m.

En Colombia, aproximadamente el 55% de la producción se ofrece como fruta fresca en supermercados y plazas de mercado para el consumo de los hogares quienes lo utilizan para preparar bebidas y dulces, mientras que cerca del 10% se vende a la agroindustria para la preparación de jugos, pulpas, mermeladas, conservas, confites y colorantes. Una mínima proporción de la producción se exporta procesada o congelada en

razón a la alta perecibilidad que presenta la fruta en fresco, además de las altas pérdidas post cosecha. Según el estudio realizado acerca de la Situación Actual y Perspectivas del Mercado de la Mora, ERS (ECONOMIC RESEARCH SERVICE- ERS\*) MIDAS CROPS.

**Las formas de Comercialización en el exterior.** En Europa y Estados Unidos las compras de mora las realizan los mercados mayoristas especializados de grandes cadenas de supermercados, las cuales poseen sus propias agencias de importación. Se identifican cuatro niveles en el canal de comercialización:

1. En la primera instancia están los importadores o brokers, que reciben el producto en los puertos y lo distribuyen a los minoristas y a cadenas de supermercados. A estos agentes les siguen:

2. Los procesadores de primer nivel, que reciben la fruta procesada (pulpa o concentrado) y los insumos requeridos en otros procesos.

3. En tercer lugar están los procesadores de segundo nivel que se encargan de la elaboración de otros productos que requieren la mora procesada como materia prima (yogurt, helados, bebidas, salsas) y finalmente, los distribuidores, que entregan la mora fresca o procesada a cadenas especializadas, detallistas y otros.

**Aspectos a tener en cuenta en el planteamiento de la exportación de Moras hacia Japón.** La mora es un producto de especialidad y el mercado Japonés demanda un producto con características particulares que las grandes empresas difícilmente pueden cumplir. Los precios de retorno del mercado Japonés, aún con los volúmenes menores (comparado con otros mercados) que demanda, representa una oportunidad comercial viable para una empresa mediana, con la colaboración de productores que den un manejo técnico especial a sus huertos para este mercado. La creación de una empresa que atienda las necesidades de este mercado es aún una necesidad, pues la demanda a nivel mundial de moras mexicanas es mayor a la oferta, por lo que las exportadoras han optado por buscar mercados de mayores volúmenes y no se han dado aún las condiciones para explotar este mercado. Elaborado por: Blanca Esthela García Guerra, Octavio García Escalera y Alejandro Gastelum Ramírez.

### **3. Aspectos Metodológicos**

Esta Investigación se lleva a cabo teniendo en cuenta una serie de fases que permitirán un desarrollo lógico y real ajustado al sector, evidenciando en su secuencia una fase exploratoria donde se va a identificar los principales mercados potenciales, posicionamiento del producto en el exterior y así su dinámica en el entorno actual; y se lograra impactar en el medio profundizando en la fase descriptiva donde se van a analizar las características de comercialización, exigencias del mercado y requisitos en el momento de ingreso del producto al mercado internacional.

Para el proyecto en gestión van a hacer utilizadas algunas herramientas que permitirán profundizar y manejar información confiable de las siguientes bases de datos como: Agronet, trademap, asohofrucol, minagricultura, entre otros.

El diseño del proyecto es eminentemente documental, su técnica corresponde a un análisis estratégico, y su estudio es cuantitativo; algunas de las gráficas citadas en nuestro trabajo de grado son realizadas por nosotros como estudiantes de negocios internacionales.

Finalmente cabe señalar que esta información se integra de manera conjunta gracias a los soportes e investigaciones adelantadas en las bases anteriormente mencionadas y a la experiencia de los integrantes de cada uno de los procesos que involucran al sector.

## **4. Identificar las Características de la Producción de Mora y su Comercialización en el Departamento de Santander**

### **4.1 Características de la Producción de la Mora**

La mora es originaria de los Andes tropicales, pertenece a la familia de las rosáceas, crece casi silvestre en América tropical, es la mejor entre las Moras y las Zarzamoras Silvestres comprendidas dentro de las 3.000 especies del género Rubús, es un arbusto que alcanza varios metros de altura, el tronco está dividido en varias ramas de un color cenizo, son alargadas pero ramificadas y contienen numerosas espinas; las hojas son compuestas con pecíolo largo, los frutos son ovalados, ácidos y de buen sabor, de color negro y rojo al madurar, la flor es de color blanco y rosado. Son plantas de porte arbustivo y semirrecto, con tallos o turiones bianuales y parte subterránea perenne, emite constantemente brotes basales primarios que pueden alcanzar 3 ó 4 metros de longitud, que a su vez pueden ramificarse, las hojas tienen tres folíolos, dos basales casi opuestos y uno terminal, la forma de los folíolos varía mucho de oval a elíptica, los bordes son finamente aserrados y el pecíolo en el lado inferior de la hoja tiene espinas curvas y agudas, estas flores brotan en racimos terminales; el periantio se compone de cáliz de cinco sépalos agudos y persistentes, y la corona de unos 2 centímetros de diámetro con cinco pétalos blancos o rosados, este está inserto en un receptáculo o hipantío, de cuya base en forma de disco salen muchos estambres que se prolongan hacia arriba en un cuerpo cónico en el que están insertados numerosos carpelos.

Los frutos miden de dos a tres centímetros y su perfil varía de oval a helítico, se integran en los ápices de los tallos, definiendo su tamaño y forma de maduración debido a su posición en la inflorescencia. Las plantas son de continua fructificación, requiriéndose de dos recolecciones semanales durante todo el año.

**4.1.1 Ciclo Vegetativo del Cultivo de la Mora.** En el desarrollo vegetativo de la mora se pueden observar tres etapas, que son:

1. **Etapla Reproductiva:** que va desde la selección de la forma de reproducción (por estaca, por puntas u otras) hasta la obtención de la nueva plántula.

2. **Etapas Vegetativa:** se inicia en el momento del trasplante al campo definitivo y dependiendo de las Condiciones agro-climatológicas y del cuidado que se le brinde, concluye con el inicio de la floración, entre 14 y 16 meses luego del trasplante. Se caracteriza por el desarrollo vegetativo de la planta.
3. **Etapas Productiva:** se da desde la floración hasta que el fruto alcanza la madurez fisiológica, es decir hasta el momento propicio para cosechar.

#### 4.1.2 Etapas de Desarrollo del Fruto

**Tabla 1.** *Etapas de Desarrollo de la Mora de Castilla*

<b>ETAPAS DE DESARROLLO DEL FRUTO DE LA MORA DE CASTILLA</b>	
<b>ETAPA</b>	<b>DIAS</b>
Yema floral a boton floral	6
Inicio floracion a apertura flor	23,5
Apertura flor a polinizacion	5
Polinizacion s formacion del fruto	8
Formacion de fruto a cosecha	43,5
<b>Total</b>	<b>83</b>

Fuente: MADR

El proceso que se experimenta durante las etapas del desarrollo del fruto es de tal importancia que en ochenta y tres días se logra determinar su alto contenido nutricional destacando las siguientes características mencionadas “Journal of Medicinal Food” en el 2007:

1. Vitaminas: A, E y C.
2. Minerales: muy ricas en potasio, así mismo contiene calcio, fósforo, hierro, sodio.
3. Más propiedades: agua, proteínas, carbohidratos y fibra, así como un pigmento flavonoide llamado antocianina y pterostilbene que actúa como antioxidante.
4. Ayudan a regular los niveles de colesterol en la sangre, debido a su riqueza en pectina una fibra soluble que beneficia y aporta a su disminución.

5. Son buenas para las encías, esto se debe a sus propiedades únicas en su jugo que ayudan a revertir e inhibir ciertas bacterias bucales responsables de la placa dental y la enfermedad periodontal.
6. Su poder antioxidante reduce las probabilidades de sufrir afecciones cardíacas y en su estado de maduración contienen azúcares naturales necesarios para limpiar el organismo.
7. Contribuye al mejoramiento de problemas circulatorios por su vitamina E.
8. Previene el cáncer, estudios realizados indican que la mora tiene propiedades anticancerígenas. Investigadores de la Universidad de Kentucky descubrieron que el extracto de mora inhibía el crecimiento de ciertos tipos de células tumorales.

#### **4.1.3 Clasificación de la Mora Según su Calidad**

1. Calidad extra: es el grado más alto y requiere que el producto tenga características de variedad similares y un color típico rojo vino tinto o morado oscuro, uniforme prácticamente sin defectos; que posea un buen carácter ,sabor y olores normales.
2. Calidad primera: debe tener características que posean un buen color uniforme, estar razonablemente libre de defectos, poseer un carácter razonablemente bueno y tener un sabor y olor normales.
3. Calidad segunda: es el de las bayas que no cumplen con los requisitos de las anteriores clasificaciones.

**Tabla 2.** *Clasificación de la mora según la calidad*

CLASIFICACION	% MUESTRA	MEDIDAS	COLOR	% DAÑO FISICO	% DAÑO POR HONGOS	% DAÑO POR INSECTOS
CALIDAD EXTRA	90	1.5 cm. de diámetro en la parte más ancha y 2.5 cm. de longitud	La muestra debe tener un mínimo de 60 % de la superficie de color morado oscuro	0	0	Máximo 2 %
CALIDAD PRIMERA	90	1.5 cm. De diámetro en la parte más ancha y 2.0 cm. de longitud	La muestra debe tener a lo mucho el 60 % de la superficie de color morado oscuro	Se permite un máximo del 10 % en daño físico por magullamiento, roce o cortaduras.	Máximo 2 %	Cuando el producto tiene algo más del 2 % visible
CALIDAD SEGUNDA	11	inferiores a 1 cm. De diámetro en la parte más ancha y 2 cm. de longitud	Cuando más del 20 % de la muestra tiene una superficie con menos del 60 % de color morado oscuro	Cuando el producto tiene más del 10 % en daño físico por magullamiento, roce o cortaduras	Si el producto tiene más del 2 % de daño visible	Cuando el producto tiene algo más del 2 % visible

Fuente: MADR

Para lograr óptimos resultados en la producción de la mora en Santander es necesario cumplir con algunas condiciones propias del medio ambiente, y entre estas mantener una humedad relativa entre el 70% y el 80%, temperaturas permanentes que oscilen entre los 11° y 18° centígrados, a esto le sumamos la necesidad de sembrar en suelos francos (elevada producción agrícola) y ricos en materia orgánica, para finalmente ofrecer un cultivo en excelentes condiciones con características propias de su especie tales como: Tallos de 1 a 5 cm de diámetro, hojas trifoliadas con bordes aserrados, frutos entre 3 a 5 gramos de peso y con colores propios de la vegetación que dependen de su proceso productivo.

En esencia las características de la producción de la mora corresponden a las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) Certificadas por el Instituto Colombiano Agropecuario, entidad encargada de liderar técnicas que busquen mejorar los métodos de producción agrícola, reduciendo el impacto sobre el medio ambiente y la salud humana, con el fin último de producir alimentos seguros e inocuos, caracterizando la producción por obtener alimentos sanos, protección del medio ambiente, uso racional de recursos, control de producción y aún más importante el bienestar de la comunidad.

Es importante tener en cuenta que la mora es un cultivo permanente que produce durante todo el año (sus frutos están dados entre los primeros ocho o nueve meses después de la siembra y se incrementa paulatinamente hasta estabilizarse alrededor del decimosexto

mes), las épocas de cosecha están determinadas por el régimen de lluvias de las diferentes zonas productoras, por tal motivo la producción presenta un comportamiento estacional con picos durante los meses de marzo a mayo y de octubre a diciembre en la mayoría de los departamentos productores, con excepción del departamento de Caldas en donde las condiciones climáticas y la tecnificación de la mayor parte de los cultivos permiten mantener una oferta durante todo el año.

La producción de mora en cada uno de los departamentos productivos de Colombia, varía por su posición geográfica, que incluso generan ventajas comparativas entre ellas, logrando algunas generalidades para esta fruta tales como: **ciclo del cultivo, épocas de cosecha y rendimientos esperados.**

**Ciclo del cultivo:** La mora presenta tres etapas de desarrollo. La primera, en la que se obtienen las nuevas plantas ya sea en forma sexual o asexual. Una segunda o de formación y desarrollo vegetativo, donde se conforma la planta y una tercera etapa, la productiva que se inicia a los ocho meses después del trasplante y se mantiene constante durante varios años. De acuerdo con el método de propagación utilizado, la obtención de una nueva planta, puede tomar de 10 hasta 30 días, desde el momento en que se realiza la propagación asexual. Posteriormente se inicia la etapa de vivero que puede tardar entre cuarenta y cinco y sesenta días para el trasplante de las plantas a sitio definitivo. Contando desde el momento del trasplante, a los ocho meses se inicia la producción, la cual se va incrementando hasta estabilizarse en el mes dieciocho presentando uno o dos picos bien marcados de cosecha dependiendo de los periodos de lluvia en cada zona; se estima una vida útil de 12 a 15 años dependiendo del manejo que tenga el fruto. En Cundinamarca y Antioquia existen cultivos que tienen entre 15 y 20 años de edad, pero el rendimiento reportado es inferior a los registrados en los cultivos más jóvenes.

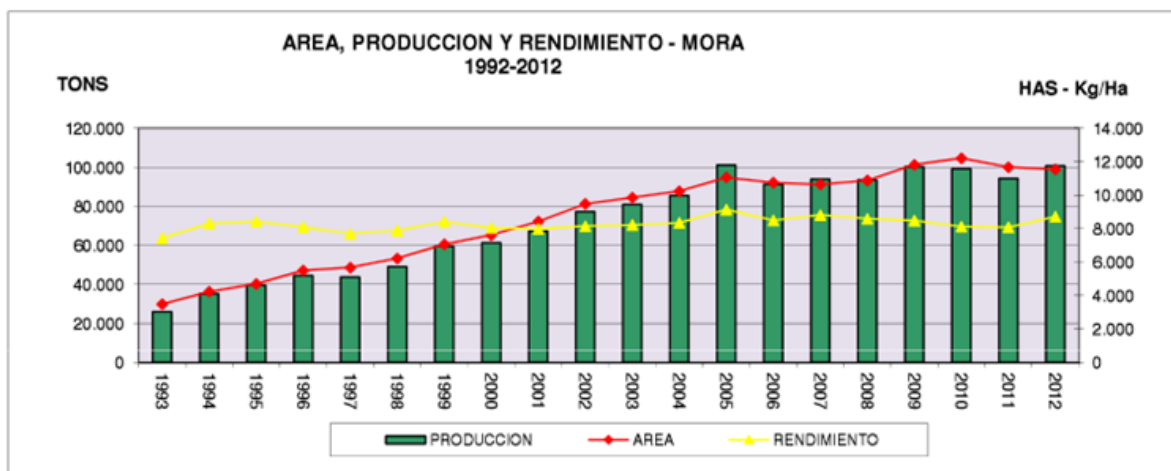
**Épocas de cosecha:** La mora es una planta de fructificación continua, que está determinada por el régimen de lluvias de las diferentes zonas productoras en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Valle del Cauca, Caldas, Antioquia, Tolima, Cauca, Santander, Quindío y Risaralda. De acuerdo con la información recopilada y analizada por Acoabastos, el comportamiento del abastecimiento de percederos en los

mercados mayoristas de Colombia, se puede observar una mayor oferta de fruta en los meses de marzo, abril y mayo. En junio julio agosto y septiembre se presenta una época de normal abastecimiento en casi todas las centrales. Mientras que en octubre, noviembre, diciembre, enero y febrero se presenta escasez ya que la oferta en esos meses es inferior a los promedios establecidos por cada una de los mercados para cada año.

**Rendimientos Esperados:** Los rendimientos por hectárea bajo las condiciones de producción en Colombia varían ampliamente de seis a dieciséis toneladas, para un promedio nacional de 11 toneladas por hectárea, de acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Por otro lado se han reportado rendimientos de 30 Ton/Ha en cultivos altamente tecnificados. Si se establecen 2500 plantas por hectárea, de los 18 meses en adelante y según los cuidados que se le proporcionen al cultivo, se pueden alcanzar producciones de 14 a 16 toneladas por hectárea en un año productivo.

A continuación podemos analizar la producción, Área y rendimientos de la mora en Colombia y en especial en el departamento de Santander según Agronet (Secretaria de la cadena de la Mora en Santander) Ultima Base Actualizada (2013)

**Área, producción y rendimientos de la mora en Colombia en el año 2012.** El comportamiento en Colombia durante los últimos años ha mostrado unas variaciones significativas e importantes, en cuanto se refiere a la relación directa entre área, producción y rendimiento de la mora.



**Figura 1. Área, producción, rendimientos de la mora en Colombia a 2012**

Fuente AGRONET- Base Evaluaciones agrícolas Municipales- Secretaria de la Cadena.

**Tabla 3. Relación de años Área, producción y rendimiento de la mora en Colombia**

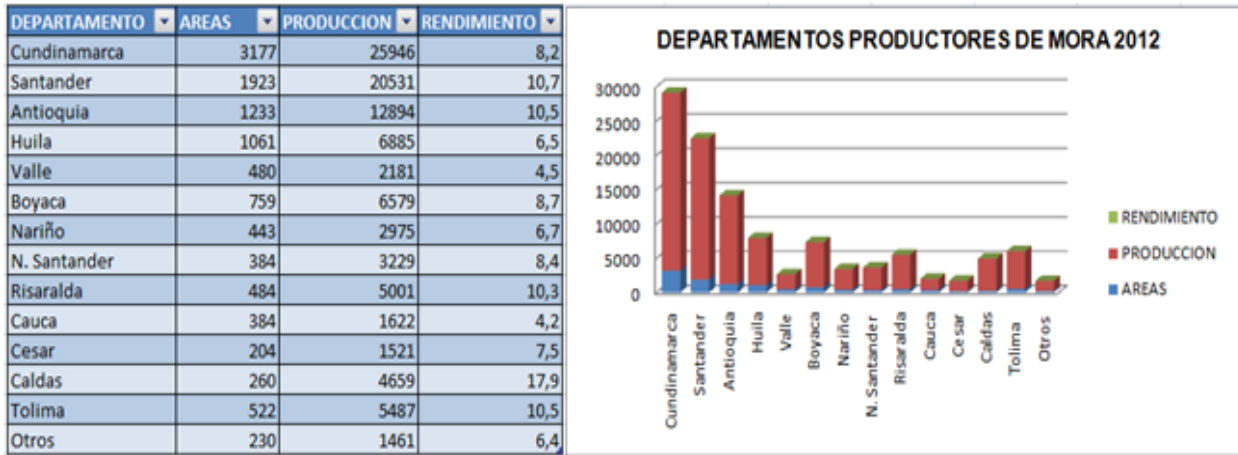
Variable	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Area	8425	9475	9852	10237	11059	10748	10648	10878	11821	12204	11673	11544
Prod. (Ton)	67269	77199	80967	85479	101074	91317	93831	93438	100199	99183	94303	100971
Rend. Prom.	7,98	8,15	8,22	8,35	9,14	8,5	8,81	8,59	8,48	8,13	8,08	8,75

Fuente AGRONET- Base Evaluaciones agrícolas Municipales- Secretaria de la Cadena.

Durante los años comprendidos entre el 2001 y 2005 se evidencia un crecimiento constante promedio del 6%, dicho comportamiento muestra una dinámica positiva y alentadora para el sector; para el 2006 la variación cambia y la secuencia tiende a ser estable por los cinco años siguientes. En el 2012 se logra ver una disminución del área, pero un aumento en la producción, muestra de la optimización de los recursos y de los esfuerzos realizados por el ministerio de agricultura y desarrollo rural. Se estima que existe alrededor de 12.458 Ha en el 2013 de acuerdo a los programas de fomento como Alianzas productivas y otros, encaminados por la secretaria de la cadena de la mora (MADR).

**Área, producción y rendimientos de la mora por departamentos 2012 (cosechada).** Colombia concentra su mayor producción y área en los departamentos de

Cundinamarca, Santander y Antioquia. Importante resaltar que los rendimientos mas altos los obtiene el departamento de caldas con el 17.9 Ton/Ha.



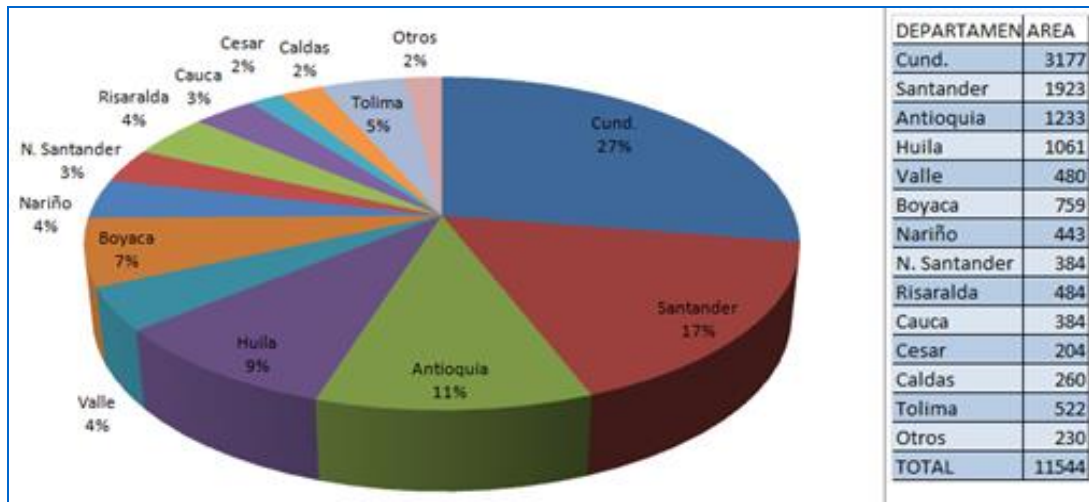
**Figura 2. Área, producción, y rendimientos de la mora por departamentos en 2012. Cosechada)**

Fuente AGRONET- Base Evaluaciones agrícolas Municipales- Secretaria de la Cadena.

Cundinamarca, Santander y Antioquia son los departamentos mejor posicionados en área y producción, sin embargo, junto con el eje cafetero y Norte de Santander presentan los mejores rendimientos. El periodo invernal (Junio-Julio) ocasiono que las producciones y rendimientos de la mora en todo el territorio nacional hayan disminuido.

Es relevante observar que existen departamentos con un área extensa pero con rendimientos poco significativos como es el caso de Cundinamarca. Como resultado del análisis encontramos que el eje cafetero constituye uno de los departamentos con mayores rendimientos, debido a que existe una mejor administración de los recursos.

**Area de produccion de la mora en Colombia por departamentos 2012 (Sembrada).** Colombia con un total de 11.544 Has sembradas al 2012, concentra sus posibilidades de crecimiento en los departamentos de Cundinamarca, Santander, Antioquia y el Huila, apostandole a los Planes Regionales agrícolas.

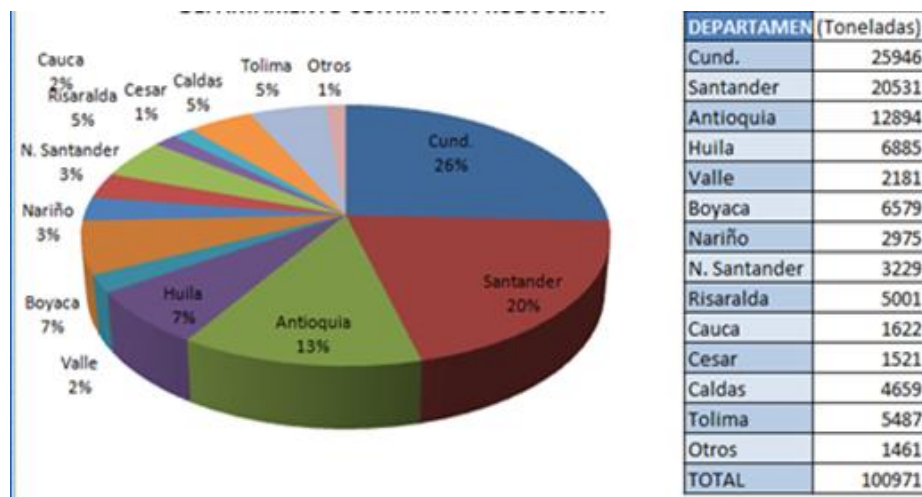


**Figura 3. Área, producción de la mora en Colombia por departamentos 2012 (Sembrada)**

Fuente AGRONET- Base Evaluaciones agrícolas Municipales- Secretaria de la Cadena.

Según la distribución porcentual se destacan, los departamentos de Cundinamarca con el 27%, Santander con el 17% y Antioquia con el 11%, observando que entre estos tres departamentos obtenemos el 55% del total nacional; y que el restante de los departamentos está en pleno desarrollo y en función de contrarrestar los efectos de la guerra desenfrenada que existe en nuestro país, que ha desterrado a miles de familias de tradición morera; si bien las cifras no son de resaltar, si es alentador el pronóstico emitido por el PFN ( Plan Frutícola Nacional) que busca un incremento del 94.1% en el área cultivada para el año 2026 ( PFN 2006-2026).

**Producción de mora en Colombia por departamentos 2012 (Cosechada).** Colombia en este momento invierte esfuerzos en la creación de asociaciones que aporten e incentiven la producción de mora en cada uno de los departamentos, y es por esto que debemos resaltar la labor realizada por las familias Moreras quienes consiguieron conformar la “Federación de Productores de Mora de Piedecuesta La Castilla” en el año 2013.



**Figura 4. Producción de Mora en Colombia por Departamentos en el año 2012**

Fuente AGRONET- Base Evaluaciones agrícolas Municipales- Secretaria de la Cadena.

Los Departamentos de Cundinamarca con un 26%, Santander 20% y Antioquia 13% se destacan como los departamentos de mayor producción de Mora en el País. La ola Invernal ha afectado las cosechas en todas las zonas productoras de mora del país, ya que para el 2010 se esperaba una producción de 101.276 Ton pero se perdió la cosecha en un 18,81% en el año.

**Tabla 4. Área y producción por departamentos entre los años 2007 – 2012**

Departamentos	2007		2008		2009		2010		2011		2012	
	AREA	PROD	AREA	PROD	AREA	PROD	AREA	PROD	AREA	PROD	AREA	PROD
	Has	Ton	Has	Ton	Has	Ton	Has	Ton	Has	Ton	Has	Ton
CUNDINAMARCA	2.983	30.936	3.226	34.074	3465	34219	3286	26581	3093	22843	3177	25946
SANTANDER	1.333	16.122	1.375	14.099	1355	14289	1636	17378	1713	18374	1923	20531
ANTIOQUIA	1.300	11.622	1.305	11.136	1272	10881	1281	11660	1400	13456	1233	12894
HUILA	994	7.211	1.157	8.493	1347	9517	1276	8526	1057	6787	1061	6885
VALLE	757	4.450	720	3.990	664	3105	701	3350	605	2605	480	2181
BOYACA	473	3.700	463	3.386	718	6460	977	9352	984	9371	759	6579
NARIÑO	455	2.383	452	2356	557	2827	553	2729	587	3026	443	2975
NORTE DE SANTANDER	436	4.109	438	4.120	465	4161	504	4361	395	3306	384	3229
RISARALDA	325	2.424	360	3.333	435	3926	478	4650	461	4510	484	5001
CAUCA	334	1.455	401	1.721	437	1889	449	1911	410	1734	384	1622
CESAR	229	1.511	204	1.495	215	1574	207	1513	127	762	204	1521
CALDAS	246	2.095	194	1.666	285	2980	265	2695	237	2603	260	4659
TOLIMA	404	3.667	142	1.079	385	2857	427	3548	460	4075	522	5487
OTROS	379	2146	441	2490	221	1514	164	929	144	851	230	1.461
<b>TOTAL</b>	<b>10.648</b>	<b>93.831</b>	<b>10.878</b>	<b>93.438</b>	<b>11821</b>	<b>100199</b>	<b>12204</b>	<b>99183</b>	<b>11673</b>	<b>94303</b>	<b>11544</b>	<b>100971</b>

Fuente: Evaluaciones Agropecuarias Municipales EVAS, Secretaria de la Cadena de la MORA MADR.

Analizando la relación directa entre área y producción podemos resaltar el crecimiento constante que ha presentado el departamento de Santander ubicándose como la segunda región con mayor área y producción por debajo de Cundinamarca, y este último mostrando bajas producciones en los dos últimos años según la fuente citada.

**Tabla 5.** Área y producción rendimiento por departamentos entre los años 2011 – 2012

DEPARTAMENTO	2011				2012		
	Área (Has)	Produc. (Tons)	Rendi Ton/Ha	%	Area (Has)	Produc. (Tons)	Rendi Ton/Ha
Cund.	3096	24835	8,02	24,85	3177	25946	8,2
Santander	1756	18876	10,74	14,09	1923	20531	10,7
Antioquia	1408	13072	9,28	11,30	1233	12894	10,5
Huila	1308	9216	7,04	10,50	1061	6885	6,5
Valle	768	4136	5,38	6,16	480	2181	4,5
Boyacá	884	8391	9,49	7,09	759	6579	8,7
Nariño	626	3070	4,9	5,02	443	2975	6,7
N. Santand.	501	4582	9,14	4,02	384	3229	8,4
Risaralda	523	5654	10,8	4,20	484	5001	10,3
Cauca	498	2233	4,48	4,00	384	1622	4,2
Cesar	219	1610	7,35	1,76	204	1521	7,5
Caldas	287	3421	11,91	2,30	260	4659	17,9
Tolima	417	3913	9,38	3,35	522	5487	10,5
Otros	169	900	7,22	1,36	230	1.461	6,4
<b>Total</b>	<b>12.460</b>	<b>103.909</b>	<b>7,22</b>		<b>11.544</b>	<b>100.671</b>	<b>8,7</b>

Fuente: Evaluaciones Agropecuarias Municipales EVAS, Secretaria de la Cadena de la MORA MADR.

Según los rendimientos presentados en cada uno de los departamentos notamos que Santander, Caldas y Antioquia con menor área de producción que otros departamentos, logran obtener mejor rendimiento durante su proceso productivo.

El Ministerio de agricultura y desarrollo rural proyecta un crecimiento para Colombia durante los próximos años así:

**Tabla 6. Proyección de crecimiento para Colombia durante los próximos años**

PROYECCION COLOMBIA- SANTANDER								
Variable	2012	Sant 2012	2013	Samt 2013	2014	Sant 2014	2015	Sant 2015
Area( Ha)	14.130	2.084	14.793	2.182	15.456	2.279	16.119	2377
Prod. (Ton)	118.720	21.554	123.294	22.384	127.868	23.214	132.441	24045

Fuente: MADR

El MADR calcula un crecimiento del 15% Área y 18% Producción para Santander anualmente, adicional muestra el aporte actual de los principales Municipios del Departamento:

**Tabla 7. Aporte actual de los principales Municipios del Departamento Santander**

municipio	codigo	codigomu	nombrec	sector	subgrupo	areasemb	participa	areacosec	participa	produccio	participa	rendimier	participa
Suratá	68	68780	MORA	Agrícola	MORA	120	5,54	105	5,46	420	2,05	4	1,6
Bolívar	68	68101	MORA	Agrícola	MORA	299	13,8	271	14,1	3252	15,84	12	4,8
Charta	68	68169	MORA	Agrícola	MORA	202	9,32	198	10,3	2178	10,61	11	4,4
Guaca	68	68318	MORA	Agrícola	MORA	180	8,31	80	4,16	1360	6,62	17	6,81
Piedecuesta	68	68547	MORA	Agrícola	MORA	610	28,15	600	31,21	7800	37,99	13	5,21
Santa Barbara	68	68705	MORA	Agrícola	MORA	105	4,85	97	5,05	873	4,25	9	3,6

Fuente: MADR

Importante tener en cuenta que las producciones de MORA en el departamento de Santander como en el resto del país dependen de los climas a lo largo del año, como se muestra a continuación:

**Tabla 8.** *Climas a lo largo del año en los principales departamentos del país*

Departamento	Ene.	Feb	Mar.	Abr.	May	Jun	Jul.	Ago	Sep	Oct.	Nov	Dic.
Cundinamarca												
Santander												
Huila												
Antioquia												
Valle												
Tolima												
Risaralda												
Caldas												
	Oferta alta											
	Oferta											

Fuente: Evaluaciones Agropecuarias Municipales EVAS, Secretaria de la Cadena de la MORA MADR.

Por su ubicación Colombia posee climas tropicales que le permiten mantener altos niveles de Oferta durante los meses de enero, febrero, junio, julio, Agosto y diciembre, que están siempre sujetos a cualquier cambio climático.

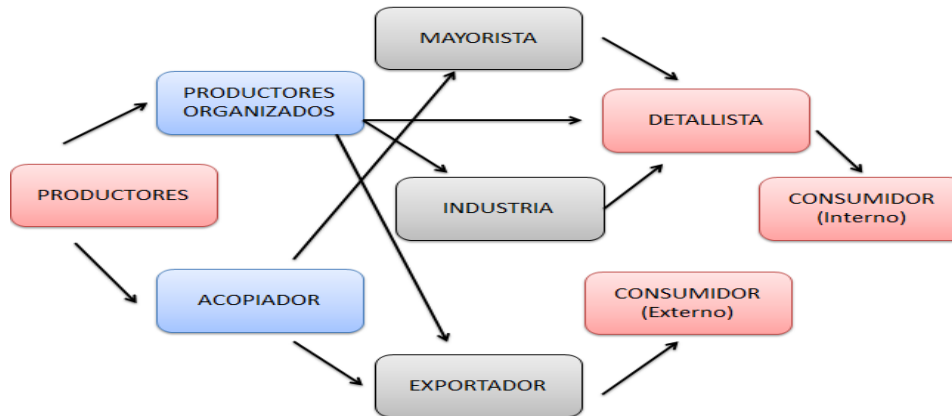
#### 4.2 Comercialización de la Mora en Santander

La tendencia de la comercialización de mora en Colombia y en especial en Santander, se puede enmarcar principalmente en la distribución que corresponde a un consumo de esta fruta preparada o procesada ya que casi no se ingiere directamente como fruta de mesa por su bajo registro de grados Brix que le determina un sabor ácido.

El 55% de esta fruta va directamente a supermercados y plazas de mercados orientadas al consumo de los hogares para preparar bebidas y dulces, mientras que cerca del 10% se vende a la agroindustria para la preparación de jugos, pulpas, mermeladas, conservas, confite y colorantes; Una mínima porción de la producción se exporta procesada o congelada en razón a la alta perecibilidad que presenta la fruta en fresco, además las elevadas pérdidas postcosechas dejan una participación del total cosechado del 30%, otorgando así para el mercado institucional el 5%.

En el departamento de Santander se está trabajando por crear canales de comercialización de la Mora que aporten de manera significativa al sector y esto ha sido posible gracias a los diferentes proyectos generados desde la Secretaria de la cadena de la

MORA con el Ingeniero Carlos Escobar (Secretario Cadena de la MORA) en compañía con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, contemplando en este momento oficialmente los siguientes agentes que intervienen en esta cadena.



**Figura 5. Canales de comercialización de la mora**

Fuente. Escobar, C. (s.f.).

La mora tiene diferentes caminos de comercialización dando una fortaleza al mercado. Se está promocionando la fruta y se está incentivando el consumo en los almacenes de cadena. Como producto fresco en Colombia, la Mora de castilla cuenta con un alto nivel de intermediación y pocos mayoristas especializados debido a su alto nivel de perecibilidad, la vida útil media de la fruta en el mercado es de tres días. Dentro de las cadenas de suministros se pueden identificar las siguientes estructuras:

1. **Productor- Acopiador- Mayorista- Detallista:** Esta estructura es la más común, se caracteriza por que el acopiador es el mismo mayorista, quien se contacta directamente con los productores y determina los precios en el mercado de acuerdo a sus intereses.
2. **Proveedor- Supermercado:** Los proveedores de supermercados se han especializado en entregar productos debidamente empacados y marcados para la venta, y los precios se determinan de acuerdo al nivel de la demanda y a la calidad del producto.
3. **Mayorista- Agroindustria:** Las principales industrias interesadas son las enfocadas a la elaboración de jugos, pulpas, yogurt, helado, mermeladas y productos procesados. En este caso el criterio de decisión y fijación de precios corresponden a la calidad de los productos.
4. **Productor- Agroindustria:** Este canal tiene la particularidad de ser el más exigente, pues existe un interés por la mejora continua de los productos y las tecnologías a utilizar junto con el transporte.

## **5. Análisis de la Situación Actual de la Mora en el Departamento de Santander**

Actualmente en el Departamento de Santander la mora de castilla representa más de 1.900 Hectáreas sembradas, según la UMATA (Unidad Municipal de Asistencia Técnica Agropecuaria), esta fruta tiene el primer puesto en producción en la región, apoyándose principalmente por los municipios de Piedecuesta, Bolívar, Charta, el playón, Florián, Floridablanca, Guaca, Jesús María, La belleza, san Vicente de Chucuri, Surata, Zapatoca y santa bárbara, y guiados bajo la dirección de la Federación de Moreros de Castilla, entidad creada en septiembre de 2013, quien tiene como objetivo general, mejorar las condiciones de vida de sus socios, mediante la capacitación y fortalecimiento de la organización y cuya función principal es la producción y comercialización de Mora a través del desarrollo empresarial , tiene un reto grande y es asumir con liderazgo la venta de esta fruta de acuerdo a la norma ICONTEC 4106 (Calidad Extra, Calidad Primera y Calidad segunda), los bajos precios ( Generando visitas preliminares de preventa, a empresas y centros de comercio, con el propósito de identificar mercados y lograr el establecimiento de precios de venta fijos, evitando las fluctuaciones del mercado), la manipulación de los intermediarios y las bajas tasas de inserción a las buenas Prácticas Agrícolas, Basados en la gestión de la Producción, la gestión de la Comercialización y el fortalecimiento de capacidades colectivas ; Adicional también existen otras asociación que orientan los procesos tales como: Asomoreros, Asoplanadas, Asomocri, Asocharta, Afruzap, Asoproagro, entre otras.

La UMATA entidad mencionada anteriormente, se encarga de prestar servicio de asistencia técnica directa rural a los pequeños productores, con el fin de mejorar los sistemas de producción, el nivel de ingresos y las condiciones de vida, sin que esta labor conlleve al deterioro de los recursos naturales, suelo, agua, bosque y la expansión de la frontera agrícola, utilizando el recurso suelo para la producción y desarrollo integral del territorio.

Para entender la situación actual del sector se llevó a cabo una investigación a partir de la información suministrada en los talleres que lidero la junta directiva y la gerencia de la federación de Moreros, realizada a los diferentes representantes de las organizaciones, para determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (DOFA), así:

### **Debilidades**

1. Carácter Individualista de los pobladores de la zona
2. Falta de acceso a canales de información sobre comercialización
3. Carencias de comercialización colectiva
4. Dispersión de la producción
5. Excesiva intermediación
6. Carencia de recurso humano calificado
7. Presencia de enfermedades y baja calidad de la fruta a causa de la lluvia
8. Poco interés de procesadoras y almacenes de cadena por formalizar alianzas de mercado
9. Falta de investigación, capacitación y fomento
10. Alta utilización de plaguicidas

### **Oportunidades**

1. Precio de venta fijado por periodo de tiempo determinado
2. Tendencia hacia la comercialización comunitaria
3. La membrecía de organizaciones productoras de mora.

### **Fortalezas**

1. Vocación de la zona en producción de Mora
2. Experiencia y trayectoria de personas que se identifican y aportan propuestas para el trabajo de la federación
3. Productores Mora identificados como potenciales actores para articular esfuerzos a favor de la organización.

### **Amenazas**

1. Clima
2. Cambio en las políticas para el sector agrícola
3. Entrada de nuevos competidores
4. Tratados de libre comercio

Después de realizar este análisis consideramos importante:

1. Realizar visitas a los agentes que intervienen en los canales de comercialización para identificar preventas y contar con una búsqueda constante de nuevos clientes.
2. Evaluar las temporadas de cosecha alta y baja de mora, para mantener niveles de abastecimientos óptimos en cada mercado.
3. Analizar la posibilidad de crear centro de acopio, que reúna las condiciones para almacenamiento, manejo y distribución de las producciones.
4. Crear estrategias que logren reducir los costos de producción y con esto ser más competitivo en el mercado.
5. Vigilar y mantener los programas de capacitación activos.

Finalmente, fortalecer las capacidades colectivas de la federación de Moreros sobre: asociatividad, comercialización, mercadeo, organización, liderazgo, manejo de cultivo, asistencia técnica, capacitación sobre la existencia de nuevos productos, entre otros.

## 6. Dinámica Mundial de la Importación de la Mora

Como punto de referencia nos enfocamos en tres formas de comercialización de la mora en mercados internacionales: frutos frescos, frutos congelados y pulpa de fruta, esto con el ánimo de conocer la DINAMICA de esta fruta a nivel internacional.

**Mora Fresca (Partida Arancelaria 08.10.20.00.00).** Actualmente los principales países que importan a nivel mundial bajo la partida arancelaria 08.10.20.00.00 son: Estados Unidos de América, Canadá, Reino Unido, Alemania. Dentro de esta partida arancelaria se encuentra además de la Mora frutas como Zarzamora, Frambuesa y Fresas.

Lista de los países importadores del Producto: código arancelario 08.10.20 frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas, frescas

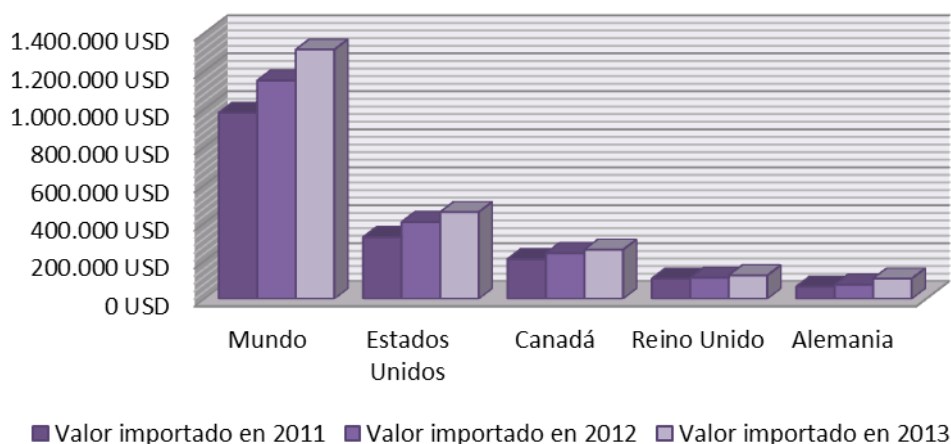
**Tabla 9.** Lista de los importadores del Producto. Código arancelario 081020

Importadores	Valor importado en 2011	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013
<b>Mundo</b>	<b>979.390 USD</b>	<b>1.149.575 USD</b>	<b>1.312.551 USD</b>
Estados Unidos	324.967 USD	404.595 USD	456.775 USD
Canadá	208.986 USD	240.613 USD	258.892 USD
Reino Unido	106.254 USD	111.055 USD	123.586 USD
Alemania	63.627 USD	74.844 USD	106.535 USD

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

Unidad: Dólar EUA miles

Durante los últimos tres años (2011, 2012 y 2013) a nivel mundial las importaciones de mora han crecido paulatinamente, los países de mayor desarrollo demandan constantemente el fruto, lo cual se debe en gran medida al grado de industrialización en sus procesos. Durante el año 2013 Estados Unidos tuvo una participación en el valor de las importaciones de 34.8%, convirtiéndose en un mercado potencial, para exportar la mora.



**Figura 6. Principales países importadores de la partida arancelaria 081020**

Fuente. Estadísticas consultadas en Trademap y en WisierTrade.

Durante el año 2013 se importó a nivel mundial un valor de USD 1,312, 549 (miles de Dólares). Los mayores importadores en el mundo bajo esta partida son Estados Unidos de América, Canadá y Reino Unido, con una participación del 15%, 13% y 5 % respectivamente. Los países de los cuales Estados Unidos importa especialmente son México quien tiene una participación en su mercado del 17,3%, seguido de Guatemala con 1,4%. En el mundo gran parte de las empresas que importan este producto se encuentran en Europa, de resaltar que los países centro y suramericanos poseen mayor potencial de exportación hacia el mercado Norteamericano dada la proximidad geográfica, y demás factores como tratados y acuerdos comerciales (CAFTA, NAFTA) entre otros que les permite ser más competitivos, aunque no se descarta el profundizar el mercado Europeo.

**Mora Congelada (Partida Arancelaria 08.11.20.00.00).** La mora congelada se encuentra representada por la partida arancelaria 08.11.20.00.00 los países más relevantes que importan a nivel mundial son: Alemania, Francia, Estados Unidos de América, Bélgica, Reino Unido y Países Bajos (Holanda), esta partida comprende también frutas como Zarzamora, Frambuesa y Fresas.

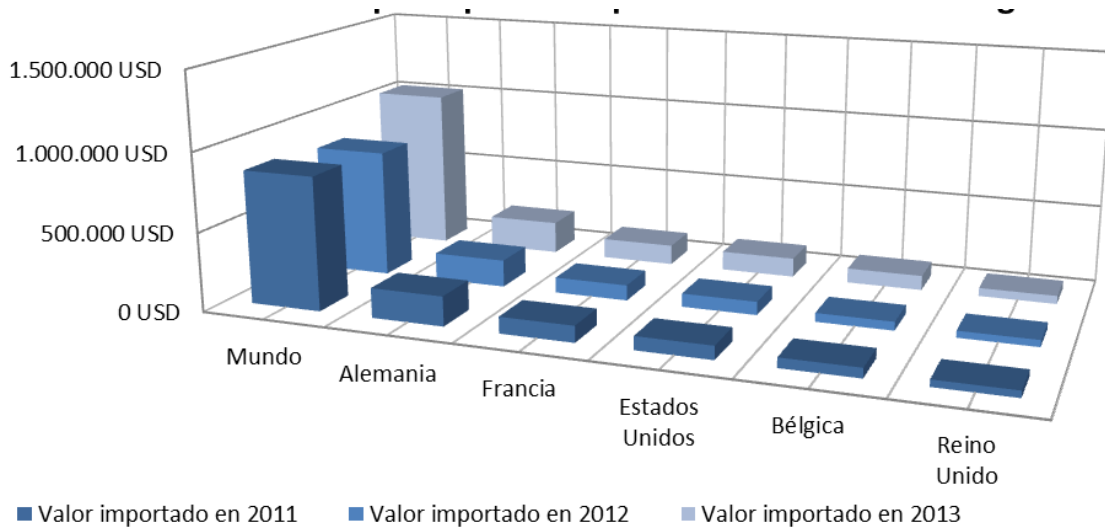
Lista de los importadores para el producto: código arancelario 08.11.20 frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas y grosellas, congeladas

**Tabla 10.** Lista de los importadores para el producto 081120

Importadores	Valor importado en 2011	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013
<b>Mundo</b>	<b>847.968 USD</b>	<b>810.792 USD</b>	<b>1.028.331 USD</b>
Alemania	188.591 USD	173.547 USD	206.857 USD
Francia	104.411 USD	98.142 USD	128.098 USD
Estados Unidos	86.063 USD	84.857 USD	122.280 USD
Bélgica	62.666 USD	55.554 USD	93.349 USD
Reino Unido	42.935 USD	42.973 USD	52.561 USD

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

Unidad: Dólar EUA miles



**Figura 7.** Principales países importadores de mora congelada

Fuente. Estadísticas consultadas en Trademap.

En el año 2013 a nivel mundial se importó de frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas congeladas un valor de USD 1, 028,329 (miles de Dólares) la tasa de crecimiento anual entre el valor importado en el año 2012-2013 fue del 27%. Los mayores importadores en el mundo bajo esta partida son Alemania con una participación del 20,1%, Francia con un 12,5% y Estados Unidos de América con un 11,9%. Alemania se provee principalmente de Serbia y Polonia, países con los cuales posee una proximidad geográfica, a diferencia de EEUU sus mayores socios comerciales son Chile y México, seguido de Serbia que tiene una participación del 8% de las importaciones para Estados Unidos.

**Frutos Conservados- Pulpa de Fruta (Partida Arancelaria 08.12.90.00).** Los principales importadores de frutos conservados provisionalmente, dentro de los cuales se incluye la pulpa de fruta se encuentran Japón, Reino Unido, Tailandia y Alemania.

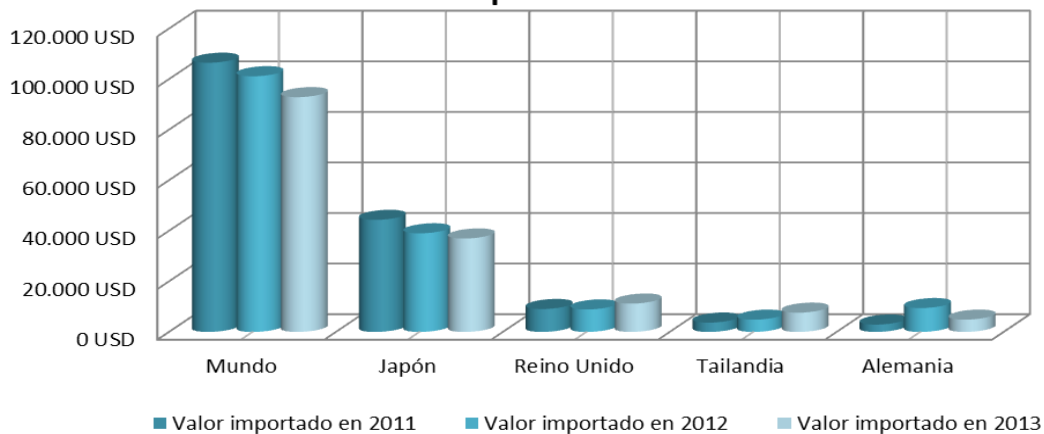
Lista de los importadores para el producto: código arancelario 08.12.90 los demás frutos conservados provisionalmente

**Tabla 11.** Lista de los importadores para el producto 08.12.90

Importadores	Valor importado en 2011	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013
<b>Mundo</b>	<b>106.486 USD</b>	<b>101.147 USD</b>	<b>92.890 USD</b>
Japón	44.337 USD	39.012 USD	36.968 USD
Reino Unido	9.057 USD	8.887 USD	11.216 USD
Tailandia	3.690 USD	4.842 USD	7.617 USD
Alemania	2.917 USD	9.427 USD	4.860 USD

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Unidad: Dólar EUA miles



**Figura 8.** Principales países importadores de frutas y otros frutos

Fuente. Estadísticas consultadas en Trademap.

Analizando las importaciones mundiales que realizan los diferentes países a nivel mundial, se halla que Alemania presenta una dinámica importadora en las tres partidas objeto de estudio, convirtiéndose en un mercado de grandes posibilidades de negociación.

A diferencia de estados unidos, quien tiene una fuerte presencia en cuanto a importaciones de mora fresca y congelada, en el caso de pulpa de fruta ocupó el noveno lugar en el año 2013.

Valor importado en el año 2013 de los frutos conservados provisionalmente dentro de los cuales se encuentra la Pulpa fue de USD 92894 (miles de USD), los principales países importadores son Japón quien tiene un proporción de mercado del 39,8% a nivel mundial, Reino Unido del 12,1% y Tailandia del 8,2%. Este último ha tenido entre el año 2009 al 2013 una tasa de crecimiento anual en el valor importado del 35%, aunque al cierre del 2013 el valor importado ascendió solo a USD 7617 (miles de USD), empieza a perfilarse como un país impulsa su exportaciones a través de este producto.

## 7. Dinámica Mundial de la Exportación de la Mora

Como punto de referencia nos enfocamos en tres formas de comercialización de la mora en mercados internacionales: frutos frescos, frutos congelados y pulpa de fruta, esto con el ánimo de conocer la DINAMICA de esta fruta a nivel internacional.

**Mora Fresca (Partida Arancelaria 08.10.20.00.00).** En el caso de la partida arancelaria 08.10.20 los principales países que Exportan a nivel mundial son: Estados Unidos de América, España, México y países bajos (Holanda), es válido aclarar que esta partida comprende también frutas como Zarzamora, Frambuesa y Fresas.

Lista de los exportadores para el producto 081020 frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas, frescas.

**Tabla 12.** *Lista de los exportadores para el producto 081020*

Exportadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013
<b>Mundo</b>	<b>735.539 USD</b>	<b>802.616 USD</b>	<b>937.042 USD</b>
Estados Unidos	235.539 USD	272.642 USD	290.083 USD
España	159.054 USD	153.507 USD	204.308 USD
México	131.742 USD	149.888 USD	162.177 USD
Países Bajos (Holanda)	37.305 USD	46.081 USD	55.412 USD

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Unidad: Dólar EUA miles



**Figura 9. Países exportadores de mora fresca**

Fuente. Estadísticas consultadas en Trademap.

Unidad: Dólar EUA miles

A nivel de exportaciones durante el 2013 el valor exportado fue de USD 937.043 (Miles de USD), durante los últimos cinco años (2009 al 2013) la tasa de crecimiento anual ha sido del 15%. Estados Unidos de América es el principal país exportador de frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesas, frescas con un porcentaje de 31%, España con el 21.8% y México 17.36%. El mayor socio comercial de EEUU en lo referente a las exportaciones de esta partida es Canadá. Cabe resaltar que bajo la partida arancelaria 08.10.20.00 se incluyen las exportaciones totales de mora y demás frutas descritas.

**Mora Congelada (08.11.20.00.00).** En el caso de la partida arancelaria 08.11.20 los principales países que Exportan a nivel mundial son: Serbia, Polonia, Chile, Bélgica y Países Bajos (Holanda), es válido aclarar que esta partida comprende también frutas como Zarzamora, Frambuesa y Fresas.

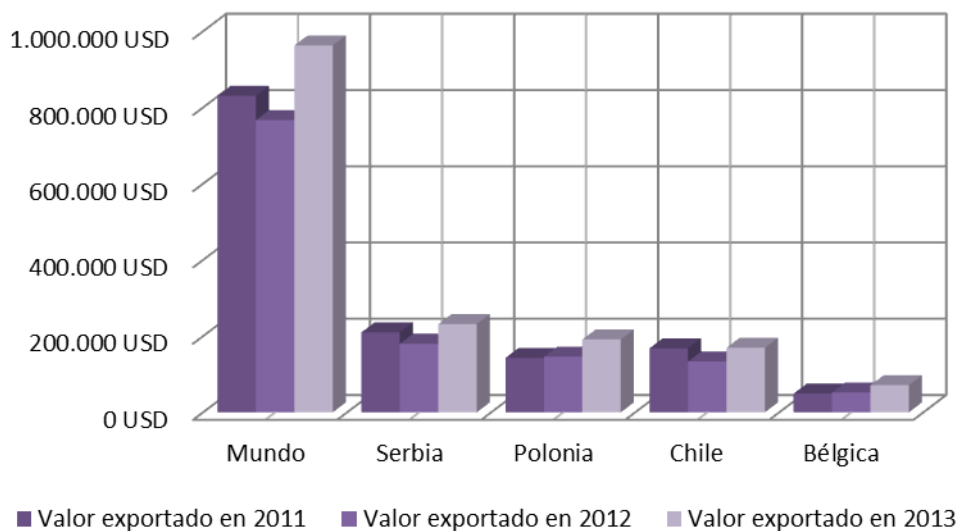
Lista de los exportadores para el producto: código arancelario 081120 frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas y grosellas, congeladas

**Tabla 13.** Lista de los exportadores para el producto 081120

Exportadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013
<b>Mundo</b>	<b>830.568 USD</b>	<b>766.631 USD</b>	<b>962.524 USD</b>
Serbia	209.995 USD	180.188 USD	231.794 USD
Polonia	143.092 USD	146.082 USD	191.245 USD
Chile	168.350 USD	133.218 USD	169.474 USD
Bélgica	49.168 USD	51.802 USD	71.023 USD

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Unidad: Dólar EUA miles



**Figura 10.** Países exportadores de mora congelada

Fuente. Estadísticas consultadas en Trademap.

En cuanto a las exportaciones de frutas congeladas bajo esta partida los países que presentan mayor dinamismo son serbia que tiene una participación del 24.1% de las exportaciones mundiales, Polonia 19.9% y Chile 17.6%. Durante el año 2013 fueron exportadas 397.317 Toneladas, que represento un valor para este años de USD 962.524 (Miles de USD).

**Frutos Conservados- Pulpa de Fruta (Partida Arancelaria 08.12.90.00).** Los principales países importadores de frutos conservados provisionalmente, dentro de los cuales se incluye la pulpa de fruta se encuentran China, Madagascar, España y Tailandia.

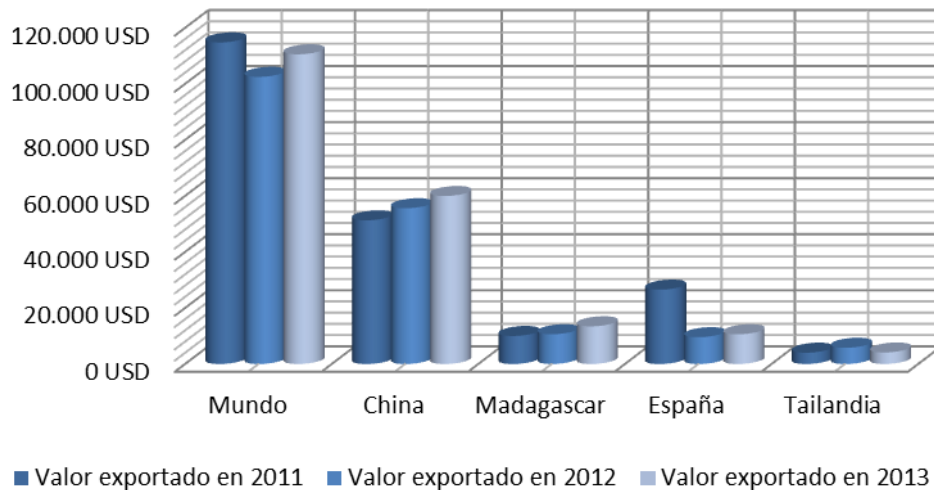
Lista de los exportadores para el producto: código arancelario 081290 los demás frutos conservados provisionalmente.

**Tabla 14.** Lista de los exportadores para el producto 08.12.90

Exportadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013
<b>Mundo</b>	<b>114.785 USD</b>	<b>102.505 USD</b>	<b>110.538 USD</b>
China	51.296 USD	55.589 USD	59.959 USD
Madagascar	10.003 USD	10.631 USD	13.457 USD
España	26.542 USD	9.575 USD	10.601 USD
Tailandia	4.043 USD	5.793 USD	4.112 USD

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Unidad: Dólar EUA miles



**Figura 11.** Países exportadores de frutos conservados provisionalmente

Fuente: Estadísticas consultadas en Trademap.

Los principales países exportadores de frutos conservados incluyendo la pulpa de fruta son: china 54.2%, Madagascar 12.2% y España 9.6%. El valor exportado en 2013 fue

de USD 110.537 (Miles de USD), con un decrecimiento anual en el valor exportado del 2% entre los años 2009 al 2013. Las cantidades exportadas en este mismo periodo de tiempo declinaron un 14% indicando una alerta en las exportaciones originales de estos países ya sea por una disminución en la producción nacional, barreras arancelarias, entre otras, variables que pueden favorecer indirectamente a los exportadores colombianos.

## **8. Determinar las Exigencias del Mercado Internacional para la Mora y sus Subproductos**

### **8.1 Exigencias del Mercado Internacional para la Mora**

Para la exportación de frutas y en especial de Mora es importante tener en cuenta una serie de requisitos que en el momento de Exportar e Importar se vuelven protocolos que garantizan la seguridad en el ingreso, salida y permanencia de la mercancía en destino, obligando a cada país a tener órganos de control que ayuden a salvaguardar la salubridad de su población.

Todos y cada uno de los países mantienen exigencias de acuerdo a las características de los productos, que en el momento de tomar la decisión de exportar es obligatorio conocerlas y acreditarlas ante el ente de control nacional que haga sus veces y así hacer exitoso el proceso.

Cada país es libre de crear sus propias exigencias en el mercado internacional, claro está manteniendo un equilibrio justo en sus relaciones comerciales con los actuales y posibles mercados.

Centrando la lógica en el proceso, el mercado exige un conocimiento de los productos y unas características propias que se ajusten al contexto internacional, aportando en el caso de la mora al consumo humano y al desarrollo de la industria, obteniendo como oportunidad de negocio un producto de alta calidad y de aporte significativo en base a su composición nutricional.

Para la mora y sus subproductos los países en el exterior e incluso en el mercado Nacional colombiano exigen las siguientes particularidades:

1. Evitar mezclar la fruta con materiales extraños
2. Evitar mezclar la fruta sana con la dañada y/o maltratada
3. Evitar la humedad dentro del empaque
4. Mantener la cadena de frío inferior a -1°.
5. Proteger la salud de los consumidores.
6. En cuanto a la logística se maneja internacionalmente una regla de oro, donde garantiza el excelente resultado de una operación comercial, destacando la entrega

del producto a tiempo ( ni antes, ni después), en las condiciones pactadas, en el lugar convenido y al precio acordado, todo en base a la eficiencia, confiabilidad y optimización de los procesos.

Adicional a estas exigencias también obtenemos algunas de obligatoriedad para el país destino tales como:

### **Estados Unidos**

1. Certificado Fitosanitario, expedido por el ICA en conformidad con los requerimientos exigidos por EE.UU

2. Permiso PPQ forma 597, documento que autoriza el ingreso de plantas vegetales y sus subproductos.

3. Verificación por parte de la FDA que los productos cumplan con las normas sobre residuos de plaguicidas, fungicidas y herbicidas.

4. Datos Básicos importantes en el embalaje y etiquetado: Nombre de la empresa, fecha del embalaje, razón social del exportador, nombre del productor, origen del producto y lugar donde fue embalado.

5. Con relación a la calidad, se exige a los exportadores las mismas normas que aplica para los productos estadounidenses.

6. Formulario 3537 inscripción a la FDA, con la información del producto en el idioma: inglés.

Los productos deben ser orgánicos y para este requisito se exige la autorización por parte de USDA (Unite State Departament of Agriculture) para la comercialización, adicional deben cumplir con los NOS (Normas Orgánicas Nacionales) que garantiza la no utilización de fertilizantes ni plaguicidas sintéticos.

### **Estado de Japón**

1. Certificado de Origen o GSP.
2. Certificado Fitosanitario Internacional.
3. En la utilización del embalaje en Madera importante aplicar la Norma NOM-144 y Exhibir el sello corresponde.
4. Cumplimiento de la ley de sanidad de Alimentos, esto indica la expedición de licencias que están a cargo del Ministerio de Salud y Bienestar, por ejemplo: se prohíbe el ingreso de productos Podridos, descoloridos, descompuestos o inmaduros.
5. Se exige la no utilización de contaminantes microbiológicos patógenos, o que se sospeche que sufren de dicha contaminación.
6. Presentación previa a la importación ante el Ministerio de Salud y Bienestar, sin excepción alguna.
7. Solicitud de Inspección de Importación a Japón, previa presentación del Certificado Fitosanitario del país exportador.
8. Cumplimiento de la ley JAS conocida como la ley de estandarización de productos Agrícolas, Forestales y Racionalización de las etiquetas de calidad, esto con el fin de aumentar la confianza en el consumidor, pues este registro da cumplimiento a la calidad y etiquetado del producto.

### **Canadá**

1. Las restricciones fitosanitarias en Canadá son pocas, pero en el caso de importación de frutas y hortalizas frescas estas están sujetas a inspección a su arribo por parte del departamento de agricultura de Canadá, que se dedica a la verificación del producto, prevención de riesgo de infestación de plagas y residuales de agroquímicos.
2. En cuanto a las etiquetas es necesario que contengan información que sea clara y verídica para el cliente, y para hacer exigible esta norma los responsables son la Agencia canadiense de inspección alimenticia (CFIA), ministerio de salud de Canadá y el ministerio de industria de Canadá

3. Intervención de la ley canadiense sobre evaluación ambiental, medio ambiente y para especies en riesgo, en el momento de las importaciones de productos agrícolas comerciales.

4. Obligatorio permisos de importación, ya que en este país el comercio internacional es controlado o restringido en las fronteras.

La **Unión europea** por su parte exige la clara información suministrada a sus consumidores mediante el etiquetado que ampara el Reglamento 1169/2011, donde se especifique su uso y contenido nutricional en el idioma nativo del país de destino; Deben obtener reconocimiento ante SANCO (autoridad competente que registra ante la Dirección de salud y seguridad Alimentaria).

Es necesario que la fruta cuente con una excelente calidad, buenas prácticas de cosecha, selección y post cosecha, es decir que se cumplan los procesos de forma adecuada sin generar cambios en las condiciones propias de cada fruta.

En el caso específico de **Alemania** No se aceptan productos que estén en proceso de certificación por medio de Global Gap- Normas Internacionales Agrícolas. Los productos ya deben contar con la certificación, y:

1. Los límites de pesticidas son considerablemente más bajos que en USA.
2. Trazabilidad: los importadores de productos alimenticios y piensos deberán identificar y registrar al proveedor en el país de origen
3. Es de obligatoriedad que los envases comercializados en Alemania y en conjunto a la UE cumplan con los requisitos medioambientales como los sanitarios, adicionales a las características propias que deberá tener el mismo envase para proteger su transporte.
4. Las normas de etiquetado, deben contener caracteres visibles e indelebles como: Identificación del exportador con su nombre y dirección o identificación simbólica, naturaleza del producto (Pera, Manzana, more, etc.), país de origen, características comerciales y marca oficial de control.

Es importante aclarar que en el caso de la Unión europea se maneja una legislación para toda la comunidad y cada país es libre de exigir alguna constancia que le sea útil para mitigar los riesgos que esto genere.

Es claro tener en cuenta que no solo es importante conocer las exigencias de los países, sino también los requisitos que demandan entrar en un proceso de exportación a países desarrollados, y es por esto que indicamos los requisitos según el ente y país regulador, para mercados potenciales.

## **9. Requerimientos de Acceso de la Mora a Mercados Potenciales- Unión Europea y Estados Unidos**

### **9.1 Accesibilidad al Mercado Europeo**

Es la Comisión Europea la responsable del cumplimiento de las leyes y normas establecidas en el proceso de importación de frutas, y de la integración de cada disposición entre los países miembros.

En el momento de exportar fruta a la unión europea es necesario cumplir con La "Ley general de alimentos": que establece los principios y requisitos generales de la legislación alimentaria. Reglamento (CE) No. 178/2002. Estos estarán dados por:

Control Sanitario de los Productos Alimenticios de Origen No Animal: Tiene como objetivo proteger la salud de los europeos y la calidad de los productos.

El presente Reglamento garantiza la calidad de los alimentos destinados al consumo humano y de los piensos; de este modo garantiza la libre circulación de alimentos seguros en el mercado interior.

La legislación alimentaria de la Unión Europea (UE) protege a los consumidores contra las prácticas comerciales fraudulentas o engañosas; dicha legislación también pretende proteger la salud y el bienestar de los animales, los aspectos fitosanitarios y el medio ambiente.

Las normas sanitarias para la exportación de productos de origen vegetal son aplicables en forma general a una gran cantidad de estos productos y entre estos está el tratamiento en el cultivo de la mora de castilla para el departamento de Santander que debe cumplir con diferentes procesos que garanticen la calidad de esta fruta y la permanencia en los diferentes mercados internacionales.

**Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios.** Para iniciar con este proceso es necesario revisar la lista de productos autorizados que la unión europea objeta previamente y que da ingreso libre a los diferentes productos, en nuestro caso la Mora de castilla cumpliendo previamente un tratamiento de cuarentena realizado por el ICA que busca un seguimiento al estatus sanitario y fitosanitario de los productos agrícolas a exportar, efectuando los

procedimientos de inspección, vigilancia y control en los diferentes cultivos existentes en el país, y emitiendo certificaciones de acuerdo con las competencias del Instituto en la materia.

Por otra parte, aplica las medidas fitosanitarias que proceden ante la presencia o sospecha de plagas y factores de riesgo de importancia cuarentenaria, o que exceda los niveles tóxicos aceptados nacional e internacionalmente en los materiales vegetales con destino a la exportación. Sirve aclarar que el ICA trabaja en los puertos, aeropuertos internacionales del país, pasos de frontera y en las estaciones cuarentenarias para lograr un nivel adecuado de protección del riesgo de las importaciones y confiabilidad del sistema de certificación de las exportaciones, obteniendo así admisibilidad y acceso real a los mercados del mundo; su acompañamiento busca asesoría técnica para el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios exigidos por los países importadores y expedición de certificados de exportación necesarios en los productos agrícolas colombianos.

Por otra parte para dar continuidad al control sanitario de esta fruta es necesario tener al día los registros de procedencia del cultivo pues debido a los diferentes seguimientos y monitoreo que realizan las autoridades sanitarias se han delimitado algunas aéreas que requieren de constante acompañamiento y se han clasificado así:

1. Áreas Libres: Donde los muestreos intensivos y extensivos a través del tiempo demuestran la ausencia total o casi total de una plaga.
2. Área de Cuarentena: Donde existe la plaga y está bajo el control de la autoridad sanitaria
3. Área de Escasa Prevalencia: Donde existe poca presencia de la plaga y se aplican medidas de vigilancia, control o erradicación.
4. Área en peligro: Donde los factores ecológicos favorecen el establecimiento de una plaga que puede ocasionar importante pérdidas económicas.

El seguimiento sanitario comprende también el registro del predio, pues estos lugares dedicados al cultivo para la exportación deben registrarse previamente en la oficina del ICA que corresponda por competencia geográfica, adjuntando la información y los documentos establecidos; el registro como exportador se hace previo a la inspección del

predio; y la asistencia técnica, presentada por un técnico o ingeniero agrónomo debe ser permanente, pues este debe responder por la calidad fitosanitaria de los productos a exportar, entregar informes periódicos al ICA sobre el estado sanitario del predio, al igual que certificar junto con el dueño del predio la procedencia de los productos, la cantidad, la variedad y la especie que se va a exportar, requerimiento importante para expedir el certificado de exportación en el puerto, aeropuerto o paso fronterizo por parte del ICA.

Para dar claridad al procedimiento de Inspección Sanitaria, es básicamente la toma de muestras para revisar si se encuentran problemas fitosanitarios, esta inspección puede hacerse por el país de origen, cuando hay acuerdos operacionales entre las autoridades fitosanitarias de los países, y para el caso del certificado Fitosanitario, se trata de un documento emitido por la entidad fitosanitaria competente, en este caso el ICA, donde se determina el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios para la exportación del producto.

Etiquetado de Productos Alimenticios: Normativa relacionada a las condiciones de empaque y sus derivados (tipo de tratamiento, certificación, entre otros).

Las normas de etiquetado para frutas y hortalizas especifican, que cada envase debe llevar en el exterior, con caracteres visibles e indelebles, las indicaciones siguientes:

1. Identificación del exportador, envasador y/o expedidor, con su nombre y dirección o identificación simbólica
2. Naturaleza del producto (pera, manzana, etc.)
3. País de origen (del producto)
4. Características comerciales
5. Marca oficial de control

El etiquetado de la pulpa de fruta puede ser impreso sobre el empaque secundario y en el empaque primario debe estar en papel adhesivo y las tintas utilizadas no deben ser tóxicas. La información mínima que han de contener los empaques primarios son: descripción clara del producto; país de origen y región productora, características comerciales como lo son el peso, el color, la fecha de empaque y la categoría del producto; los registros de salubridad correspondientes y la simbología pertinente para la manipulación de los empaques.

### **Normas de Comercialización de las Frutas y Hortalizas Frescas:**

La comercialización de frutas está reglamentada por:

1. Council Regulation (EC) 2200/1996 of 28 October 1996 on the common organization of the market in fruit and vegetables, (OJ L-297 21/11/1996)

2. Commission Regulation (EC) 1148/2001 of 12 June 2001 on checks on conformity to the marketing standards applicable to fresh fruit and vegetables, (OJ L-156 13/06/2001).

Este decreto establece las medidas para aplicar el Reglamento (CE) n ° 1148/2001 sobre los controles de conformidad con las normas de comercialización aplicables a las frutas y hortalizas frescas, dando especial atención a: (a) la autoridad que será responsable de la coordinación de las operaciones de verificación; (B) la creación y gestión de una base de datos que contiene toda la información relevante para los comerciantes de frutas y verduras; (C) los procedimientos de verificación.

En el caso de la aplicación de la regla de origen para todos aquellos frutas pertenecientes al capítulo 08 “Frutos y frutas comestibles, cortezas de agrio (cítricos)” cumplen origen, pues estos deberán ser enteramente obtenidos y producidos en el país de origen”. Dicho de otra manera, las “normas de origen” son los instrumentos jurídicos para determinar el lugar de fabricación u obtención de los productos a los cuales les serán aplicables las preferencias arancelarias, en este caso, es condicionante para poder aplicar a los diferentes acuerdos Ejemplo: SGP+ (Sistema General de Preferencias).

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que cuando conlleva algún proceso de transformación posterior que incluya azúcar (el cual corresponde al Capítulo 17: Azúcares y artículos de confitería) este no podrá exceder del 30% del precio franco fábrica del producto.

Es importante tener en cuenta las especificaciones señaladas en cada uno de los reglamentos que enmarca la autoridad europea de seguridad Alimentaria, con el ánimo de ir a la vanguardia, conociendo los procedimientos y principios que guían a 28 países con un mercado potencial de más de 500 millones de habitantes, quienes se convierten en el mayor atractivo comercialmente hablando; Conociendo las bases jurídicas que posee la UNION

EUROPEA en materia de accesibilidad a sus mercados, se especifican las condiciones y requisitos que se deben cumplir en el momento de ingresar bienes y servicios a esta Unión, claro está cumpliendo con el principio de salvaguardar la seguridad de sus países.

**Normas de seguridad.** Certificados Complementarios Calidad y seguridad: GlobalGap, HACCP (frutas, hortalizas, productos animales).

No se puede comercializar ningún alimento que no sea seguro para la salud y/o que no sea apto para el consumo humano. Para determinar si un alimento no es seguro, se tiene en cuenta lo siguiente: las condiciones normales de uso, la información ofrecida al consumidor, los probables efectos inmediatos o posteriores sobre la salud, los posibles efectos tóxicos acumulativos y la sensibilidad específica de determinados consumidores.

Cuando un alimento que no es seguro pertenece a un lote o a una remesa de alimentos, se presume que todos los alimentos contenidos en ese lote tampoco son seguros, y de esta forma no pueden comercializarse ni darse a animales destinados a la producción de alimentos.

1. Trazabilidad: los importadores de productos alimenticios y piensos deberán identificar y registrar al proveedor en el país de origen [Reglamento (CE) n° 178/2002, artículo 18.
2. Normas generales relativas a la higiene de los productos alimenticios y a la higiene de los alimentos de origen animal.

En el ámbito de la revisión de la legislación relativa a la higiene de los productos alimenticios, este reglamento hace hincapié en las definiciones de los objetivos que deben alcanzarse en materia de seguridad alimentaria, dejando a los agentes económicos del sector alimentario la responsabilidad de adoptar las medidas de seguridad que deben aplicarse para garantizar la inocuidad de los alimentos.

Todos los agentes económicos del sector alimentario garantizarán que todas las etapas del proceso de las que sean responsables, desde la producción primaria hasta la puesta a la venta o el abastecimiento de los productos alimenticios al consumidor final, se llevarán a cabo de forma higiénica de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento.

Por otra parte, los agentes económicos del sector alimentario que desempeñen actividades distintas a la producción primaria deberán cumplir las normas de higiene generales, dentro de los requisitos se encuentran: las condiciones de transporte, la higiene personal de las personas en contacto con los productos alimenticios, el envasado y el embalaje, y el tratamiento térmico utilizado para la transformación de determinados productos alimenticios.

- a) Normas sobre residuos, plaguicidas y contaminantes.
- b) Normas generales de los materiales destinados a estar en contacto con alimentos.
- c) Controles oficiales e inspecciones destinados a asegurar el cumplimiento de la normativa de la UE relativa a alimentos y piensos.

Si en un país no perteneciente a la UE surge un problema que puede suponer un riesgo grave para la salud humana o animal o el medio ambiente, la UE podrá adoptar medidas preventivas, a través de la imposición de condiciones especiales o de la suspensión de importaciones de productos procedentes del país en cuestión o de una zona de dicho país.

**Requisitos de empaque y rotulaje: Regulación EC 2200/96.** Para proteger los derechos de los consumidores, las mercancías importadas en la UE deben cumplir con los requisitos específicos. Los principales requisitos se refieren a seguridad de los productos, envasado y etiquetado.

Según la legislación europea sobre seguridad de los productos, los fabricantes y los distribuidores deben:

- a) Suministrar productos que cumplan con los requisitos generales de seguridad.
- b) Informar a los consumidores sobre los riesgos que puede suponer un producto y las precauciones que se deben tomar.
- c) Notificar a las autoridades nacionales pertinentes si descubren que un producto es peligroso y cooperar con ellas en las medidas que se adopten para proteger a los consumidores.

Los países miembros de la UE llevan a cabo tareas de vigilancia del mercado y velan por el cumplimiento de las normas de seguridad de los productos. Se sirven de mecanismos de la UE como RAPEX, el sistema de intercambio rápido de información entre los países de la UE y la Comisión Europea sobre productos peligrosos.

**Normas generales sobre envases y sus residuos.** Los envases comercializados en la UE deben cumplir tanto los requisitos medioambientales como los sanitarios, adicional a las características propias que deberán tener el mismo envase para proteger al producto durante su transporte.

La unión Europea pretende armonizar las medidas nacionales sobre la gestión de los envases y de los residuos de envases para garantizar un alto nivel de protección del medio ambiente; la directiva se aplica a todos los envases existentes en el mercado europeo y a todos los residuos de estos, tanto si son utilizados o desechados por las industrias, comercios, oficinas, servicios, hogares, etc., sin depender de los materiales en que este conformado.

Es importante considerar que en los países de la Unión Europea existe un detallado cuidado e interés por la protección al medio ambiente y con ello, la existencia de disposiciones de entidades públicas y preferencias por parte de los consumidores por productos envasados y embalados con materiales ecológicos, y para ello se debe considerar utilizar material reciclado como el papel, cartón, polietileno o polipropileno, se recomienda que el envase secundario sea en cajas de cartón reciclado y se debe evitar el uso de materiales que no son fácilmente reciclables.

Existen tres tipos de cajas de uso común que exige la UE: 60X40 cm, 50X30 cm y 40X30 cm, pues en los últimos años se han empleado cajas con la última dimensión, sobre todo por la facilidad de manejo que le proporciona al estibador, por otra parte se prefieren los embalajes nuevos, limpios y 100% reciclables. Las cajas no deben estar enceradas ni contener ningún recubrimiento plástico. En caso de utilizar bolsas y/o películas de polietileno, su espesor no debe exceder las 10 micras.

Es importante mencionar que de acuerdo con la Ley alemana para evitar los desechos de envase y embalaje (publicada el 20 de junio de 1991), las cadenas más grandes

de venta al detalle tomaron la iniciativa de crear un embalaje retornable llamado "Sistema IFCO" (Organización Internacional de Contenedores para Fruta), el cual maneja 8 tipos de reja de plástico; según el Centro de Comercio Internacional (CCO UNCTAD/WTO) estas medidas son adecuadas para empacar los principales tipos de frutas y verduras en las cantidades correctas. Las cajas o rejas, pueden colapsarse para ocupar una quinta parte de su tamaño original. A pesar de su peso ligero, pueden contener hasta 25 kg del producto, resistiendo una carga de 500 kg y se pueden apilar de manera fácil y sencilla. Estas cajas son compatibles con las normas europeas para tarimas y cumplen con las especificaciones de las normas ISO para contenedores.

El envase es un elemento de suma importancia en la producción, distribución y comercialización de la pulpa de fruta en nuestro caso de Mora de Castilla, ya que además de contener el producto, debe cumplir con las funciones de proteger y conservar el contenido. Por lo anterior, al elegir el tipo de envase se debe tomar en cuenta la interacción "producto - envase", ya que este último no debe alterar o modificar las características físicas y químicas del producto, lo cual garantiza la calidad y la salud del consumidor;

El perfeccionamiento de los envases y embalajes resulta un buen medio para mantener la calidad de los alimentos procesados y es en este sentido que podemos decir que durante los últimos años se ha venido presentando una verdadera revolución en la presentación de los alimentos procesados y bebidas en el ámbito mundial. Además de las diferentes técnicas de conservación de productos alimenticios.

**Marcado y sistema de identificación.** Los envases indican la naturaleza del material o los materiales de envasado utilizados para facilitar la identificación y la clasificación. El marcado debe colocarse en el propio envase o en la etiqueta. Debe estar claramente visible y fácilmente legible.

**Exigencias esenciales.** Los envases deben responder a ciertas exigencias. Por este motivo, la Comisión fomenta la elaboración de normas europeas.

Los Estados miembros deben verificar que los envases comercializados respeten las exigencias esenciales del anexo II: a) limitar el peso y el volumen de los envases al mínimo

para garantizar el nivel necesario de seguridad, higiene y aceptabilidad para el consumidor; b) reducir al mínimo el contenido de sustancias peligrosas del material del envase y sus elementos; c) diseñar un envase reutilizable.

## **9.2 Accesibilidad Al Mercado Estadounidense**

Estados Unidos un país desarrollado, con gran dinamismo en el comercio internacional, es atractivo por su multiculturalismo pues es uno de los países que más inmigrantes de diferentes partes del mundo acoge, principalmente Latinoamericanos , quienes no solo han logrado adaptarse al estilo americano sino que también presentaron sus culturas y ahora habitan en muchos rincones de este país; Es por esto que se hace obligatorio en el llavero de países a exportar desde Colombia, pues aunque su idioma es diferente sus gustos son algo similares.

**Requerimientos de Entrada a los Estados Unidos.** Medidas Sanitarias y Fitosanitarias. Toda exportación de frutas ya sean frescas o congeladas a los estados unidos debe estar acompañada por un certificado fitosanitario, expedido por el Ministerio de Agricultura (Instituto Colombiano de Agricultura), donde se verifica que la carga ha sido inspeccionada conforme a los requerimientos fitosanitario de este país.

En general, los oficiales de aduana en los estados unidos (PPQ Plant Protection and Quarantina) usan el certificado fitosanitario para realizar las siguientes acciones en el puerto de entrada:

1. Identificación del tipo de planta o producto de las plantas.
2. Identificación de Áreas en donde el producto ha sido tratado en el país de origen
3. Determinar si los requerimientos de entrada se han llenado
4. Determinar la muestra para inspección directa

**Permisos de Entrada a los Estados Unidos.** El permiso de entrada de plantas vegetales y sus productos es emitido por el servicio de salud animal y vegetal de los estados unidos (Animal and plant health Inspection service, USDA- APHIS- PPQ). Se define como

permiso PPQ forma 597: Permiso escrito que se utiliza para solicitar la entrada de plantas vegetales y sus productos; Usualmente lo solicita el importador en los estados unidos. Todo embarque de frutas y vegetales es revisado en las aduanas de los estados unidos, para determinar la ausencia de plagas o enfermedades.

**Plaguicidas y otros contaminantes.** De acuerdo con las normas establecidas por la Administración de Productos Alimenticios (Food and Drug Administration, FDA), los productores de frutas y vegetales frescos y congelados, deben utilizar solamente químicos registrados para determinado producto o grupo de productos indicados y proceder en su utilización, de acuerdo a las instrucciones en el envase de los productos químicos aprobados. La FDA en las aduanas de los Estados Unidos, verifica si los productos cumplen con las normas sobre residuos de plaguicidas, fungicidas y herbicidas.

**Regulaciones sobre embalaje y etiquetado.** Los materiales utilizados para embalaje deben ser nuevos, sanitariamente aptos, técnicamente adecuados, homogéneos y resistentes a la manipulación y transporte. Asimismo, la rotulación y etiquetado debe indicar el nombre de la empresa, fecha de embalaje, razón social del exportador, nombre del productor, origen del producto y lugar en donde fue embalado.

**Normas sobre categoría y calidad.** Los productos no deben presentar síntomas de enfermedades: decoloración, lesiones o irregularidades. Algunos productos deben satisfacer los requisitos relativos a tamaño, categoría y maduración. Con relación a la calidad, los productos exportados a los Estados Unidos deben cumplir las mismas normas aplicadas a los productos de los Estados Unidos

**Ley Bioterrorismo.** También conocida como la Ley sobre "Seguridad en Salud Pública, Preparación y Respuesta contra el Bioterrorismo", busca prevenir la contaminación de alimentos, productos animales, vegetales y medicamentos. Todas las empresas extranjeras que manufacturan, procesan, empacan o almacenan alimentos para consumo humano o animal en los Estados Unidos, en este caso frutas y vegetales, deben registrarse

bajo la jurisdicción del FDA. Toda la información del registro se debe suministrar en idioma inglés y llenar el formulario.

Adicional a los trámites mencionados anteriormente para cada uno de los países, es también importante la gestión y el permiso solicitado ante el Instituto Nacional De Vigilancia De Medicamentos y Alimentos- INVIMA, quien certifica no solo el consumo de la pulpa de fruta dentro o fuera del territorio nacional colombiano, sino que también otorga el registro sanitario, los permisos de venta libre, el certificado de buenas prácticas de manufactura, el certificado de calidad, los vistos buenos sanitarios, el certificado de capacidad y producción, y el certificado de normas técnicas (la ley 9ª, título V y el decreto No 2333 DE 1982 en la presente norma se precisa las normas técnicas relacionadas con los vegetales como frutas y hortaliza y sus derivados).

Es importante resaltar que en nuestro país el etiquetado además de cumplir con las especificaciones de cada lugar de destino, también se debe tener presente la Norma ISO 780, quien estandariza el proceso anteriormente señalado, añadiendo en el empaque secundario información como: La caja deberá contener el peso, destino, lugar de origen, importador y exportador; y Cada bolsa a utilizar llevarán las siguientes especificaciones: Libre de perseguidos, Contenido nutricional, Registro sanitario, país de origen, Logotipo de la empresa, Código de barras y especificaciones de uso.

Muy importante tener clara la certificación de las BPA (Resolución 4171 Emitida por el ICA), aunque este no es un visto bueno como tal, si se hace obligatorio en el momento de mostrar mi producto tanto a nivel nacional como internacional, pues este es garante de revisar los suelos, el personal, nutrición de las plantas, la protección de cultivos mediante las MIP (Manejo Integrado de Plagas), entre otras, diría es la otra cara de la moneda que sin intención de volverse obligatoria es la que está al pendiente del proceso de producción con responsabilidad.

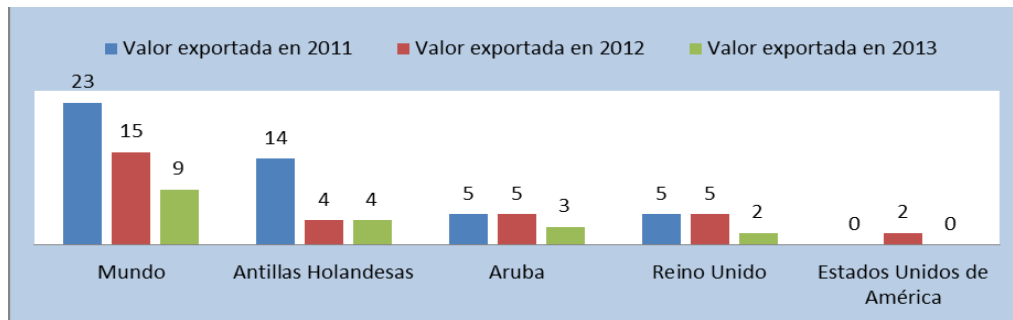
Estos son los Requisitos o Vistos buenos necesarios para lograr con éxito la exportación de pulpa de mora de castilla, adicional existen también algunos trámites que son producto de la gestión diaria en aduana pero que se manejan de manera aleatoria.

## 10. Importaciones y Exportaciones Colombianas de la Mora

Como punto de referencia se toman tres formas de comercialización de la mora en mercados internacionales: frutos frescos, frutos congelados y pulpa de fruta.

### 10.1 Exportaciones Colombianas

**Mora Fresca (Partida Arancelaria 08.10.20.00.00).** Para la partida Arancelaria en mención encontramos como principales importadores a las Antillas Holandesas, Aruba, reino Unido y Estados Unidos, también es importante tener en cuenta que el volumen de exportación es bajo, comparado con otros países latinoamericanos. No fue preciso identificar empresas dedicadas a la importación de esta fruta en fresco, porque se puede analizar que se tratan de exportaciones algo esporádicas.



**Figura 12. Exportaciones colombianas de mora Cód. Arancelario: 081020**

Fuente: Cálculos del CCI basadas en estadísticas de UN COMTRADE.

Unidad: Miles Dólar; Cantidad: Ton. Cód. Arancelario: 081020

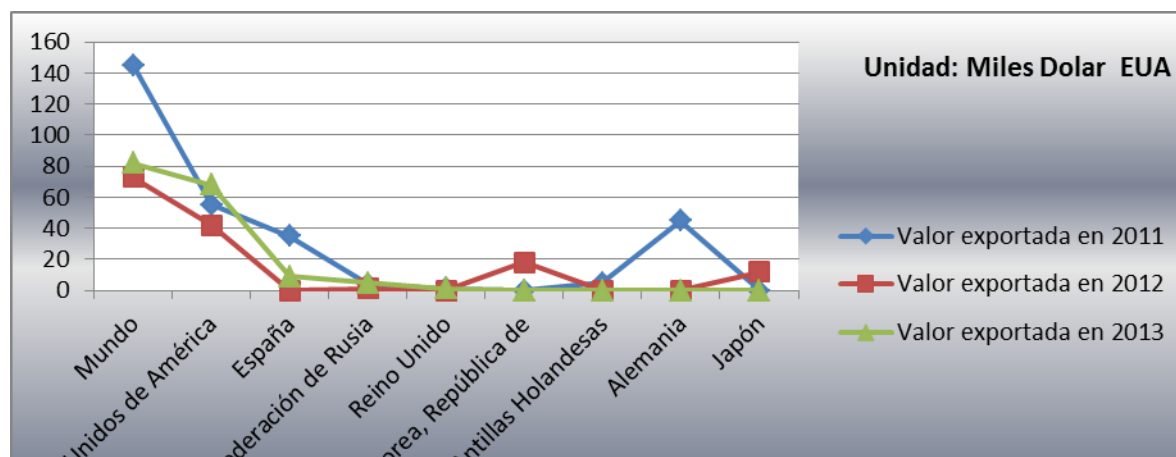
**Tabla 15.** Listado de países a los que Colombia exporto mora Cód. Arancelario: 081020

Importadores	Valor exportada en 2011	2011	Valor exportada en 2012	2012	Valor exportada en 2013	2013	Arancel Aplicado
		Cantidad exportada Toneladas		Cantidad exportada Toneladas		Cantidad exportada Toneladas	
Mundo	23	15	15	8	9	4	
Antillas Holandesas	14	12	4	3	4	2	0
Aruba	5	2	5	3	3	1	0
Reino Unido	5	1	5	1	2	1	0
Estados Unidos de América	0	0	2	1	0	0	0

Fuente: Cálculos del CCI basadas en estadísticas de UN COMTRADE

Unidad: Miles Dólar; Cantidad: Ton. Cód. Arancelario: 081020

**Mora Congelada (Partida Arancelaria 08.11.20.00.00).** Las exportaciones generadas durante los años 2011-2013, registran países como Estados Unidos en primer lugar, España, Rusia y Reino unido, no se logra ver un crecimiento constante debido a la calidad de la fruta y por el aumento en la utilización de insumos agrícolas no permitidos por mercados internacionales (Pesticidas) adicional por las épocas de intensa lluvia.



**Figura 13.** Exportaciones colombianas de mora congelada Cód. Arancelario 08.11.20

Fuente: Cálculos del CCI basadas en estadísticas de UN COMTRADE.

Unidad: Miles Dólar; Cantidad: Ton. Cód. Arancelario: 081120

**Tabla 16.** Listado de países a los que Colombia exporto mora Cód. Arancelario: 081120

Importadores	Valor exportada en 2011	2011	Valor exportada en 2012	2012	Valor exportada en 2013	2013	Arancel (%)
		Cantidad exportada Toneladas		Cantidad exportada Toneladas		Cantidad exportada Toneladas	
Mundo	145	61	73	26	82	30	
Estados Unidos	55	21	42	15	68	25	0
España	35	16	0	0	9	4	0,3
Federación de Rusia	4	1	1	0	5	1	7,5
Reino Unido	1	0	0	0	1	0	0,3
República de Corea	0	0	18	7	0	0	N
Antillas Holandesas	5	2	0	0	0	0	0
Alemania	45	20	0	0	0	0	0,3
Japón	0	0	12	4	0	0	N

Fuente: Cálculos del CCI basadas en estadísticas de UN COMTRADE.

Unidad: Miles Dólar; Cantidad: Ton. Cód. Arancelario: 081120

Es importante tener en cuenta que este registro corresponde a MORA Congelada, y que el Único departamento autorizado por APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service- Estados Unidos) es Cundinamarca con la sabana de Bogotá, y este producto solo puede ingresar con certificación fitosanitaria que declare que el producto proviene de un área controlada libre de *Anastrepha fraterculus*, y el ingreso solo se puede dar por los puertos del Atlántico Norte, incluido Nortfolk, VA, Puertos de los Grandes Lagos, Canla de St. Lawrence; puertos con la frontera del Canadá incluyendo Dakota del Norte; Washington D.C. (también Dulles para despachos aéreos).

Dado que Estados Unidos y España presentan una mayor dinámica del comercio internacional de Fruta congelada, a continuación se nombran algunas de las compañías importadoras en estos países:

**Tabla 17. Lista de empresas importadoras en Estados Unidos**

Categoría de producto : Alimentos congelados (comercio)					
Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad	Sitio web
ABF Inc	8	21-50	Estados Unidos de América	Alpharetta	<a href="http://www.frostyacres.com">http://www.frostyacres.com</a>
Ace Endico Corp.	8	101-250	Estados Unidos de América	Brewster	<a href="http://www.aceendico.com">http://www.aceendico.com</a>
Atlanta Corporation	36	101-250	Estados Unidos de América	Elizabeth	<a href="http://www.atlanta1.com">http://www.atlanta1.com</a>
City Sea Foods Inc.	3	101-250	Estados Unidos de América	Los Angeles	<a href="http://www.cityseafoods.com">http://www.cityseafoods.com</a>
Clark Foodservice, Inc.	16	501-1000	Estados Unidos de América	Elk Grove Village	<a href="http://www.clarkfoodservice.com">http://www.clarkfoodservice.com</a>
D and T Foods, Inc	4	21-50	Estados Unidos de América	Santa Clara	<a href="http://www.dtfoods.com">http://www.dtfoods.com</a>
Don Redican Distributing Inc	2	21-50	Estados Unidos de América	Nampa	<a href="http://www.redicandistributing.com">http://www.redicandistributing.com</a>
Eurocorp Imports, Inc.	8	nov-20	Estados Unidos de América	Los Angeles	
Festival Ice Cream Corporation	2	51-100	Estados Unidos de América	Paterson	<a href="http://www.festivalicecream.com">http://www.festivalicecream.com</a>
Finer Foods, Inc.	3	51-100	Estados Unidos de América	Chicago	
Florica, Inc.	6	501-1000	Estados Unidos de América	Beverly Hills	<a href="http://www.wolfgangpuck.com">http://www.wolfgangpuck.com</a>
Foodcomm International	4	21-50	Estados Unidos de América	Palo Alto	<a href="http://www.austerra.com">http://www.austerra.com</a>
French Food Exports Inc	3	01-oct	Estados Unidos de América	Union City	<a href="http://www.frenchfoodexports.com">http://www.frenchfoodexports.com</a>
Gold Star Foods, Inc.	1	101-250	Estados Unidos de América	Los Angeles	<a href="http://www.goldstarfoods.com">http://www.goldstarfoods.com</a>
Haitai Global, Inc.	16	01-oct	Estados Unidos de América	Tujunga	

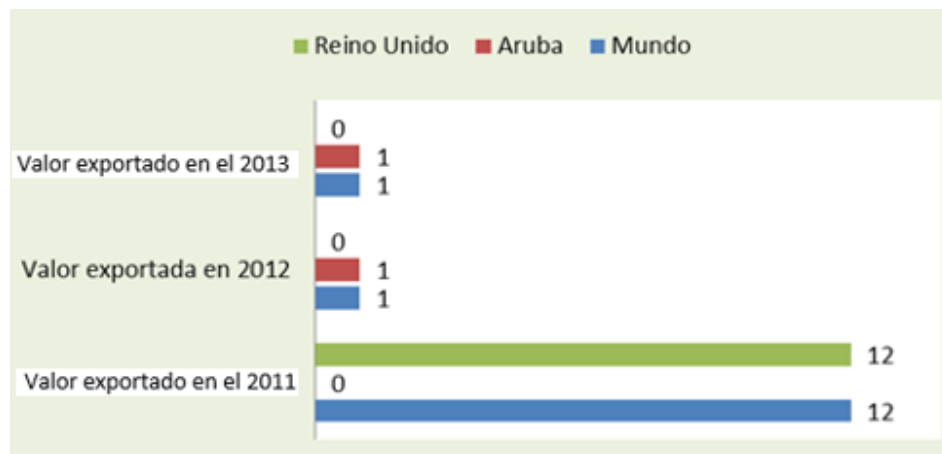
Fuente: trademap.org/Compañías

**Tabla 18. Lista de empresas importadoras en España**

Categoría de producto : Alimentos congelados (comercio)					
Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios	Número de empleados	País	Ciudad	Sitio web
Agrupesca, S.L.	4	nov-20	España	Salamanca	
Alarcón Ros Consultores, S.L.	43	01-oct	España	Murcia	
Alimentaria Aragonesa, S.A.	2	21-50	España	Ejea de los Caballeros	<a href="http://www.saarcongelados.com">http://www.saarcongelados.com</a>
Alimentos Congelados Aragoneses Y Pescados, S.A.	7	nov-20	España	Zaragoza	
Almacenes Bentolila, S.L.	43	nov-20	España	Ceuta	<a href="http://www.albento.com">http://www.albento.com</a>
Almacenes Delgado E Hijos, S.L.	34	21-50	España	Olivenza	<a href="http://www.almacenesdelgado.com">http://www.almacenesdelgado.com</a>
Artecar, S.L.	46	nov-20	España	Granda (Siero)	
Atlanta Restauración Temática, S.L.	2	51-100	España	Leganés	<a href="http://www.atlantarestauraciontematica.com">http://www.atlantarestauraciontematica.com</a>
Avícolas Tendero, S.L.	4	01-oct	España	La Roda	
Camimpex Trading, S.A.	4	01-oct	España	Madrid	
Comercial Torres Y Lopera, S.A.	3	01-oct	España	Málaga	<a href="http://www.cotolosa.com">http://www.cotolosa.com</a>
Congefish Import, S.A.	2	01-oct	España	Barcelona	<a href="http://www.congefish.com">http://www.congefish.com</a>
Congelados Apolo, S.L.	8	51-100	España	Loja	<a href="http://www.mariscosapolo.com">http://www.mariscosapolo.com</a>
Congelados Basilio, S.A.	2	21-50	España	Lugones	<a href="http://www.congelados-basilio.es">http://www.congelados-basilio.es</a>
Congelados Corbela, S.L.	2	nov-20	España	Porriño	<a href="http://www.corbela.es">http://www.corbela.es</a>
Congelados Daniel Sebastián, S.L.	3	01-oct	España	Burjassot	<a href="http://www.congeladossebastia.com">http://www.congeladossebastia.com</a>

Fuente: trademap.org/Compañías

**Frutos Conservados- Pulpa de Fruta (Partida Arancelaria 08.12.90.00).** La exportación de Pulpa de Mora en Colombia es casi nula, pues los países que importaron durante los últimos tres años fueron: Aruba y Reino Unido, realizando operaciones de comercio muy esporádicas. Podemos concluir que nuestro país no viene generando negocios en la exportación de la pulpa de mora.



**Figura 14. Exportaciones colombianas Cód. Arancelario: 081290**

Fuente: Cálculos del CCI basadas en estadísticas de UN COMTRADE

Unidad: Miles Dólar; Cantidad: Ton. Cód. Arancelario: 081290

**Tabla 19. Listado de países a los que Colombia exporto mora Cód. Arancelario: Cód. Arancelario: 081290**

Importadores	Valor exportada en 2011	2011	Valor exportada en 2012	2012	Valor exportada en 2013	2013	Arancel
		Cantidad exportada Toneladas		Cantidad exportada Toneladas		Cantidad exportada Toneladas	
Mundo	12	14	1	0	1	0	
Aruba	0	0	1	0	1	0	0
Reino Unido	12	14	0	0	0	0	0

Fuente: Cálculos del CCI basadas en estadísticas de UN COMTRADE

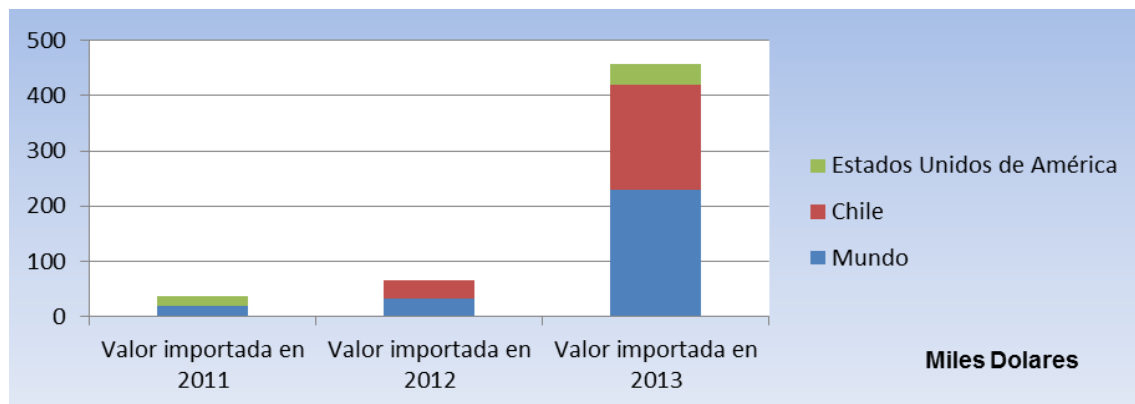
Unidad: Miles Dólar; Cantidad: Ton. Cód. Arancelario: 081290

## 10.2 Importaciones Colombianas

**Mora Fresca (Partida Arancelaria 08.10.20.00.00).** Para la partida arancelaria 08.10.20 que corresponde a Mora fresca, encontramos que Colombia en los últimos tres años no ha registrado importaciones de ningún país del mundo, esto muestra una vez más que nuestro país tiene un consumo interno de esta fruta sin verse obligada a demandar producto en el exterior.

Es importante resaltar que Colombia como productor de mora, está dejando su fruta en el consumo doméstico y exporta de manera esporádica a algunos de sus socios comerciales.

**Mora Congelada (Partida Arancelaria 08.11.20.00.00).** Las Importaciones casuales que se evidencian en la gráfica durante los años 2011-2013 provenientes de Chile y estados Unidos, corresponden a envíos solicitados por industrias dedicadas a Jugos, Jaleas y mermeladas, que por inconvenientes en la producción nacional no se logra abastecer esta cadena de distribución.



**Figura 15. Importaciones colombianas Cód. Arancelario: 081120**

Fuente: Cálculos del CCI basadas en estadísticas de UN COMTRADE.

Unidad: Miles Dólar; Cód. Arancelario: 081120

**Tabla 20.** Listado de países a los que Colombia exporto mora Cód. Arancelario: 081120

Exportador	Valor importada en 2011	2011	Valor importada en 2012	2012	Valor importada en 2013	2013	Arancel (%)
		Cantidad importada Toneladas		Cantidad importada Toneladas		Cantidad importada Toneladas	
Mundo	18	3	33	15	229	71	
Chile	0	0	33	15	191	66	8
Estados Unidos	18	3	0	0	38	5	10

Fuente: Cálculos del CCI basadas en estadísticas de UN COMTRADE

Unidad: Miles Dólar; Cód. Arancelario: 081120

Al observar el comportamiento en estos dos países, se enuncia respectivamente algunas de las empresas exportadoras:

**Tabla 21.** Lista de empresas exportadoras en Chile

Categoría de producto : Alimentos congelados (comercio)					
Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad	Sitio web
ACUINOVA CHILE S.A.	8	1001-5000	Chile	SANTIAGO, XIII	<a href="http://www.pescachile.cl">http://www.pescachile.cl</a>
AGRICOLA NOVA LTDA.	4	101-250	Chile	LINARES, VII	<a href="http://www.agricolanova.cl">http://www.agricolanova.cl</a>
AGROCOMERCIAL LAS TINAJAS LTDA.	1	Unknown	Chile	PELEQUEN, VI	<a href="http://www.agrolastinajas.cl">http://www.agrolastinajas.cl</a>
AGROINDUSTRIA SAGRADA FAMILIA LTDA.	1	Unknown	Chile	SANTIAGO, XIII	<a href="http://www.sanco.cl">http://www.sanco.cl</a>
AGUAS CLARAS S.A.	6	501-1000	Chile	PUERTO MONTT, X	<a href="http://www.aclaras.cl">http://www.aclaras.cl</a>
CENCOSUD SUPERMERCADOS S A	187	5001 and more	Chile	SANTIAGO, XIII	<a href="http://www.cencosud.cl">http://www.cencosud.cl</a>
CHILE ANDES FOODS S.A.	20	101-250	Chile	SANTIAGO, XIII	
EMPRESA DE DESARROLLO PESQUERO DE CHILE S.A.	6	nov-20	Chile	SANTIAGO, XIII	
ESMERALDA S.A.	13	01-oct	Chile	SANTIAGO, XIII	
FIORDO BLANCO S.A.	2	101-250	Chile	PUERTO MONTT, X	<a href="http://www.camanchaca.cl">http://www.camanchaca.cl</a>
IMPORTADORA Y EXPORTADORA LATINFRUITS S.A.	4	01-oct	Chile	SANTIAGO, XIII	<a href="http://www.latingroup.cl">http://www.latingroup.cl</a>
MAINSTREAM CHILE S A	14	501-1000	Chile	PUERTO MONTT, X	<a href="http://www.mainstream.cl">http://www.mainstream.cl</a>
PESQUERA EICOSAL LTDA.	6	101-250	Chile	PUERTO MONTT, X	<a href="http://www.eicosal.cl">http://www.eicosal.cl</a>
PESQUERA EL GOLFO S.A.	9	1001-5000	Chile	CONCEPCION, VIII	<a href="http://www.elgolfo.cl">http://www.elgolfo.cl</a>
PRODUCTOS DEL MAR VENTISQUEROS S.A.	11	101-250	Chile	PUERTO MONTT, X	<a href="http://www.ventisqueros.cl">http://www.ventisqueros.cl</a>
PROYECTA CORP S.A.	4	nov-20	Chile	SANTIAGO, XIII	<a href="http://www.proyecta.cl">http://www.proyecta.cl</a>

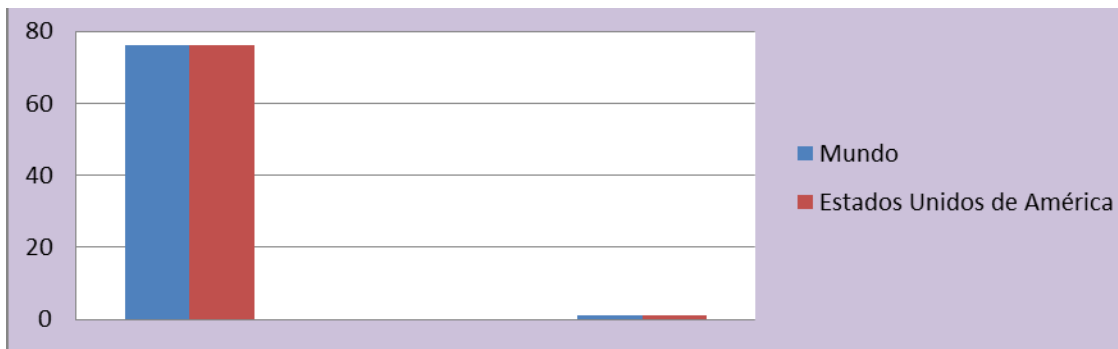
Fuente: [trademap.org/Compañías](http://trademap.org/Compañías). Empresas Chilenas Exportadoras Mora Congelada

**Tabla 22. Lista de empresas exportadoras en Estados Unidos de América**

Categoría de producto : Alimentos congelados (comercio)					
Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios	Número de empleados	País	Ciudad	Sitio web
Atalanta Corporation	36	101-250	Estados Unidos de América	Elizabeth	<a href="http://www.atalanta1.com">http://www.atalanta1.com</a>
Bridgford Foods Corp.	18	501-1000	Estados Unidos de América	Anaheim	<a href="http://www.bridgford.com">http://www.bridgford.com</a>
D and T Foods, Inc	4	21-50	Estados Unidos de América	Santa Clara	<a href="http://www.dtfoods.com">http://www.dtfoods.com</a>
Holdings, Inc.	8	5001 and more	Estados Unidos de América	Oakland	<a href="http://www.dreyersinc.com">http://www.dreyersinc.com</a>
Foodcomm International	4	21-50	Estados Unidos de América	Palo Alto	<a href="http://www.austerra.com">http://www.austerra.com</a>
Glacier Sales Inc	1	nov-20	Estados Unidos de América	Yakima	<a href="http://www.glaciersales.com">http://www.glaciersales.com</a>
Haitai Global, Inc.	16	01-oct	Estados Unidos de América	Tujunga	
I-X Global Trade	10	01-oct	Estados Unidos de América	Roseville	<a href="http://www.ixglobaltrade.com">http://www.ixglobaltrade.com</a>

Fuente: trademap.org/Compañías. Empresas Estadounidenses exportadoras de Mora Congelada.

**Frutos Conservados- Pulpa de Fruta (Partida Arancelaria 08.12.90.00).** Con las cifras soportadas anteriormente podemos concluir que Colombia no importa de manera frecuente pulpa de fruta, toda vez que la industria que la requiere la compra directamente a los productores nacionales.



**Figura 16. Importaciones colombianas Partida Arancelaria 08.12.90.00**

Fuente: Cálculos del CCI basadas en estadísticas de UN COMTRADE.

Unidad: Miles Dólar; Cód. Arancelario: 081120

**Tabla 23.** Países a los que Colombia exporto Cód. Arancelario: 081120

Exportadores	Valor importada en 2011	2011	Valor importada en 2012	2012	Valor importada en 2013	2013	Arancel
		Cantidad importada Toneladas		Cantidad importada Toneladas		Cantidad importada Toneladas	
Mundo	76	10	0	0	1	0	
Estados Unidos	76	10	0	0	1	0	0

Fuente: Cálculos del CCI basadas en estadísticas de UN COMTRADE

Unidad: Miles Dólar; Cód. Arancelario: 081120

**Balanza Comercial.** Se elaboró una balanza comercial por cada una de las partidas arancelarias, que han sido objeto de estudio en el presente proyecto de investigación. Entre las cuales se encuentran la partida arancelaria 08.10.20.00 para las frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas, frescas; la partida 08.11.20.00 correspondiente a las frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas y grosellas, congeladas y finalmente 08.12.90.00 Los demás frutos conservados (incluye la pulpa de fruta).

A continuación se describe en cada tabla la información respectivamente de acuerdo a las partidas arancelarias mencionadas anteriormente:

**Tabla 24.** Balanza comercial entre 2009 – 2013. Cód. Arancelario 081020

081020 frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas, frescas						
	2009	2010	2011	2012	2013	Tasa de crecimiento de los valores exportadas entre 2012-2013 (%)
Exportaciones	22 USD	17 USD	23 USD	15 USD	9 USD	-40
Importaciones	0 USD	0 USD	0 USD	0 USD	0 USD	0
Saldo en Balanza Comercial	22 USD	17 USD	23 USD	15 USD	9 USD	

Fuente: Cálculos del CCI basadas en estadísticas de UN COMTRADE

Unidad: miles Dólar EUA

Colombia es un país productor y comercializador de mora fresca, motivo por el cual muestra un saldo positivo en su balanza comercial ubicándola en una posición de superávit; la producción es direccionada al mercado nacional, pues esta fruta en fresco solo puede ser ingresada si cumple con las siguientes características: cultivos ubicados en el departamento de Cundinamarca exactamente de la Sabana de Bogotá, esto por motivos de certificación fitosanitaria siempre y cuando se declare que el producto proviene de un área controlada libre de *Anastrepha fraterculus*.

Las exportaciones de mora fresca han tenido un comportamiento muy regular, con un decrecimiento del 40% entre el año 2012 – 2013. Durante este último periodo Colombia exportó a las Antillas Holandesas, Aruba y Reino Unido, el mercado de los Estados Unidos se ubica en el décimo lugar.

Por su parte las importaciones de mora en fresco por parte de Colombia son nulas, siendo un país netamente productor en los últimos cinco años no ha demandado este producto a mercados internacionales.

**Tabla 25.** Balanza comercial entre 2009 – 2013. Cód. Arancelario 081120

081120 frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas y grosellas, congeladas						
	2009	2010	2011	2012	2013	Tasa de crecimiento de los valores exportadas entre 2012-2013 (%)
Exportaciones	66 USD	88 USD	145 USD	73 USD	82 USD	12
Importaciones	8 USD	0 USD	18 USD	33 USD	229 USD	594
Saldo en Balanza Comercial	58 USD	88 USD	127 USD	40 USD	-147 USD	

Fuente: Cálculos del CCI basadas en estadísticas de UN COMTRADE

Unidad: miles Dólar EUA.

La mora congelada presenta una mayor dinámica con respecto a la mora fresca, con una balanza comercial en superávit a excepción del año 2013 que presentó un déficit debido a que se importó de Chile y Estados Unidos 229 USD (miles Dólar EUA) mientras que el año 2012 sólo hubo una importación de Chile por 33 USD (miles Dólar EUA). Cabe

resaltar que esta partida arancelaria también incluye frutas como frambuesas, zarzamoras, moras-frambuesas por lo tanto los valores importados no solo corresponden a la mora, en el caso de las exportaciones es más factible determinar que se trate en mayor medida de este producto, dado que Colombia no produce actualmente frambuesa.

Los socios comerciales de Colombia en las exportaciones son Estados Unidos y España, obteniendo un crecimiento entre el año 2012 - 2013 del 12%. Las importaciones se realizan de forma esporádica y principalmente se originan de Chile y modestamente de los Estados Unidos.

**Tabla 26.** *Balanza comercial entre 2009 – 2013. Cód. Arancelario 081290*

<b>081290</b> Los demás frutos conservados provisionalmente						
	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>Tasa de crecimiento de los valores exportadas entre 2012-2013 (%)</b>
Exportaciones	0 USD	52 USD	12 USD	1 USD	1 USD	0
Importaciones	18 USD	0 USD	76 USD	0 USD	1 USD	0
Saldo en Balanza Comercial	-18 USD	52 USD	-64 USD	1 USD	0 USD	

Fuente: Cálculos del CCI basadas en estadísticas de UN COMTRADE

Unidad: miles Dólar EUA.

Bajo esta partida Colombia tiene poca dinámica de comercio internacional, en el año 2009 y 2011 su balanza fue deficitaria, en el año 2010 presento un superávit porque se realizó una importación al Reino Unido por 52 USD (miles Dólar EUA). No obtuvo una tasa de crecimiento, dado que su relación comercial es limitada. Partida.

## 11. Análisis del Mercado Específico

Estados Unidos un país altamente industrializado abre las puertas a los diferentes mercados internacionales productores de frutas congeladas y pulpas de fruta con el ánimo de procesar y entregar un producto final que cumpla con las tendencias del mercado norteamericano, ágil, de fácil acceso y en las grandes plataformas comerciales.

Analizando las características del mercado estadounidense encontramos que el consumidor considera la mora como una fruta nutritiva y refrescante, a nivel poblacional tiene una mayor concentración entre los 15-64 años de edad representada en un 66,8% del total de la población norteamericana, durante estas edades habitualmente se consume bebidas, jugos, mermeladas, jaleas y diversas preparaciones a base de frutas, además que es una población que asocia las propiedades de la misma con los beneficios para la salud, convirtiéndose en un mercado muy atractivo, otro de los factores a destacar es su excelente indicador de PIB Per cápita de USD 41.100 (en el año 2014), lo cual indica que el poder adquisitivo de la población es alto, guardando coherencia con los hábitos del consumidor que valora la comodidad en casa, la alimentación fácil y los buenos coches; sin embargo, la recesión ha transformado este panorama económico y al parecer ha modificado un poco sus comportamientos, optando por conductas más austeras.

La Balanza comercial estadounidense fue deficitaria durante el año 2012 USD \$387.030.397.422 indicando una fuerte dependencia en la importación de productos y servicios, que favorece las condiciones comerciales con Colombia ya que con la firma del Tratado de Libre Comercio, el producto puede ser exportado con arancel 0%.

La mora se ha establecido como una alternativa interesante en la elaboración y preparación de diversos productos que la industria demanda continuamente, razón necesaria para aumentar sus volúmenes de producción con el ánimo de abastecer la creciente demanda. Países como Chile trabaja en el desarrollo de nuevas variedades de Mora libres de espinas que permitan una cosecha más simple, al tiempo que sean distinguidas a nivel internacional, generando así un valor agregado al producto, de la misma forma se pretende destacar sus ventajas nutricionales y posicionarla como una fruta con grandes aportes a la salud humana.

**Oportunidades de la fruta en Estados Unidos.** Estados Unidos se abastece de Chile, México y países europeos como Serbia y Polonia entre otros. Existe una creciente y sólida tradición del uso de Mora (blackberry) en EEUU, por lo cual tienen buenas perspectivas de ventas si se conserva la calidad y se ofrecen buenos precios.

La mora se está exportando al país norteamericano como concentrado, pulpa de fruta o fruto procesado. El concentrado de mora que se comercializa en el mercado mundial corresponde a un producto de 10 a 14°Brix y la pulpa se exporta con un contenido de sólidos solubles superior a 8°Brix, estas se empacan en bolsas plásticas de 14 y 28 onzas y se congelan en bloques de 28 libras y la mora como producto procesado se exporta en forma de jugo, concentrado y pulpa congelada.

Para obtener un producto exportable y en óptimas condiciones es necesario que el área de producción (cultivos de mora) cuente con excelentes condiciones higiénicas y muy buenas prácticas de manipulación agrícola, manteniendo la calidad en cada uno de los procesos de comercialización; con respecto a las características físicas mínimas estas son: fruto con apariencia de fresca, limpios y totalmente sanos, no presentan olores que no sean los característicos de la fruta, su maduración es uniforme (color rojo y vino tinto), y finalmente son secos y firmes logrando una longitud mínima de 2.2 cm. y un diámetro de 1.5 cm.

**Condiciones de Acceso al mercado.** A partir de un estudio realizado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y la Corporación Colombia Internacional, los productos sujetos de importación por parte del mercado de Estadounidense deben cumplir con los mismos requisitos que los elaborados en ese país. Una vez las mercancías arriban a EE UU, los importadores deben depositar los documentos de entrada de las mercancías ante el distrito en el puerto de entrada.

La entrada de mercancías consta de dos partes:

- a. Entregar los documentos que contienen la información necesaria para determinar si la mercancía puede ser liberada.
- b. Entregar los documentos que contiene los datos necesarios para el cálculo de los impuestos y la elaboración de las estadísticas.

2. Dentro de los quince días laborales siguientes a la fecha de la llegada de un cargamento al puerto de entrada se deben depositar los documentos de entrada en lugar que determina el Director del Distrito o del área, a menos que se conceda una prórroga. Estos documentos son:
  - a. Manifiesto de entrada o solicitud y permiso especial para la entrega inmediata u otro formulario requerida por el director del Distrito.
  - b. Prueba del derecho de entrada.
  - c. Factura comercial o factura proforma cuando esta no puede ser presentada.
  - d. Lista de empaque, si aplica.
  - e. Otros documentos necesarios para determinar la admisibilidad de la mercancía.

El proceso de nacionalización debe ser realizado por el dueño, el comprador, o un funcionario autorizado. Los empleados y funcionarios de la aduana de dicho país no están autorizados para actuar como agentes importadores o transportadores, aunque pueden proporcionar cualquier orientación y ayuda al importador. Las únicas personas autorizadas por las leyes de EE UU para actuar en representación del importador son los agentes de aduanas, “Customs Brokers”, quienes son individuos privados o sociedades autorizadas por el Servicio de Aduanas.

- a) Los agentes de aduanas prepararán y depositarán los documentos aduanales necesarios y realizan los convenios correspondientes para el pago de los impuestos, tomarán las medidas para la entrega de las mercancías bajo custodia de la aduana y demás trámites.
- b) Finalmente, se realiza la inspección de la mercancía bajo las condiciones que salvaguarden apropiadamente la mercancía. La inspección es necesaria para determinar:
  - c) El valor de las mercancías y su derecho impositivo.
  - d) Si la mercancía está debidamente marcada con el país de origen y las etiquetas requeridas.
  - e) Si el embarque contiene artículos prohibidos.

- f) Si la mercancía ha sido debidamente facturada, si excede lo facturado o existe un faltante.
- g) Si el embarque contiene drogas ilícitas
- h) Algunas importaciones deben ser examinadas si cumplen con cierto requisitos de ley.

En las facturas deben consignarse los pesos y medidas del sistema métrico vigente en EE UU y no el sistema de pesos y medidas del país de origen de la mercancía.

A continuación se describen las competencias de las instituciones federales que regulan la importación de alimentos en Estados Unidos:

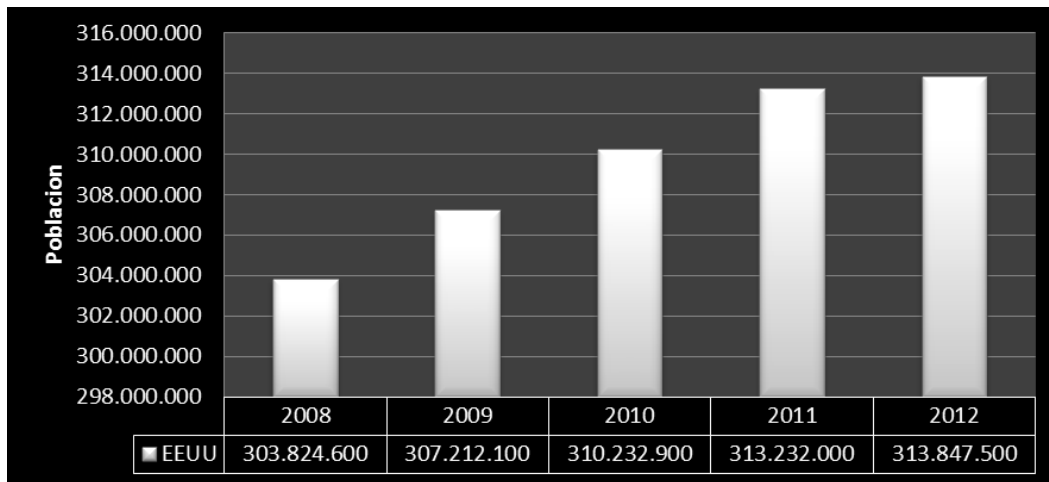
1. Departamento de Sanidad (HHS). El Departamento de Sanidad y Servicios Humanos o HHS (Department of Health and Human Services.

2. La Agencia de Alimentos y Medicamentos o FDA (por sus siglas en inglés Food and Drug Administration), es responsable de la seguridad del 80% de los alimentos comercializados en Estados Unidos. No es competente sobre los productos de los que se encarga el Departamento de Agricultura (carne, aves, huevos liofilizados). La FDA se ocupa de garantizar que los alimentos en mal estado, no aptos para el consumo o que contengan un etiquetado fraudulento no lleguen al consumidor.

**Información Demográfica.** Con una población de 31.128.839 personas Estados Unidos se convierte en uno de los mercados de excelente perfil a profundizar, para el 2013.

En los Estados Unidos, la población está creciendo y se concentra en un 66,8% en la población de 15-64 años, lo cual indica que es un país adulto con una tendencia futura a una pirámide más rectangular.

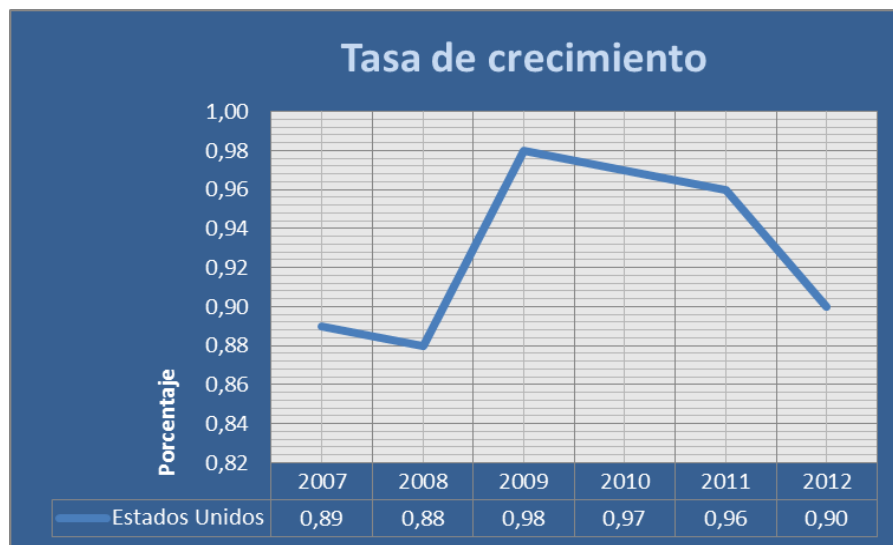
Tasa de crecimiento: durante el año 2011 y 2012 mantuvo un crecimiento constante en el número de sus habitantes, siendo un buen indicador de penetración de mercado.



**Figura 17. Población de EEUU**

Fuente: Indexmundi.

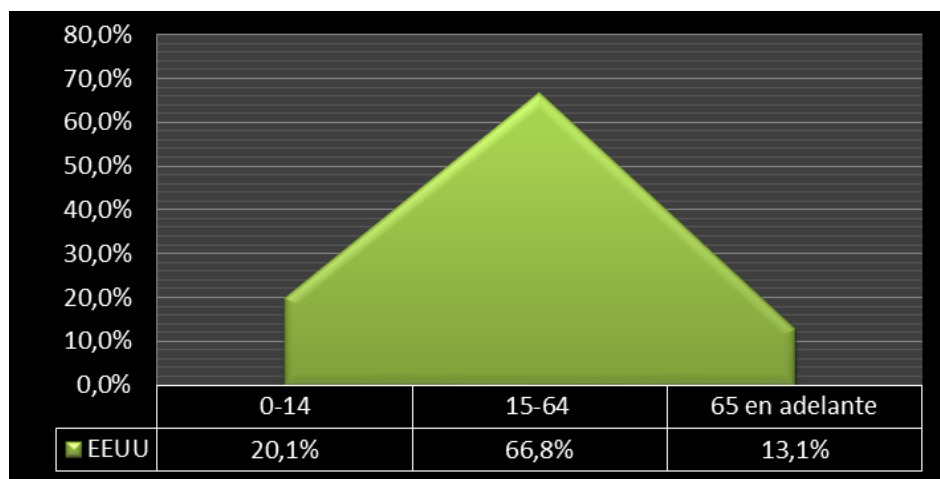
Aunque la tasa de crecimiento de su población tuvo mayor auge en el año 2009 frente al 2008, debido a un incremento en la población que pasó de 303.824.600 a 307.212.100 habitantes.



**Figura 18. Tasa de crecimiento**

Fuente: Indexmundi

En Estados Unidos la población se concentra principalmente en edades entre los 15-64 años de edad que representa un 66,8%. Lo cual representa un buen foco de comercialización del fruto.



**Figura 19. Distribución por edad**

Fuente: Indexmundi

La concentración de hombres y mujeres entre los 15-64 años es relativamente distribuida, lo cual no sucede en el rango de edad entre los 65 años y más en donde existe mayor cantidad de mujeres.

**Tabla 27. Rango de edades**

Rango de edad	Hombres	Mujeres
<b>0-14 años</b>	32.107.900	30.781.823
<b>15-64 años</b>	104.411.352	104.808.064
<b>65 años y más</b>	17.745.363	23.377.542

Fuente: Indexmundi

Una variable interesante a analizar es la *Tasa de mortalidad*. Dado que durante el año 2012 se presentaron 8,39 por cada 1000 habitantes. Si bien es cierto es una tasa de mortalidad baja, dentro de las causas más frecuentes se encuentran las enfermedades

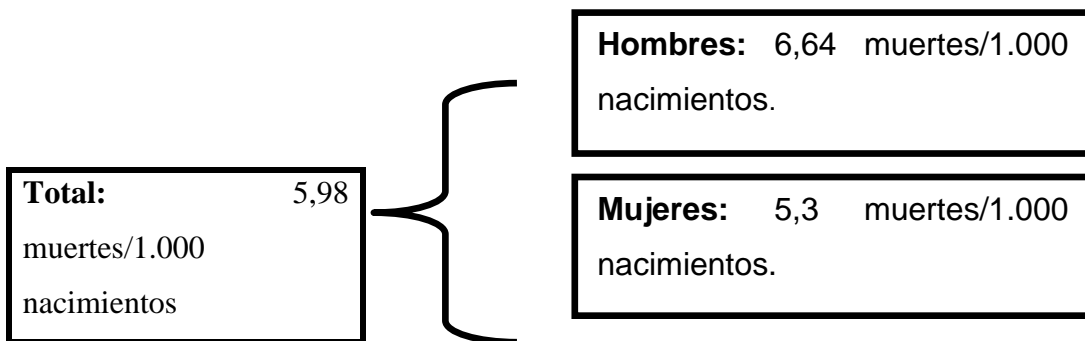
cardíacas, cáncer y AVC (accidentes vasculares cerebrales), es decir que gran parte de las muertes se producen por problemas de salud ocasionados principalmente por malos hábitos alimenticios y bajas rutinas de ejercicio; lo cual atribuye un valor agregado a la fruta, teniendo en cuenta sus innumerables beneficios.



**Figura 20. Tasa de mortalidad (muertes/100.000 habitantes)**

Fuente: Indexmundi

En el caso de la Tasa de Mortalidad Infantil, estados Unidos goza de una de las más bajas tasas de mortalidad infantil, por lo menos durante el año 2012 se presentaron 5,98 muertes por cada 1000 nacidos vivos.



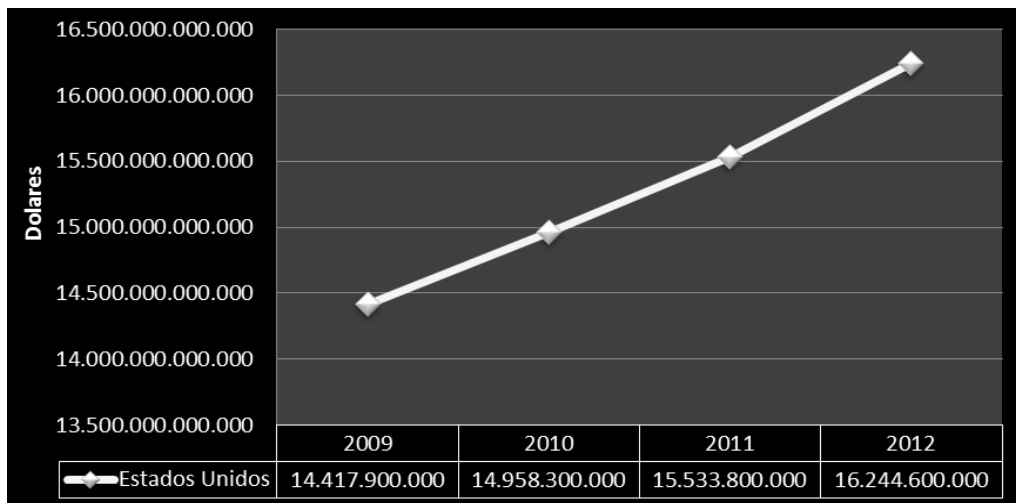
**Figura 21. Tasa de Mortalidad Infantil**

Fuente. Elaboración propia.

**Economía.** La economía estadounidense ha enfrentado situaciones adversas a nivel

económico, ya que ha sido el primer país en sufrir las consecuencias de la crisis financiera de 2009, pero en los últimos años ha logrado mantenerse a flote; a finales del año pasado presentó una buena tendencia que mostró su más rápido crecimiento anual desde el 2005. Siendo una de las economías más importantes y potentes del mundo, Estados Unidos ha experimentado la recesión más grave desde la crisis de los años treinta, con una contracción de la economía del 2,6% en 2009. A partir de un plan de estímulo fiscal y monetario de largo alcance que permitió el incremento del consumo de los hogares, entre otros elementos, la economía se recuperó en 2010, pero le cuesta elevarse desde entonces. El PIB creció 1,6% en 2013.

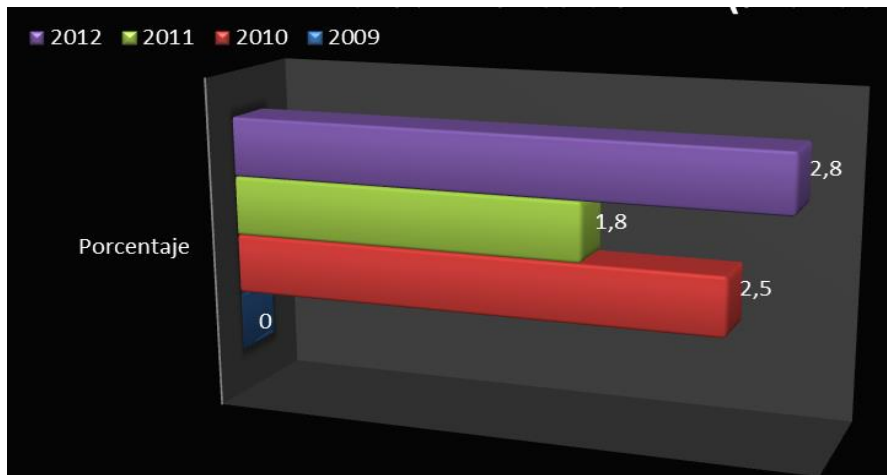
El PIB (US\$ a precios actuales) ha tenido un comportamiento tímidamente creciente durante los últimos cuatro años, siendo durante el año 2012 de US\$ 16.244.600.000.



**Figura 22. PIB de Estados Unidos**

Fuente: Indexmundi

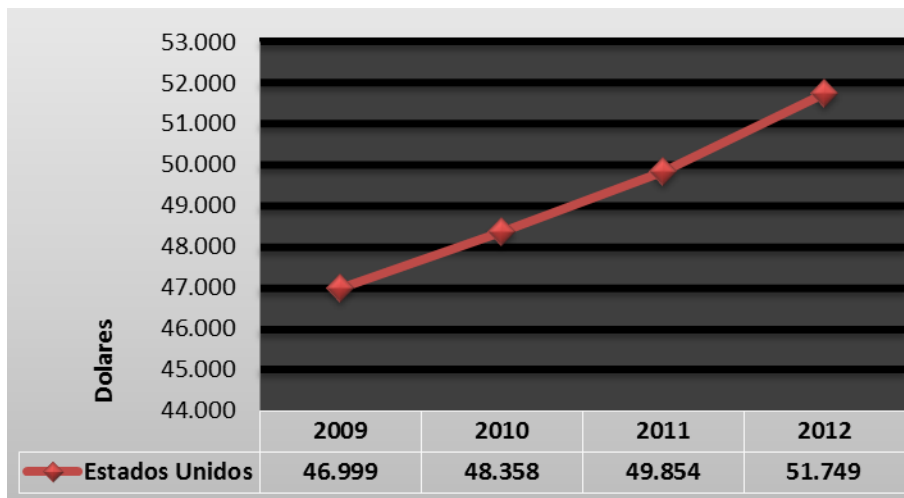
En cuanto a su Crecimiento (% anual), durante el año 2009 presentó un porcentaje negativo del 2,8%. En los siguientes años ha mejorado notablemente.



**Figura 23. Crecimiento del PIB**

Fuente: Indexmundi

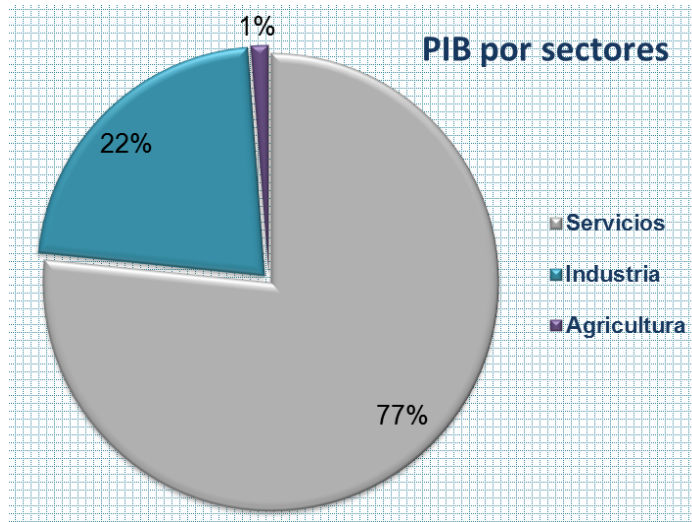
En el año 2012 el Producto Interno Bruto (PIB) per cápita de Estados Unidos fue de US\$51.749 registrando un leve crecimiento desde el año 2009 que presentaba US\$46.999, siendo así una de las naciones más ricas del mundo.



**Figura 24. PIB per cápita**

Fuente. datos.bancomundial.org

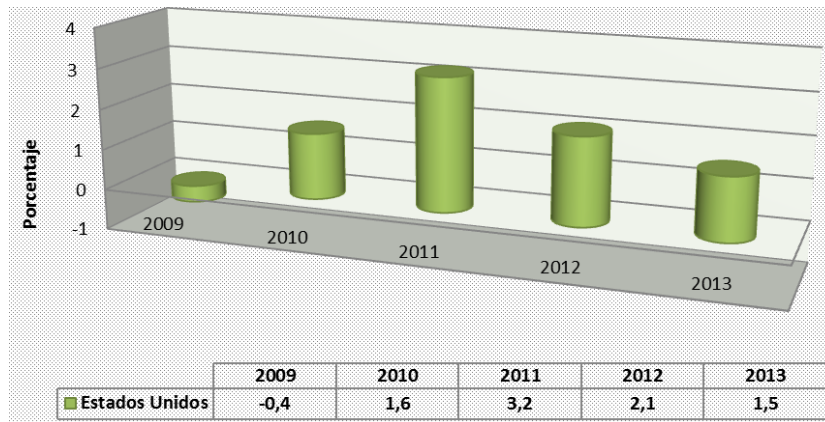
El sector que le aporta en mayor medida al PIB es el de servicios con 77%, seguido de la industria con un 22% y agricultura con un 1%, cabe resaltar que este último es subsidiado por el estado generando un poco de desequilibrio en el mercado.



**Figura 25. PIB por sectores**

Fuente. datos.bancomundial.org

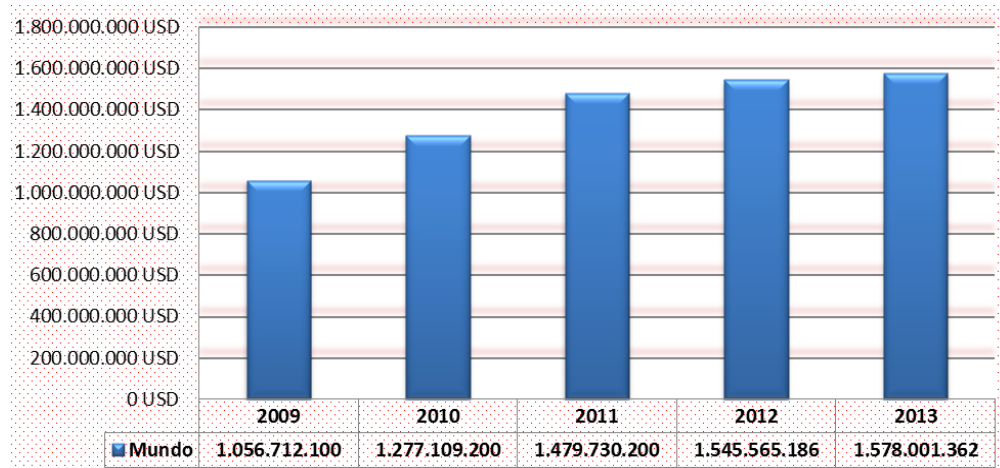
La Tasa de inflación ha presentado un buen comportamiento en 2013 fue de 1,5% con respecto a años anteriores la dinámica ha tendido a la baja, dado que en el año 2011 duplicaba la tasa del 2013.



**Figura 26. Tasa de inflación**

Fuente. datos.bancomundial.org

## Exportaciones de Estados Unidos



**Figura 27. Exportaciones de EEUU**

Fuente. datos.bancomundial.org

### Exportaciones – destino:

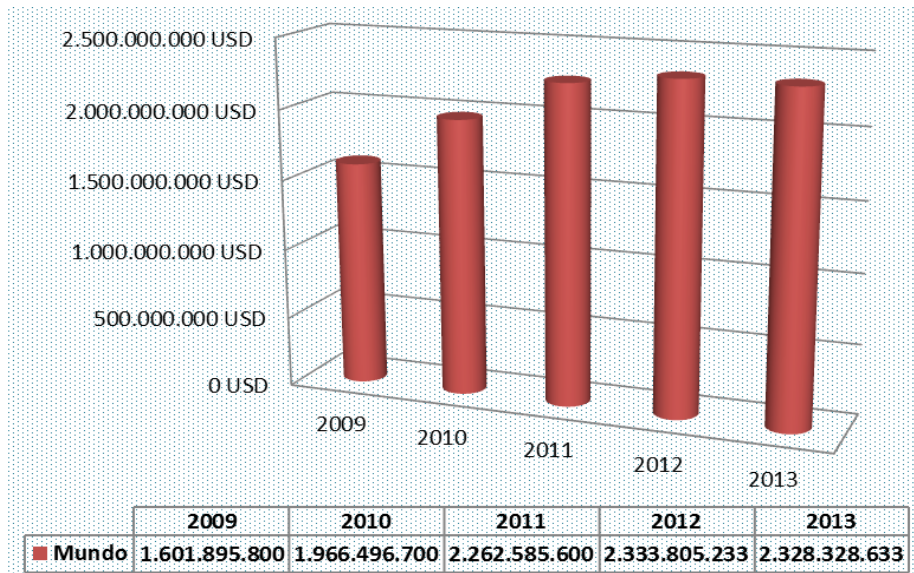
El destino de las exportaciones estadounidenses se concentran principalmente en China 10,4%, Japón 4,4%, Canadá 2,5%, México 2%

Principales Productos exportados por Estados Unidos en 2013.

1. Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía.
2. Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos
3. Armas y municiones y sus partes y accesorios
4. Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos.

### Importaciones

Estados unidos adquiere de mercados externos gran parte de los productos que demanda, es por ello hay un amplio potencial de penetración en el mercado norteamericano.



**Figura 28. Importaciones de EEUU.**

Fuente. datos.bancomundial.org

**Importaciones–procedencia.** La procedencia de las importaciones estadounidenses se concentran principalmente en China con un 12,30%, Alemania 8,10%, Canadá 2,50%, México 2,10% y Japón 4%.

**Principales Productos importados por Estados Unidos en 2013.** Vehículos y sus partes, productos agrícolas, suministros industriales, bienes de capital (ordenadores, equipos de telecomunicaciones, maquinaria eléctrica), bienes de consumo como ropa, medicinas, muebles y juguetes.

## **12. Diseño del Plan de Negocios para el Mercado de Estados Unidos (Mercado Seleccionado)**

A partir del análisis realizado a la dinámica de la Mora en Colombia y específicamente en el departamento Santander se evidencia una gran oportunidad para la exportación de esta fruta a los Estados Unidos, país que se destaca por su crecimiento económico y que posee una de las economías más estables y diversificadas del mundo en materia de industria y servicios. Históricamente ha sido uno de los principales socios en materia comercial de Colombia, en los últimos años el comercio bilateral con el país norteamericano ha adquirido mayor dinamismo, razón por lo cual desde el año 2011 se cuenta con la aprobación del Tratado de Libre Comercio: Colombia – EEUU que facilita el acceso al mercado estadounidense, el incremento de oportunidades de negocio y la disminución de aranceles, impulsando grandes ventajas y beneficios a los exportadores colombianos, permitiéndole al país convertirse en un importante aliado comercial.

Con el fin de materializar la exportación de la mora es necesario que el departamento de Santander ajuste algunas falencias que presenta el manejo del cultivo, cosecha y comercialización de la fruta, la mano de obra actual es admisible, pero puede ser mejor calificada por lo tanto debe continuar el acompañamiento a los productores en el mejoramiento de las buenas prácticas agrícolas (BPA) por medio de la ejecución de proyectos que impulsen su desarrollo y aplicación a los procesos productivos, entre otras porque se estima el incremento en la demanda y la necesidad de un producto de calidad. La falta de organización por parte del estado colombiano y las entidades de apoyo institucional al agro no permiten identificar a tiempo este tipo de situaciones para diseñar planes de acción que mitiguen su impacto.

Concentrarse sólo en el mercado estadounidense puede causar una nociva dependencia, por lo tanto se proyecta exportar a Europa en un largo plazo, tiempo en el cual Santander se haya preparado para atender la demanda y las exigencias del continente europeo, dada la cantidad de habitantes que albergan y el constante crecimiento de su economía. Si bien en este momento para el departamento no es viable concentrar esfuerzos para exportar a la UE, es necesario crear estrategias para aproximarse a este mercado y

obtener la mayor utilidad al acuerdo comercial que beneficia a las partes, por lo tanto es necesario que Colombia invierta en el progreso de la población campesina y elimine los intermediarios que incrementan sus costos e impiden mayor grado de comercialización.

**Tabla 28.** Descripción del producto o servicio: Ficha Técnica pulpa de mora

<b>Nombre.</b> Pulpa de Mora	
<b>Nombre Científico.</b> Rubus glaucus	
<b>Composición.</b> Pulpa de mora antioxidante (ácido ascórbico), acidulante (ácido cítrico).	
<b>Partida Arancelaria.</b> 08.12.90. Frutas y frutos, conservados provisionalmente, pero impropias para consumo inmediato.	
<p><b>Proceso de Elaboración.</b> Fruto 100% natural. Producto sin diluir ni concentrar, obtenido por la extracción y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, sanas y maduras. Sometido a un proceso de extracción y refrigeración para mantener su conservación. Libre de partículas extrañas con olor, color y sabor característicos de la fruta.</p>	
<b>Método de Conservación.</b> Es un producto perecedero, susceptible del mal manejo. Se transporta congelado a 10°C.	
<b>Usos.</b> El fruto es rico en vitamina C, calcio y fósforo, agridulce, y apto para obtener jugos, néctares, mermeladas, jaleas, helados, repostería y confitería, entre otros.	
<p><b>Agencias Reguladoras en el país destino</b></p> <p>Food and Drug Administration, FDA; Center for Food Safety and Applied Nutrition, CFSAN/FDA; U.S. Customs Service./U:S: Department of the Treasury; U.S. Environmental Protection Agency, EPA/USDA; U.S. Department of Agriculture, USDA; U.S. Patent and Trademark Office, USPTO; U.S. Customs and Border Protection, CBP; U.S. International Trade Commission, USITC; Tratado de Libre Comercio CA-USA-RD, CAFTA-RD</p>	
<p><b>Reglas de Origen Específicas</b></p> <p>Se requiere una certificación del productor o exportador de la mercancía de origen que consigne: (a) el nombre de la persona certificadora, incluyendo, cuando sea necesario, información de contactos u otra información de identificación; (b) clasificación arancelaria bajo el Sistema Armonizado y una descripción de la mercancía; (c) información que demuestre el lugar de origen de la mercancía; (d) la fecha de la certificación; y en el caso de una certificación general (b), el período que cubre la certificación. La</p>	

autoridad aduanera de la parte importadora podrá requerir al exportador que presente una traducción de la certificación en el idioma de la parte importadora.
---

Fuente: Elaboración propia.

**Origen de la realización del estudio.** El origen de la presente investigación surge al conocer la necesidad de los productores de mora por certificar sus fincas con buenas prácticas y técnicas agrícolas ante el Instituto Colombiano Agropecuario - ICA. En este proceso de tecnificación ha recibido el acompañamiento de la Oficina de Desarrollo Rural del municipio de Piedecuesta, quien adelanta gestiones para impulsar la certificación de las mismas. Los primeros pasos dados por entidades como la Alcaldía, el Sena y el ICA han logrado concientizar a los productores sobre la importancia de generar un fruto de alta calidad, con el fin de proyectar la venta de la mora producida en el municipio a nivel nacional e internacional representando así un incremento en el nivel de las ventas, de oportunidades y de permanencia en el mercado.

Dentro de este proceso se plantea construir un centro de acopio, procesamiento y comercialización que permita la continuidad de la cadena frío preservando la fruta de posibles alteraciones. También generar impacto en las ventas, reducir intermediarios y mejorar su precio de comercialización.

**Funcionalidades básicas del producto o servicio.** La pulpa de fruta es utilizada para realizar diversas preparaciones, existen dos tipos de consumidores entre los cuales se encuentran:

Cliente de la industria: Son compañías que utilizan la pulpa de fruta como materia prima para elaborar refrescos, jugos, jaleas, helados, yogures, mermeladas, entre otros, existe una gran demanda del producto para procesamiento industrial debido a que el consumidor estadounidense busca mayor agilidad, simplicidad y facilidad en la alimentación.

Dentro de este grupo de clientes también se incluyen a las empresas que adquieren el producto para realizar diversas preparaciones de acuerdo a sus necesidades como lo son

restaurantes, clubes sociales, hoteles y empresas de alimentación que prestan servicio a colegios, hospitales, universidades centros penitenciarios, entre otros.

Consumidores Finales: conformados por los hogares, amas de casa y personas en general que utilizan la pulpa de fruta para la preparación de jugos, batidos, postres, helados, salsas etc.

Uno de los elementos a favor es que el mercado estadounidense prefiere consumir productos cada vez más libres de aditivos, sin conservantes, de aporte nutricional, fácil preparación; adicionalmente la creciente población de latinoamericanos en los Estados Unidos ha suscitado un cambio en las costumbres gastronómicas, lo cual impacta en el incremento de las exportaciones de los productos originarios del sur y centro américa.

### **Valor distintivo para el consumidor.**

Necesidades que satisface. Ofrecer al consumidor estadounidense un producto natural de alta calidad elaborado con frutas frescas, las cuales contienen gran variedad de propiedades nutricionales y grandes beneficios para la salud. La fruta contiene vitaminas A y C, minerales, enzimas y carbohidratos, además de antioxidantes. La Mora disfruta una alta demanda por su sabor y buen rendimiento, dentro de las formas de consumo se encuentran múltiples preparaciones caseras, pero en el caso del mercado estadounidense específicamente es demandada por la industria alimenticia que la adquiere como fruta en fresco, congelada y en pulpa; la agroindustria demanda el producto en mayor proporción debido a que el suministro de la fruta les permite además de garantizar la continua elaboración de jugos, yogures, refrescos, salsas, mermeladas, diversificar sus líneas producción.

Uno de los aportes más significativos que impactan directa e indirectamente en la satisfacción de las necesidades del exigente consumidor norteamericano es la preparación de alimentos libres de químicos y que aminoren el deterioro del medio ambiente. Razón por la cual el acompañamiento que han recibido los productores en cuanto al apoyo técnico y el programa instructivo de buenas prácticas agrícolas contribuyen a la excelente calidad de la fruta ya que existe mayor conciencia sobre el proceso de siembra, cosecha y pos cosecha, culminando en la recolección, almacenamiento y transporte de la misma.

Por otra parte, las condiciones climáticas que goza la zona rural del municipio de Piedecuesta permite una mejor calidad, color y tamaño del fruto, es decir la mora se adapta a diferentes alturas sobre el nivel del mar en un rango entre los 1.200 a 3.500 metros, en el caso de la mora de castilla el rango de altura más apropiado es de 1.800 a 2.400 metros, con una temperatura entre 16 a 18 °C, condiciones que posee el área rural objeto del presente estudio.

## **Análisis del Mercado**

**Descripción Mercado potencial.** La economía estadounidense sigue consolidándose como una de las más fuertes y renovadas del mundo, con un Producto Interno Bruto al año 2013 de USD\$16,77 billones y un PIB per cápita de US\$53.042 durante el mismo periodo, se convierte en un mercado estratégico y de gran proyección. Es el socio comercial más atractivo para Latinoamérica y el comercio mundial; con una participación del 12,4% en las importaciones mundiales durante el año 2013 se abastece principalmente de China, Canadá y México respectivamente. En cuanto a las exportaciones ocupó el segundo lugar contribuyendo el 8,8% a nivel mundial.

La firma del Tratado de Libre Comercio entre Colombia – EEUU extiende una ventana de oportunidades para el mercado de las frutas ya que el país cuenta con climas tropicales y tierras ricas en nutrientes que le permiten mantener una oferta en épocas en las que otros mercados no tienen producción, además de su amplia variedad agrícola. Con la entrada en vigencia del tratado de libre comercio estos productos pagarán un arancel del 0%.

En la dinámica mundial de las frutas congeladas Estados Unidos fue uno de los principales importadores de este producto durante el año 2013 con una participación del 12%, sus proveedores fueron Chile, México y Serbia. Mientras que las exportaciones de fruta congeladas provenientes de EEUU ocuparon solo un 3,1% dentro de sus principales socios se encuentran Canadá, Emiratos Árabes y Japón.

La mora congelada posee un alto potencial de mercado en los Estados Unidos, es un producto que constantemente debe ser importado debido a los bajos niveles de producción interna que no suplen la demanda de la agroindustria y de los hogares norteamericanos.

### **Tamaño del mercado**

El mercado estadounidense es estimado como uno de los más fuertes y con un alto nivel de consumo en el mundo. Cuenta con una población total de 316.128.839 habitantes cifras al año 2013 y un PIB per cápita de US 53.042 durante el mismo periodo. La mayor parte de la población es adulta con un rango de edad entre los 15 a 64 años concentrando un 66,5% de la población total.

El mayor número de habitantes según censo realizado en el año 2010 se encuentra principalmente en los estados de California con 37.253.956 personas, Texas 25.145.561, Nueva York 18.976.457 y la Florida 15.982.378. Estados ubicados geográficamente en el sur de país y posee una gran diversidad étnica predominantemente población blanca, seguida de la negra, hispana y asiática.

La Población latina en los Estados Unidos es una de las minorías más grandes y de mayor proyección de crecimiento. En el año 2010, la población hispana alcanzó más del 16% de la población total, y la perspectiva para el año 2020 es que supere el 21%. Se estima que el crecimiento demográfico en los estados ubicados en el sur y oeste del país se deba particularmente a los latinoamericanos. Los países origen de los hispanos son: México, Cuba, Colombia, República Dominicana, Puerto Rico, España, y el Salvador. Una tercera parte de los latinos que viven en los Estados Unidos son sudamericanos.

Uno de los factores a resaltar es que el consumo personal y la dinámica en el comercio al por menor han sido los principales elementos que han contribuido a la recuperación de la economía en este país. Es un mercado que posee diversas oportunidades en cuanto a gustos y presupuestos, es por ello que el exportador no solo debe pensar en competir con precios sino con un producto de calidad.

A continuación los estados potenciales para exportar la fruta.

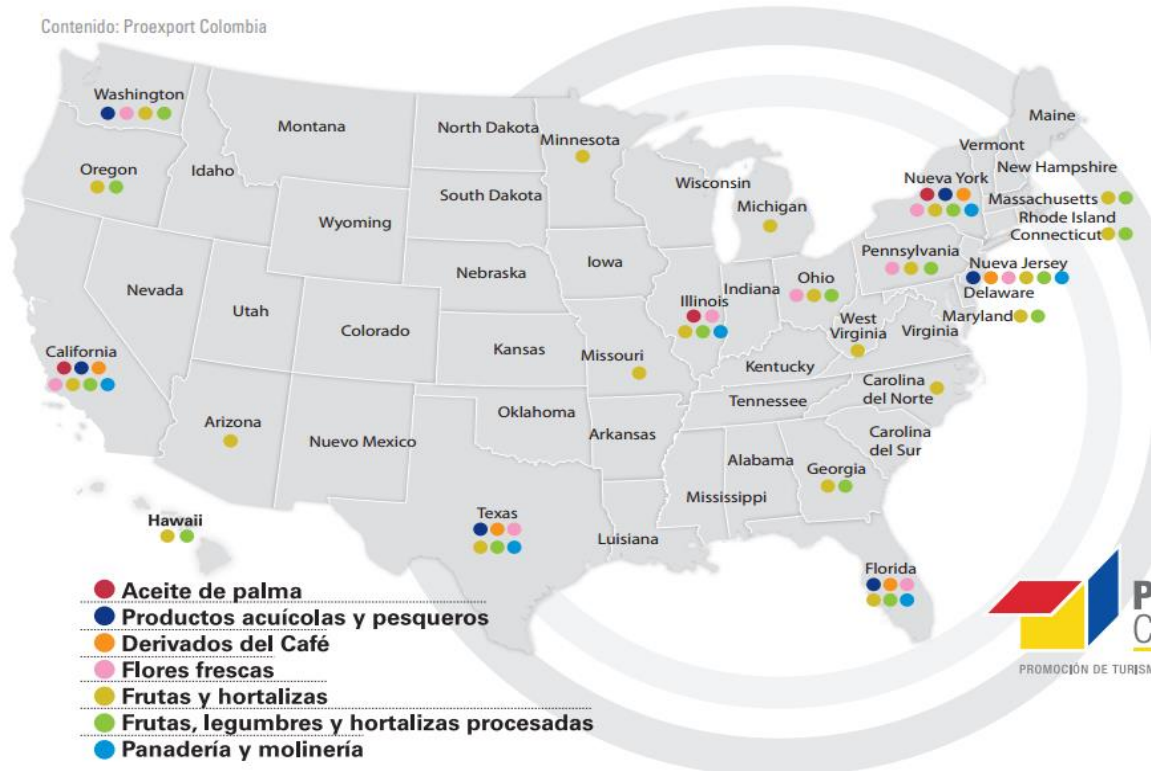


Figura 29. Estados potenciales para exportar la fruta en EEUU.

Fuente. Proexport.

**Tendencias del mercado estadounidense.** En estados unidos el consumo de frutas y verduras se ha potencializado debido a la necesidad por parte del consumidor de cambiar sus hábitos alimenticios por víveres que proporcionan beneficios médicos y de salud. El incremento de enfermedades del corazón, cáncer, diabetes, aterosclerosis e hígado, así como la obesidad son problemas de salud pública que requieren de una urgente intervención en la nutrición del consumidor estadounidense en aras de mejorar su calidad de vida, razón por la cual su consumo de frutas, verduras y legumbres ha marcado una tendencia que tiende a consolidarse de forma permanente.

Los productos de origen natural que benefician y aportan nutricionalmente tienen una alta demanda en el mercado norteamericano, tendencia que durante el año 2014 se mantuvo según el Datamonitor Consumer, por lo tanto se prevé que más de la mitad su

población aumente el consumo diario de frutas y verduras. Otro de los factores que aprecian los consumidores estadounidenses es el tiempo empleado en la elaboración de comidas para obtener el producto final de forma ágil y rápida, evitando pérdidas de tiempo.

A partir de análisis realizado sobre la guía comercial para penetración del mercado de los Estados Unidos en el 2012 por parte de Procolombia, el mercado estadounidense se compone de cincuenta estados, cada uno de ellos posee una normatividad, reglamentación y nivel cultural distinto razón por la cual el empresario deberá diseñar diversas estrategias que logren alcanzar cada tipo de mercado; a continuación se listan algunos de los elementos necesarios a tener en cuenta:

1. No abarcar el país como un único mercado, ya que este se conforma de 50 estados con múltiples características culturales.
2. Seleccionar las áreas geográficas dentro del país que pueden ofrecer mejores oportunidades de negocio.
3. Es necesario realizar un estudio de mercado previo con el fin de identificar clientes, proveedores, preferencias, competidores, entre otros.
4. Comprobar si la capacidad instalada se encuentra en óptimas condiciones de obtener un producto exportable, evitando así que la oferta sea insuficiente y no supla la demanda de los consumidores.
5. Competir con productos de calidad ya que el mercado de Estados Unidos por su dimensión ofrece numerosas oportunidades para todos los gustos y presupuestos.

**Barreras de entrada y salida.** Las exportaciones de fruta deberán respaldadas por el certificado fitosanitario, expedido por el Ministerio de Agricultura (Instituto Colombiano de Agricultura), en el cual logra identificar que la carga ha sido inspeccionada conforme a los requerimientos fitosanitarios de los Estados Unidos.

Todo embarque de frutas y vegetales es revisado por la FDA en las aduanas de los Estados Unidos, para determinar si los productos cumplen con la normatividad y se encuentran libres de plagas, enfermedades, residuos de plaguicidas, fungicidas y herbicidas.

Conforme a las normas establecidas por la Administración de Productos Alimenticios (Food and Drug Administration, FDA), los productores de frutas y vegetales frescos y congelados, deben utilizar solamente químicos registrados para determinado producto o grupo de productos indicados y proceder en su utilización, de acuerdo a las instrucciones en el envase de los productos químicos aprobados.

Para prevenir la contaminación de alimentos, productos animales, vegetales y medicamentos se establece la Ley sobre "Seguridad en Salud Pública, Preparación y Respuesta contra el Bioterrorismo", que obliga a las empresas a registrarse bajo la autoridad del FDA.

En Colombia se debe contar con el permiso solicitado ante el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos- INVIMA.

Es necesario contar con la certificación de las BPA (Resolución 4171 que emite por el ICA), este requisito es de obligatorio cumplimiento al momento de mostrar el producto tanto a nivel nacional como internacional, ya que garantiza los suelos, la nutrición de las plantas, el personal y la protección de los cultivos.

### **Entorno competitivo**

Los mercados más activos a nivel comercial con Estados Unidos y que representan una fuerte competencia en la región son Chile y México. A nivel latinoamericano Chile posee una gran ventaja tras su grandiosa inserción internacional y que le ha permitido explorar nuevos mercados, abarcarlos y mantenerse en ellos. Otro de los elementos a favor es la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre los dos países que entró en vigor el 1 de enero de 2004, acuerdo que no sólo integra la comercialización de bienes, sino también normas sobre contratación pública, inversiones, propiedad intelectual, servicios, temas ambientales y laborales. A diferencia de Colombia que firmó el TLC con el país norteamericano hasta el año 2011 y que se encuentra consolidando su relación comercial, Chile ya cuenta con una porción del mercado.

La participación de las exportaciones Chilenas a Estados Unidos corresponden el 12,7% y principalmente se exporta cobre y manufacturas de cobre, Frutos comestibles

cortezas de agrios entre los cuales se destacan las frutas, el salmón y los alimentos procesados.

México por su parte es un aliado estratégico y socioeconómico de Estados Unidos, país con el cual no sólo comparte una frontera de más de 3,000 km sino una relación comercial muy dinámica, dado su proximidad geográfica. En cuanto a importaciones es el tercer socio comercial de EE.UU representando un 12,2% y a nivel de exportaciones ocupa el segundo lugar con una participación del 14,3% mientras que para México el primer socio comercial es el mercado norteamericano con un aporte del 78,9% de sus exportaciones. El modelo de economía y de política comercial aplicada por los Estados Unidos considerada como una de las más abiertas del mundo le ha permitido a México explorar nuevas estrategias de profundización y penetración de mercados a fin de satisfacer la demanda de productos y servicios por parte del consumidor estadounidense. Adicionalmente El comercio agrícola ha sido uno de los más activos a partir de la implementación del NAFTA en 1994 generando como resultados beneficios mutuos en los sectores agrícolas de ambos países.

### **Evolución y crecimiento**

El departamento de Santander ocupa el segundo lugar en áreas sembradas con 1923 hectáreas y una producción de 20531 toneladas, su rendimiento es de 10,7 Ton/Ha; Cundinamarca, Santander y Antioquia son los departamentos mejor posicionados en área y producción, sin embargo, junto con el eje cafetero y Norte de Santander presentan los mejores rendimientos. En la temporada invernal (junio-julio) ha hecho que las producciones y rendimientos de la mora en todo el territorio nacional hayan disminuido

Es relevante observar que existen departamentos con un área extensa pero con rendimientos poco significativos, como es el caso de Cundinamarca. Como resultado del análisis encontramos que el eje cafetero constituye uno de los departamentos con mayores rendimientos, en parte a que existe una mejor administración de los recursos.

El Ministerio de agricultura y desarrollo rural proyecta un crecimiento para Colombia durante los próximos años así:

**Tabla 29.** *Proyección de crecimiento para Colombia durante los próximos años*

PROYECCION COLOMBIA- SANTANDER								
Variable	2012	Sant 2012	2013	Samt 2013	2014	Sant 2014	2015	Sant 2015
Area( Ha)	14.130	2.084	14.793	2.182	15.456	2.279	16.119	2377
Prod. (Ton)	118.720	21.554	123.294	22.384	127.868	23.214	132.441	24045

Fuente. MADR

El MADR calcula un crecimiento del 15% Área y 18% Producción, para Santander anualmente, adicional muestra el aporte actual de los principales Municipios del Departamento, así:

**Tabla 30.** *Aporte actual de los principales Municipios del Departamento Santander*

municipio	codigo	codigomu	nombre	sector	subgrupo	areasemb	participa	areacosec	participa	produccio	participa	rendimien	participa
Suratá	68	68780	MORA	Agrícola	MORA	120	5,54	105	5,46	420	2,05	4	1,6
Bolívar	68	68101	MORA	Agrícola	MORA	299	13,8	271	14,1	3252	15,84	12	4,8
Charta	68	68169	MORA	Agrícola	MORA	202	9,32	198	10,3	2178	10,61	11	4,4
Guaca	68	68318	MORA	Agrícola	MORA	180	8,31	80	4,16	1360	6,62	17	6,81
Piedecuesta	68	68547	MORA	Agrícola	MORA	610	28,15	600	31,21	7800	37,99	13	5,21
Santa Barbara	68	68705	MORA	Agrícola	MORA	105	4,85	97	5,05	873	4,25	9	3,6

Fuente. MADR

Actualmente la Mora de castilla, en el Departamento de Santander, representa más de 1.900 Hectáreas sembradas, según la UMATA (Unidad Municipal de Asistencia Técnica Agropecuaria), pues esta fruta tiene el primer puesto en producción en el Departamento, apoyándose principalmente por los municipios de Piedecuesta, Bolívar, Charta, el playón, Florián, Floridablanca, Guaca, Jesús María, La belleza, san Vicente de Chucuri, Surata, Zapatoca y santa bárbara. Existen asociaciones que brindan apoyo y orientación a los productores de estas zonas tales como: Asomoreros, Asoplanadas, Asomocri, Asocharta, Afruzap, Asoproagro, entre otras.

### **Análisis de la Competencia**

A nivel latinoamericano Colombia tiene una gran competencia en el mercado de la fruta congelada que es importada por los Estados Unidos, países como Chile durante el año 2013 gozó de una participación del 72,4%, en el caso de México el aporte fue tan solo del 9,7% pero su tasa de crecimiento en los valores importados entre el 2009 – 2013 es del 54% manteniendo así su dinámica exportadora.

Los productos de frutas congeladas y en particular el de la Mora hace parte de un mercado muy competitivo en los Estados Unidos, es tal que las exportaciones chilenas de moras congeladas han crecido de manera significativa durante los últimos diez años, alcanzando 16.386 toneladas, con ventas que bordearon US\$42,4 millones de dólares en el año 2012. A diferencia de las exportaciones de mora en fresco que han disminuido drásticamente, desde 132 toneladas en 2003 a cero en 2012, debido a la fuerte competencia con México por ventas a EE.UU.

En el caso de México se destaca en el mundo como exportador de productos agroalimentarios, tiene un PIB USD \$1,178 billones, las exportaciones de frutas congeladas durante el año 2013 fueron de USD \$11.759.000. Las moras y la frambuesa, son productos agrícolas que han presentado un crecimiento sostenido con importantes tasas de crecimiento en la zona de Michoacán y en Jalisco en los últimos 10 años.

Para Chile el mercado de mayor importancia es Estados Unidos, con el cual concentra la mayor demanda de frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas como fruta fresca o congelada, seguido por el mercado europeo que presenta una alta demanda. Tienen un PIB USD \$269,9 mil millones. Actualmente los cultivos de moras se encuentran distribuidos en la región de Valparaíso y Los Ríos, Sin embargo, las exportaciones de moras congeladas han presentado un crecimiento en los últimos diez años, llegando 16.386 toneladas, equivalentes a 42,4 millones de dólares en la temporada 2012.

Las moras congeladas que produce el país Chileno han sido exportadas principalmente, a Estados Unidos con 8 millones de dólares, seguido de Países Bajos con 4,4 millones de dólares, Francia con 3,6 millones de dólares y Canadá con 3,5 millones de dólares.

Los volúmenes y los valores de exportación se comportaron de manera creciente entre 2003 y 2008, pero en la temporada 2009 los precios y exportaciones decayeron

considerablemente, impulsados por la recesión económica en Estados Unidos a partir de 2008. Luego de dos años de precios bajos, en la temporada 2011 se observó un aumento considerable en los precios, tendencia que continuó durante la temporada 2012.

Las exportaciones de mora de castilla como producto congelado tiene grandes oportunidades de crecimiento en el mercado de los Estados Unidos, pero es importante tener en cuenta que los productores en conjunto con la Alcaldía y Federación de Moreros deberán consolidar una serie de estrategias para impulsar el producto, destacar su calidad y marcar diferencia frente a los demás variedades de fruto que importa el mercado estadounidense y que ya conoce, para lograr este resultado será necesario desarrollar con los productores las buenas prácticas agrícolas(BPA), certificar las áreas de cultivos ante el ICA e incrementar los volúmenes de producción. A partir de la evaluación de los factores mencionados los productores estarán preparados para enfrentarse al mercado internacional. De la misma forma debemos aprovechar los beneficios arancelarios entre otros que nos ofrece el TCL Colombia - EEU que recientemente fue firmado y aprobado.

### **Consumidor Objetivo**

**Factores clave de compra para los consumidores.** Las características sobresalientes del consumidor de frutas y hortalizas norteamericano son la calidad, seguridad, comodidad, aporte a la salud, disponibilidad del producto, innovación y precio. Los aspectos de salud son los más significativos para los consumidores norteamericanos ya que les interesa que el producto contenga la mayor información posible acerca antes de consumirlo, y así mantener el control en el consumo de grasas, la prevención de enfermedades y la disminución del proceso de envejecimiento.

Otra de las razones del consumo de fruta se debe a la diversidad étnica que tiene Estados Unidos, que se debe a la inmigración de habitantes que han generado un crecimiento de la población y un cambio cultural, muchas de las costumbres culinarias propias de países latinoamericanos han sido trasladadas y compartidas con los norteamericanos.

Los productos que requieran bajo nivel de preparación tienen una alta demanda por efectos de facilidad de elaboración y de optimización del tiempo en labores domésticas. Razón por la cual el mercado de productos listos para consumir, entre los que se incluyen las comidas preparadas o congeladas, es uno de los más dinámicos en Estados Unidos.

Una vez se consolida el producto es necesario contar con la disponibilidad del mismo durante todo el año, es un factor y requisito básico que aprecia el consumidor estadounidense. En consecuencia el exportador debe evaluar y monitorear de forma permanente su capacidad para mantener los volúmenes demandados durante el lapso de tiempo necesario, así como indagar si la producción interna o el producto importado proveniente de otros países es limitado.

**Factores de Calidad.** La Mora de Castilla de la variedad *Rubus glaucus* Benth, es utilizada para el consumo fresco o como insumo para el procesamiento industrial, por efectos de calidad es necesario que el proceso de selección, manipulación, limpieza, empaque, transporte, y descargue sea mucho más minucioso de manera que llegue satisfactoriamente al lugar de destino. La fruta debe contener las siguientes características mínimas:

1. Enteras, con la forma característica de la variedad.
2. De aspecto fresco y consistencia firme.
3. Sanas, libres de ataques de insectos o enfermedades.
4. Limpias, exentas de olores, sabores o materias extrañas visibles.
5. Prácticamente libres de magulladuras, humedad exterior anormal.
6. Deben tener drupillas bien formadas, llenas y bien adheridas.
7. Los frutos deben tener cáliz.
8. La coloración del fruto debe ser homogénea y acorde con el estado de madurez.

**Listado de empresas.** A continuación se relacionan algunas de las empresas que exportan e importan el producto como fruto congelado a los Estados Unidos.

**Tabla 31. Empresas importadoras en EEUU**

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	País	Ciudad	Sitio web
Ajinomoto Frozen Foods U.S.A., Inc.	5	EE.UU	Portland	<a href="http://www.ajichem.com">http://www.ajichem.com</a>
Calavo Growers Inc	12	EE.UU	Santa Paula	<a href="http://www.calavo.com">http://www.calavo.com</a>
Encore Fruit Marketing, Inc.	17	EE.UU	San Dimas	<a href="http://www.encorefruit.com">http://www.encorefruit.com</a>
Evolution Fresh, Inc.	3	EE.UU	San Bernardino	
Graceland Fruit, Inc.	6	EE.UU	Frankfort	<a href="http://www.gracelandfruit.com">http://www.gracelandfruit.com</a>
Inn Foods, Inc.	8	EE.UU	Watsonville	<a href="http://www.innfoods.com">http://www.innfoods.com</a>
Jasper Wyman & Son	14	EE.UU	Millbridge	<a href="http://www.wymans.com">http://www.wymans.com</a>
T. F. Louderback, Inc.	8	EE.UU	Richmond	<a href="http://www.bayareabev.com">http://www.bayareabev.com</a>
Ventura Coastal LLC	4	EE.UU	Ventura	

Fuente. Trade map.

Listado de las empresas exportadoras para la fruta - bayas con la partida arancelaria 08.90.12.00 en todo el mundo.

**Tabla 32.** *Empresas exportadoras con la partida arancelaria 08.90.12.00*

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	País	Ciudad	Sitio web
<b>A Frost A/S (AFrost )</b>	88	Dinamarca	Aalborg	<a href="http://www.afrost.com">http://www.afrost.com</a>
<b>A-One-A Produce and Dairy</b>	11	Estados Unidos de América	Pompano Beach	<a href="http://www.aonea.com">http://www.aonea.com</a>
<b>A.TARAILA IR PARTNERIAI Uzdaroji akcine bendrove</b>	7	Lituania	Varena	<a href="http://www.taraila.lt">http://www.taraila.lt</a>
<b>ABT AD</b>	2	Bulgaria	Sofia	<a href="http://www.frozenfruit.sbg.com">http://www.frozenfruit.sbg.com</a>
<b>ADAMS PubJSC</b>	30	Ucrania	Kamianets-Podilskyi Dist., Khmelnytskyi Reg.	<a href="http://www.adams.km.ua">http://www.adams.km.ua</a>
<b>Agat Hurtownia Lodów i Mrozonek Stanislaw Stachowiak</b>	60	Polonia	Jarocin	<a href="http://www.agatjarocin.pl/">http://www.agatjarocin.pl/</a>
<b>Agraimpex Sp. z o.o.</b>	66	Polonia	Warszawa	<a href="http://www.agrainpex.com.pl">http://www.agrainpex.com.pl</a>
<b>AGRIFREDA S.A.</b>	10	Grecia	Aridaia	<a href="http://www.agrifreda.gr">http://www.agrifreda.gr</a>

Fuente. Trade map.

Listado de las empresas exportadoras en *México* de Frutas – bayas con la partida arancelaria 08.90.12.00

**Tabla 33.** *Empresas exportadoras en México con la partida arancelaria 08.90.12.00*

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	País	Ciudad	Sitio web
FRIGORIZADOS LA HUERTA, S.A. DE C.V.	5	México	Aguascalientes	<a href="http://www.lahuerta.com.mx">http://www.lahuerta.com.mx</a>
FRUTAS DIAZ, S.A. DE C.V.	9	México	Aguascalientes	<a href="http://www.f-diaz.com.mx">http://www.f-diaz.com.mx</a>
PRODUCTOS AGRICOLAS LA CAMPIÑA, S.A. DE C.V.	11	México	Irapuato	
SUN BELLE MEXICO, S.A. DE C.V.	8	México	Los Reyes	<a href="http://www.sunbelle.com.mx">http://www.sunbelle.com.mx</a>
XTRA CONGELADOS, S.P.R. DE R.L.	11	México	San Francisco del Rincón	

Fuente. Trade map.

Listado de las empresas exportadoras en *Chile* de Frutas – bayas con la partida arancelaria 08.90.12.00

**Tabla 34.** *Empresas exportadoras en Chile con la partida arancelaria 08.90.12.00*

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	País	Ciudad	Sitio web
Acuinova Chile S.A.	8	Chile	SANTIAGO, XIII	<a href="http://www.pescachile.cl">http://www.pescachile.cl</a>
Agrícola Nova Ltda.	4	Chile	LINARES, VII	<a href="http://www.agricolanova.cl">http://www.agricolanova.cl</a>
Agrocomercial Las Tinajas Ltda.	1	Chile	PELEQUEN, VI	<a href="http://www.agrolastinajas.cl">http://www.agrolastinajas.cl</a>
Agroindustria Sagrada Familia Ltda.	1	Chile	SANTIAGO, XIII	<a href="http://www.sanco.cl">http://www.sanco.cl</a>
Aguas Claras S.A.	6	Chile	PUERTO MONTE, X	<a href="http://www.aclaras.cl">http://www.aclaras.cl</a>
Cencosud Supermercados S.A.	187	Chile	SANTIAGO, XIII	<a href="http://www.cencosud.cl">http://www.cencosud.cl</a>
Chile Andes Foods S.A.	20	Chile	SANTIAGO, XIII	
Empresa De Desarrollo Pesquero De Chile S.A.	Empre	Chile	SANTIAGO, XIII	
Esmeralda S.A.	13	Chile	SANTIAGO, XIII	

Fuente. Trade map.

**Propuesta de la Logística y Ruta Comercial.** Con miras a realizar la exportación de pulpa de mora a los Estados Unidos, se sugiere utilizar el modo de transporte aéreo, debido a que las condiciones de la fruta se mantienen, a la reducción de tiempo en los trayectos, a la forma de recepción de la mercancía y a una mayor agilidad en los trámites logísticos.

Claramente el proceso logístico es clave para lograr ubicar satisfactoriamente el producto en el país destino, Estados Unidos ocupa el lugar 9 entre 160 países evaluados a nivel mundial en lo que respecta a desempeño logístico, según el Logistics Performance

Index (LPI) publicado por el Banco Mundial, en el anterior reporte publicado en el 2012 también había ocupado esta posición.

Los diferentes aspectos que componen la evaluación realizada por el LPI, son los siguientes:

**Tabla 35.** *Aspectos de Logistics Performance Index*

Aspecto evaluado	Puntaje	Puesto
Calidad de la infraestructura	4,18	5
La capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	4,14	2
La puntualidad en el transporte de carga	4,14	14
La competencia y calidad en los servicios logísticos	3,97	7
Eficiencia aduanera	3,73	16
La competitividad de transporte internacional de carga	3,45	26

Fuente: The World Bank. 2014

**Envío de la Carga.** La correcta ubicación de la carga dentro del contenedor permite mantener las condiciones iniciales del producto y evitar alteraciones que incurran en pérdidas o costos adicionales, por lo tanto es necesario distinguir los puntos de ventilación, el control de humedad y el grado de temperatura de acuerdo con las necesidades que demande la carga. Así como, los tiempos que puede tardar los desplazamientos y el trayecto hasta el destino final. El contenedor debe encontrarse en condiciones óptimas antes del cargue de la mercancía.

Existen diferentes tipos de contenedores que se ajustan a sus necesidades con tecnologías avanzadas que le permitirán llevar su producto con la calidad y temperatura adecuada. Para el transporte de carga aérea refrigerada se utilizan los siguientes tipos de contenedores:

**Tabla 36.** *Tipos de contenedores, transporte aéreo*

Contenedor	Medidas (m)	Volumen (m3)	Peso Max(kg)	Tipo de Avión	Características
Refrigerados					
LD3	1,46 x 1,43 x 1,41	3,5	1.400	B747, L-1011, DC-10, A-300, A-310, B 767	Sistema de refrigeración hielo seco, CO2 (56 kg)
LD7/9	2,94 x 2,02 x 1,43	8,6	5.450	B747, L-1011, DC-10, B707, DC-8	Sistema de refrigeración hielo seco, CO2 (91 kg)
LD5/11	2,94 x 1,43 x 1,43	6,0	3.200	B747, L-1011 y DC-10	Sistema de refrigeración hielo seco, CO2 (56 kg)
Con Aislamiento					
LD3	1,45 x 1,45 x 1,55	4,3	1.400	B747, L-1011, DC-10, A-300, A-310, B767	

Fuente. Corporación Colombia Internacional -CCI

**Aspectos a tener en cuenta en la logística.** Según estudios realizados por Procolombia, para el ingreso de mercancías la Aduana y Protección Fronteriza (CBP), requiere una descripción precisa en la que se pueda identificar las formas, características físicas y el embalaje probable de la carga declarada, con el fin de poder identificar cualquier anomalía en la carga cuando un contenedor se revisa a través de equipos de imágenes. La descripción también debe ser lo suficientemente precisa para identificar todos los bienes, que pueden emitir radiación.

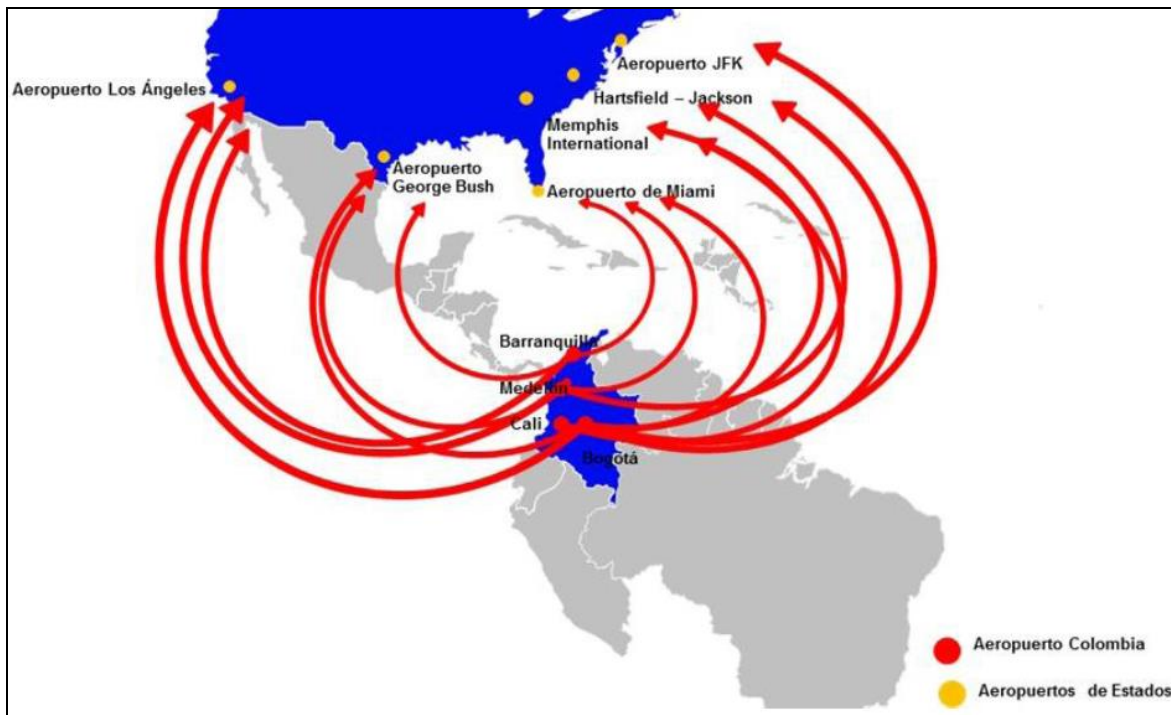
Otro de los aspectos, es el envío del manifiesto de carga anticipado (aplica para transporte marítimo y aéreo), lo anterior fue establecido a raíz de los atentados del 11 de septiembre de 2001, mediante el cual las navieras y aerolíneas, deben presentar este documento al Servicio de Aduanas de Estados Unidos, en el caso de transporte aéreo, se debe realizar la transmisión al momento del despegue de la aeronave “wheels up”.

**Rutas de transporte aéreo.** Los aeropuertos en Estados Unidos presentan un flujo considerable de servicios aéreos en cuanto a transporte de carga y pasajeros es uno de los países con mayor cantidad de aeropuertos en el mundo aproximadamente 14,947. Las

terminales aéreas de carga más grandes son: Memphis International, Los Ángeles International, John F. Kennedy New York.

Los servicios directos desde Colombia se conectan con los Aeropuertos John F. Kennedy International (Nueva York), Los Ángeles International, George Bush International (Houston), Memphis International Airport, Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport y Miami International Airport. Este último es el principal puerto para el país y las flores el principal producto de exportación en esta terminal.

El envío de carga desde Colombia a los Estados Unidos también se efectúa por medio de trasbordo desde Panamá y México, existen distintas aerolíneas que prestan el servicio y que les permite a los exportadores tener varias opciones al momento de escoger la mejor ruta para el envío del producto de acuerdo a sus necesidades.



**Figura 30. Conexión de Aeropuertos en EEUU**

Fuente. Procolombia

Tomado de la documento de Procolombia: Perfil de Logística desde Colombia hacia Estados Unidos.

A continuación se mencionan algunas de las aerolíneas prestadoras de servicio de carga a Estados Unidos.

**Tabla 37.** *Aerolíneas que prestan servicio en EEUU*

Aerolínea	Conexiones	Frecuencia	Clase
	Directo	Todos los días	Carga
	Panamá – Panamá	Lunes a sábado	Carga
	Directo	Todos los días	Carga
	Directo	Todos los días	Carga
	Directo	Lunes, jueves sábados y domingos	Carga
	Directo	Todos los días	Carga
	Directo	Todos los días	Carga
	Panamá - Panamá	Martes a sábado	Carga

Tomado de la documento de Procolombia: Perfil de Logística desde Colombia hacia Estados Unidos.

Se realiza sondeo de las rutas de transporte aéreo a partir de los principales aeropuertos de Destino, como lo son: John F. Kennedy International (Nueva York), Miami International Airport, George Bush International (Houston), Los Ángeles International, Hartsfield-Jackson Atlanta International Airport.

**Tabla 38. Aerolíneas Bogotá – New York**

Punto Embarque		Punto Desembarque				
BOGOTÁ		NUEVA YORK				
Comercializador	Aerolínea	Conexiones	Frecuencia	# Vuelos	Clase	Fecha Actualización
A&m transwild	Aeromexpress / mexicana	Mexico city - México	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	11/25/2013
A&m transwild	Aeromexpress / mexicana	Mexico city - México	SA	1	F	11/25/2013
American airlines	American airlines	Miami - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	2	P	10/8/2014
Grupo aviancataca-	Avianca		LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	10/29/2014
Aerolog	Centurion	Miami - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA	2	F	5/29/2012
Copa airlines	Copa	Panama - Panamá	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	3	P	8/11/2014
Cargo link s.a	Delta airlines	Atlanta - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	2/6/2014
Fedex	Fedex	Memphis - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	F	2/12/2014
Grupo aviancataca-	Taca		LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	5/31/2012
Grupo aviancataca-	Taca		LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	5/31/2012
United Airlines	United Airlines	Houston - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	5/30/2012
UPS	Ups	Miami - Estados Unidos	MA, MI, JU, VI, SA	1	F	5/31/2012
UPS	Ups	Miami - Estados Unidos	MA, MI, JU, VI, SA	1	F	5/31/2012

Fuente. Sistema de Información Comercial, Proexport.

La ruta entre Bogotá - Nueva York tiene gran variedad de aerolíneas y conexiones y frecuencias como se observa en la tabla. El Este aeropuerto es uno de los más grandes de Estados Unidos y uno de los más transitados.

**Tabla 39. Aerolíneas Bogotá – Miami**

Punto Embarque			Punto Desembarque			
BOGOTÁ			MIAMI			
Comercializador	Aerolínea	Conexiones	Frecuencia	# Vuelos	Clase	Fecha Actualización
A&m transwild	Aeromexpress / mexicana	Mexico city - México	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	11/25/2013
American airlines	American airlines		LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	10/6/2014
American airlines	American airlines		LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	10/6/2014
Grupo aviancataca-tampa	Avianca		LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	5	P	10/29/2014
Aerolog	Centurion		LU, MA, MI, JU, VI, SA	2	F	5/29/2012
Copa airlines	Copa	Panama - Panamá	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	8/11/2014
Cargo link s.a	Delta airlines	Atlanta - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	2/6/2014
Fedex	Fedex	Memphis - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	F	2/14/2014
Lanco - lancargo	Lancargo		MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	F	1/28/2015
Strike aviation de colombia	Premium jet	Panama - Panamá	MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	F	10/1/2014
Grupo aviancataca-tampa	Taca		LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	2	P	5/31/2012
Grupo aviancataca-tampa	Tampa		MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	F	5/8/2013
Transam cia. ltda	Transam	Panama - Panamá	LU, MA, MI, JU, VI, SA	1	F	9/25/2014
United Airlines	United Airlines	Houston - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	10/7/2014
UPS	Ups		MA, MI, JU, VI, SA	1	F	5/31/2012
UPS	Ups		MA, MI, JU, VI, SA	1	F	5/31/2012

Fuente. Sistema de Información Comercial, Proexport.

El aeropuerto de Miami recibe vuelos directos y su principal escala es Panamá, adicionalmente cuenta con diferentes aerolíneas que prestan el servicio. Y la frecuencia es constante durante la semana.

**Tabla 40. Aerolíneas Bogotá – Houston**

Punto Embarque			Punto Desembarque			
BOGOTÁ			HOUSTON			
Comercializador	Aerolínea	Conexiones	Frecuencia	# Vuelos	Clase	Fecha Actualización
A&m transwild	Aeromexpress / mexicana	Mexico city - México	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	11/25/2013
American airlines	American airlines	Miami - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	2	P	10/8/2014
Grupo aviancataca-tampa	Avianca	San salvador - El Salvador	LU, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	10/29/2014
Aerolog	Centurion	Miami - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA	2	F	5/28/2012
Cargo link s.a	Delta airlines	Atlanta - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	2/5/2014
Kales Airline Services Colombia S.A.S	Evergreen International		MA	1	F	1/14/2013
Fedex	Fedex	Memphis - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	F	2/12/2014
Grupo aviancataca-tampa	Taca	Miami - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	5/31/2012
United Airlines	United Airlines		LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	2	P	5/29/2012

Fuente. Sistema de Información Comercial, Proexport.

En el caso del enlace con Houston los vuelos deben hacer escala en países de Centroamérica como México y San Salvador. En estados unidos en ciudades como Atlanta, Miami y Memphis. La frecuencia es continua durante la semana.

**Tabla 41. Aerolíneas Bogotá – Atlanta**

Punto Embarque		Punto Desembarque				
BOGOTÁ		ATLANTA				
Comercializador	Aerolínea	Conexiones	Frecuencia	# Vuelos	Clase	Fecha Actualización
American airlines	American airlines	Miami - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	P	10/8/2014
Fedex	Fedex	Memphis - Estados Unidos	LU, MA, MI, JU, VI, SA, DO	1	F	2/12/2014

Fuente. Sistema de Información Comercial, Proexport.

Atlanta solo maneja dos aerolíneas American Airlines - Fedex que enlazan con las ciudades de Miami y Memphis.

### **Empaque y Etiquetado**

#### **Empaque desde Origen**

La manipulación desde el lugar de origen es fundamental para minimizar el magullamiento de la mora, las tareas de supervisión y cumplimiento en la primera fase de recolección son de enorme importancia para el éxito en todo el proceso de la obtención de la pulpa de fruta y en la calidad del producto a exportación.

Estudio realizado por Cortolima menciona los parámetros bajo el cual se rige las normas técnicas utilizadas en Colombia en lo referente a empaques. Las moras una vez son cortadas del arbusto deben ser empacadas en canastillas plásticas de fondo liso de 60 cm x 40 cm x 13 cm ó de 50 cm x 30 cm x 15 cm, también pueden embaladas en submúltiplos de 12 cm x 80 cm x 12 cm x 10 cm. En el caso del empaque a granel se debe llenar una canastilla de 8 cm de altura como máximo; para castillas plásticas individuales se debe empacar en unidades de 150 g a 500 g.

En la siguiente tabla se enuncia los tipos de categoría, características y tolerancia de la mora.

**Tabla 42.** *Tipos de categoría, características y tolerancia de la mora*

CATEGORÍA	CARACTERÍSTICAS	TOLERANCIA
<b>EXTRA</b>	Moras de calidad superior, bien formadas. Exentas de cualquier defecto que altere la buena calidad del producto.	Se admite el 5% en número o peso que no cumplan con los requisitos de esta categoría pero que se ajusten a la siguiente.
<b>Categoría 1</b>	Las moras deben cumplir los requisitos básicos, y se aceptan los siguientes defectos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ligeras deformaciones del ápice.</li> </ul>	Se admite el 10% en número o peso que no cumplan con los requisitos de esta categoría pero que se ajusten a la siguiente.
<b>Categoría 2</b>	En esta categoría se encuentran las moras que no puedan clasificarse en las categorías anteriores pero cumplan los requisitos mínimos. Se admiten los siguientes defectos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deformaciones del fruto.</li> <li>• Ausencia de cáliz</li> </ul>	Se admite el 10% en número o peso que no cumplan las características de esta categoría o con los requisitos mínimos, exceptuando las heridas graves no cicatrizadas o las magulladuras severas.

Las características del empaque de la mora de acuerdo al diámetro, calibre y peso de la fruta:

**Tabla 43.** *Características del empaque de la mora*

Diámetro (mm)	Calibre	Peso promedio (gr)	Tolerancia
Mayor o igual 27	A	9,2	Se acepta hasta el 10% en número o peso de moras que correspondan al calibre inmediatamente inferior o superior al señalado en el empaque.
29-23	B	8,8	
22-19	C	6,2	
18-14	D	4,2	
Menores o iguales a 13	E	3,2	

Fuente. MADR

**Proceso de obtener la pulpa de fruta.** El recolector corta del arbusto la fruta y la deposita en canastillas plásticas, se procede a seleccionarla y ubicarla suavemente en los recipientes designados (preferiblemente no ubicar gran cantidad para evitar contusión y decoloración de las drupas), luego realizan el pesaje de la fruta para conocer la cantidad de producto y determinar los rendimientos, continua el proceso de lavado y desinfección para eliminar microorganismos, suciedades o materia orgánica adheridos a los frutos provenientes del campo, el siguiente paso es el secado de la fruta que es colocada en mesas o canastillas plásticas que se encuentran desinfectadas para secarlas bajo las condiciones del medio ambiente, se calcula del grado de madurez y sólidos solubles utilizando el refractómetro para determinar si la fruta presenta el contenido de sólidos solubles totales (OBx) o de azúcares para ser procesado, continua el despulpado y acidulado lo realiza personal capacitado, que debe acatar ciertas condiciones mínimas como son el uso de vestuario apropiado, tapa-boca, delantal, gorro, guantes y manteniendo la higiene en el proceso. En esta parte se eliminan porciones de la fruta deteriorada; se retiran la corteza, las semillas y el corazón central. Se procede al pesaje y empaqueo: dependiendo del tipo de mercado el empaque puede hacerse en vasitos y cubetas de poliestireno termoformados o en bolsas de polietileno. El empaquetado se realiza acatando todas las normas de higiene y sanidad para culminar con el sellado que se realiza con máquinas manuales que trabajan a base de calor a través de una banda de teflón que oprime el polietileno.

### **Empaque y Etiquetado para exportación**

El empaque de pulpa de mora congelada más utilizado son Tambores Metálicos de 55 galones (200 kg) aproximadamente con doble Bolsa de Polietileno, también se encuentran los tambores asépticos, cada empaque dependerá de las necesidades propias del cliente. En la etiqueta y cumpliendo con la Res 005109- 29/12/2005 del Ministerio de Protección, es necesario mencionar la siguiente información de nombre del fabricante, nombre producto, lote y fecha de vencimiento.

El empaque seleccionado debe brindar suficiente protección al producto, garantizando la manipulación, transporte, y conservación de las moras. El material utilizado para la elaboración del empaque debe ser nuevo, limpio y no producir ningún tipo de

alteración al producto. Se permite el uso de elementos como papeles o sellos, siempre que no sean tóxicos.

La información mínima que de contener el empaque en el rótulo es la siguiente:

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

## **13. Conclusiones y Recomendaciones**

### **13.1 Conclusiones**

Después de indagar y conocer de cerca la dinámica de la exportación de la Mora en Colombia, y en especialmente en el departamento de Santander podemos concluir de manera precisa que el sector presenta falencias desde el momento de la producción hasta en la comercialización de la fruta, es decir, presentamos desajustes en cada uno de los eslabones de la cadena, la cual no restringe el crecimiento del sector en materia de calidad, normativa y comercialización. Estas son las principales situaciones que se observan alrededor de la dinámica de la fruta en nuestro departamento:

1. Los productores de mora en el departamento de Santander suelen ser Individualistas, de ahí la carencia de una comercialización colectiva.
2. Se reconocen esfuerzos por capacitar a los productores de la mora por parte del gobierno, pero no existe un seguimiento que entrelace la información recibida con la experiencia de nuestros campesinos.
3. El sector presenta dos grandes problemas en el desarrollo normal de un sector y estos son: La excesiva Intermediación y la dispersión de la producción.
4. No existe recurso humano calificado, pues estos cultivos están al cuidado en su mayoría por personal que acreditan su conocimiento de forma empírica, adicionalmente se observa con frecuencia la presencia de enfermedades y baja calidad de la fruta por factores determinantes como la lluvia.
5. Poco interés de procesadoras y almacenes de cadena por formalizar alianzas de mercado con los productores.
6. Falta de investigación, capacitación y Programas de fomento.
7. Experiencia y trayectoria de personas que se identifican y aportan propuestas para el trabajo del sector, de la mano de la FEDERACION DE MOREROS DE SANTANDER, resaltando potenciales actores para articular esfuerzos a favor de la organización.

8. Finalmente contamos con otros factores que quizás pueden ser ajenos al sector, pero que afectan de manera contundente el crecimiento de la dinámica de la exportación de mora tales como: el Clima, los cambios bruscos en las políticas para el sector agrario y por otro lado se evidencia las profundas crisis en las que viven las familias de los pequeños productores.

Lo anterior enmarcado en un Mundo Globalizado, que pone a disposición los diferentes Tratados de Libre Comercio que se orientan en el fortalecimiento del comercio internacional, pero que en muchos casos no cuentan con un programa que fomente el crecimiento de los sectores, siendo poco útil para el productor.

### **13.2 Recomendaciones**

Los productores deberán continuar vinculados en proyectos que impulsen el desarrollo del sector agropecuario en el área rural, que en gran medida son avalados por la Alcaldía del municipio de Piedecuesta y que involucran diferentes organizaciones como la Federación de Moreros la Castilla, UMATA y el SENA.

Ejercer control sobre los productores en la activa aplicación de las Buenas prácticas agrícolas (BPA), esta inspección se aconseja la realice la Federación de Moreros la Castilla, debido a que es una organización que proyecta incrementar las ventas del fruto en la región, por lo tanto es necesario preservar producto de mayor calidad. Existen diferentes formas de alcanzar un mercado exterior, a partir de la investigación realizada se sugirió optar por la pulpa de fruta, por lo tanto es necesario ampliar el conocimiento acerca de su manejo, y analizar si tomar los servicios de una empresa procesadora de fruta o constituirla.

A partir de la presente guía se pretende concientizar a los diferentes sectores, entidades y al mismo campesino santandereano que pueden ser un mercado exportador de fruta, como es el caso de los departamentos de Cundinamarca y Antioquia, quienes ya trabajan desde el campo para alcanzar mercados internacionales.

Los productores deberán ir a la par de las exigencias en materia de calidad, higiene e inocuidad, así mismo de las nuevas tecnologías de producción, ya que de lo contrario pueden ser excluidos del mercado o inducirlos a cambios sustanciales del producto a fin de

lograr un manejo más industrial del cultivo, perdiendo sus características especiales. Es claro que para consolidar la oferta exportadora en elementos como cantidad, calidad y continuidad de mercado, se requiere de desarrollo tecnológico, etapas de producción debidamente establecidas, protocolos de higiene y continua inversión, en las diferentes fases de la cadena.

## Referencias Bibliográficas

- Asesores de Pymes (s.f.). *Claves para exportar con éxito a Estados Unidos*. Recuperado el 8 de febrero de 2015, de <http://asesoresdepymes.com/gestion-de-riegos-comerciales/claves-para-exportar-con-exito-a-estados-unidos-i/>
- ASOHOFRUCOL (s.f.). *Frutas y hortalizas*. Recuperado el 1 de noviembre 2013, de [http://www.asohofrucol.com.co/fruta\\_detalle.php?id=71](http://www.asohofrucol.com.co/fruta_detalle.php?id=71). Asohofrucol.
- Banca para Empresas (s.f.). *Cuáles son las claves para acceder al mercado estadounidense*. Recuperado el 21 de noviembre de 2014, de <http://www.bancaparaempresas.com/cuales-son-las-claves-para-acceder-al-mercado-estadounidense/>
- Banco Mundial (s.f.). *Tasa de alfabetización, total de adultos (% de personas de 15 años o más)*. Recuperado el 18 de febrero de 2015, de <http://datos.bancomundial.org/indicador/SE.ADT.LITR.ZS>
- Baumman, S. (s.f.). *Población Latina de Estados Unidos*. Recuperado el 20 de marzo de 2015, de <http://hispanos.about.com/od/Inmigracion/a/Poblaci-On-Latina-De-Los-Estados-Unidos.htm>
- Casaca A.D. (s.f.). *El cultivo de la mora*. Recuperado el 20 de agosto de 2014, de [http://www.infoagro.com/documentos/el\\_cultivo\\_mora\\_\\_parte\\_i\\_.asp](http://www.infoagro.com/documentos/el_cultivo_mora__parte_i_.asp)
- European Commission (s.f.). *Requisitos Técnicos*. Recuperado el 25 de noviembre de 2014, de [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm;jsessionid=25BCB82B61CFA7695BC4CFAB848AA79C?page=rt%2ft\\_RequisitosTecnicos.html&docType=main&languageId=es#seguridad\\_de\\_los\\_productoes1\\_ES](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm;jsessionid=25BCB82B61CFA7695BC4CFAB848AA79C?page=rt%2ft_RequisitosTecnicos.html&docType=main&languageId=es#seguridad_de_los_productoes1_ES)
- Food Marketing Institute (s.f.). *Mercado Hortofrutícola, Perfil del Consumidor*.
- Frutas Industriales de Santander (s.f.). *Pulpa de mora*. Recuperado el 10 de noviembre de 2014, de <http://www.fruinsa.com.co/pulpa-de-mora.html>
- Interletras (s.f.). *Norma Técnica Colombiana 4106*. Recuperado el 12 de febrero de 2014, de <http://interletras.com/manualCCI/Frutas/Mora/calidad02.htm#top>
- M4F (2014). *Datamonitor Consumer: tendencias en el mercado estadounidense durante el 2014*. Recuperado el 10 de marzo de 2015, de <http://www.marketing4food.com/datamonitor-consumer-tendencias-en-el-mercado-estadounidense-durante-el-2014/>

Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*.

PROCOLOMBIA (s.f.). *Frutas, legumbres y hortalizas*. Recuperado el 20 de febrero de 2015, de <http://tlc-eeuu.procolombia.co/oportunidades-por-sector/agroindustria/frutas-legumbres-y-hortalizas>

PROEXPORT (s.f.). *Perfil de logística desde Colombia hacia Estados Unidos (P.P)*. Recuperado el 30 de noviembre de 2014, de <http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/Perfil%20Estados%20Unidos.pdf>

RAPEX (s.f.). *Rapid Alert System for non-food dangerous products*. Recuperado el 25 de noviembre de 2014, de [http://ec.europa.eu/consumers/archive/safety/rapex/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/consumers/archive/safety/rapex/index_en.htm)

SENA (2009). *Productores de mora le apuestan*. Recuperado el 10 de abril de 2014, de <http://centrolopesena.blogspot.com/2009/07/productores-de-mora-le-apuestan-la.html>

Universidad de Antioquia (s.f.). *Pulpa de Frutas Tropicales*. Recuperado el 10 de febrero de 2014, de <http://huitoto.udea.edu.co/FrutasTropicales/moracomer.html>

Uruguay Fomenta (s.f.). *Guía para plan de negocios*. Recuperado el 2 de marzo de 2015, de <http://www.uruguayfomenta.com.uy/inicio/guias-y-ayuda/154-guia-para-plan-de-negocios>

Vanguardia Liberal (2013). *Avanza proceso de tecnificación en la producción de mora*. Recuperado el 22 de febrero de 2015, <http://www.vanguardia.com/santander/area-metropolitana/192159-avanza-proceso-de-tecnificacion-en-la-produccion-de-mora>

Zaffora, J. (2013). *El modelo de internacionalización de Uppsala (teoría gradualista)*. Recuperado el 20 de noviembre de 2014, de <http://suite101.net/article/el-modelo-de-internacionalizacion-de- uppsala-teoria-gradualista-a48035>